

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih menyebabkan dunia menjadi tanpa batas. Menurut McLuhan dalam Morisson (2014:486), teknologi media telah menciptakan revolusi ditengah masyarakat yang sudah sangat tergantung kepada teknologi, dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Ia melihat media memiliki peran menciptakan dan mengelola budaya.

Disadari atau tidak, saat ini media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Setelah sejak dulu media massa (cetak dan elektronik) menjadi sebuah alat atau sarana untuk menyampaikan berita lokal, nasional dan internasional. Kini, berita media massa dapat di akses setiap saat dan dimanapun melalui internet dengan munculnya media online.

Dalam perannya, media membantu menciptakan, menyebarkan opini publik dan membentuk apa yang harus dipikirkan oleh publik. Oleh karena itu, opini publik hanya akan terbentuk jika ada isu yang dikembangkan oleh media massa (Arifin, 2011:16)

Opini Publik atau public opinion merupakan sebuah fenomena dalam kehidupan sosial dan politik yang mulai banyak dikenal dan dipakai pada akhir abad ke-18 di Eropa dan Amerika Serikat. Pemakaian istilah itu berkaitan dengan politik dan komunikasi politik ketika Alquin menyerukan, “vox populi, vox dei” (suara rakyat adalah suara tuhan).

Belakangan ini, media tengah ramai menciptakan, menyebarkan dan membentuk apa yang harus dipikirkan oleh public seperti pemberitaan mengenai Covid-19, Korupsi, Formula E, dll. Sehingga, penulis tertarik membahas pemberitaan mengenai Formula E yang dilakukan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan ini banyak mendapatkan pro kontra dari para pejabat negara. Bermula dari perundingan yang dilakukan Anies dengan *Internationale de l'Automobile* (FIA) di New York, Amerika Serikat tahun 2019 lalu. Jakarta terpilih menjadi salah satu tuan rumah untuk ajang balap Formula E. Lalu pada 4 Agustus 2021 Anies menerbitkan sekaligus menandatangani Instruksi Gubernur Nomor 49 Tahun 2021 tentang Penyelesaian Isu Prioritas Daerah Tahun 2021-2022. Ingub ini ditujukan kepada Sekretaris Daerah (Sekda) DKI Jakarta Marullah Matali, ada 28 program yang menjadi prioritas Anies yang harus terselenggara, salah satunya adalah penyelenggaraan Formula E.

Sehingga, alasan penulis memilih Formula E karena, selama dua tahun lebih, berita mengenai Formula E terus berlangsung. Banyaknya polemik yang terjadi, seperti izin, dana, dan harus dilakukannya hak interpelasi antara DPRD DKI dengan Pemprov DKI. Hal ini menjadikan pemberitaan Formula E bukan lagi menjadi berita olah raga yang merupakan pertandingan balap mobil listrik. Tetapi, pemberitaan menjadi bernuansa politik karena interpelasi merupakan hak istimewa yang dimiliki DPRD DKI. Hak interpelasi ini dimotori oleh Fraksi PDIP, PSI dan 7 Fraksi yang menolak hak interpelasi terhadap Pemprov DKI seperti Gerindra, PKS, Demokrat, PAN, NasDem, Golkar, dan FKB-PPP.

Pengertian media online secara umum meliputi semua jenis situs web (website) dan aplikasi, begitupun di dalamnya mencakup situs berita, situs perusahaan, web lembaga/instansi, situs jualan (e-commerce/online store), media social, blog, e-mail, forum, whatsapp, line, dan lain sebagainya (Zuhri, 2020:97). Dalam situs berita atau portal informasi merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi *online* dan berita didalamnya.

Dari banyaknya media yang memberitakan mengenai Formula E ini. Penulis memilih untuk mengamati media Kompas.com dan Viva.co.id. Dari data yang ada menunjukkan bahwa Kompas.com dan Viva.co.id menjadi situs media yang memiliki popularitas di Indonesia. Dalam Alexa.com portal berita online Kompas.com masuk kedalam 10 situs paling populer di Indonesia. Dimana Kompas.com menduduki urutan ketujuh sebagai situs yang paling populer di Indonesia. Dan Viva.co.id yang merupakan salah satu dari sekian banyak portal berita online di Indonesia yang juga dipandang sebagai penyedia informasi yang aktual dan memiliki kecepatan berita yang selalu diupdate setiap saat ini menduduki peringkat ke 38 dalam situs paling populer di Indonesia.

Selain itu, kepemilikan suatu media ikut menjadi bagian bagaimana pemberitaan tersebut dikemas sedemikian rupa. Kompas.com yang berada dibawah naungan Jakob Oetama dimana ia dikenal sebagai sosok yang menonjolkan humanisme dalam menyuarakan kebenaran dan ia juga tidak tergabung dalam partai apapun. Kompas.com juga mengusung tagline Jernih Melihat Dunia, dimana Kompas ingin memposisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang objektif, utuh, independent, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi dan kekuasaan.

Sedangkan, viva.co.id berada dibawah Abu Rizal Bakrie yang juga pemilik Tv One dan ANTV dimana ia juga merupakan kader partai Golkar, salah satu fraksi yang menolak adanya

interpelasi formula e. Diluncurkan pada 17 Desember 2008 di Jakarta , portal ini sebelumnya bernama VIVAnews.com. Dengan mengusung tagline indepth and trusted, portal berita dan informasi VIVA.co.id langsung mendapatkan tempat di hati pembaca dengan menampilkan tulisan yang mendalam serta menghadirkan konten dengan foto dan infografik. Ketika itu belum menjadi keharusan dalam setiap berita menampilkan foto di kebanyakan media online.

Dan berdasarkan pengamatan penulis mengenai berita Formula E dari kedua media tersebut. Pada media Kompas.com memberitakan sebanyak 33 berita mengenai Formula E. Dan Viva.co.id memberitakan sebanyak 33 berita mengenai Formula E.

Sebagai contoh banyaknya polemic yang terjadi dalam formula e ini, melansir dari berita *Kompas.com* (30/9/21) yang berjudul “Pemprov DKI Disebut Tak Elegan karena Jawab Polemik Formula E Lewat Pamflet”. Dalam berita tersebut Anggota Komisi B DPRD DKI Jakarta dari fraksi PDIP Gilbert Simanjuntak mengatakan, jawaban Pemprov DKI Jakarta atas isu Formula E sangat tidak elegan. Karena, fungsi Gubernur sebagai pimpinan eksekutif lebih baik berbicara secara konstitusional bukan dengan digantikan oleh lima lembar penjelasan bertuliskan "katanya vs faktanya”.

Dan di hari berikutnya (1/10/21) Kompas.com memberitakan bahwa sebelumnya Fraksi Gerindra mendukung adanya interpelasi formula e karena banyak pertanyaan dan persiapan yang harus Anies jelaskan, namun karena pembawaan framing oleh pendukung interpelasi adalah menggagalkan program Anies tersebut, maka Gerindra menolak. Hal ini dikatakan Syarif yang merupakan anggota DPRD DKI Jakarta di Fraksi Gerindra melalui webinar. Berita tersebut diberi judul “Politikus Gerindra: Interpelasi Formula E untuk Gagalkan Program Anies, Tak Bisa Dibiarkan”.

Sedangkan, melansir dari *Viva.co.id* (1/10/21) yang berjudul “Penjelasan Wagub DKI Jawab Commitment Fee Formula E Pakai Pamflet” memberitakan bahwa alasan Pemprov DKI memberikan jawaban lewat pamflet resmi PPID DKI Jakarta itu, agar tidak simpang siur informasi beritanya jelas, pertanggungjawabannya dan siapa yang menyampaikannya agar tidak menjadi hoax di kedepannya.

Dari kedua media tersebut, dapat dilihat bagaimana *Kompas.com* dan *Viva.co.id* membingkai sebuah berita. Dimana pada media *Kompas.com* berita lebih condong memberitakan kurangnya kesiapan Anies dalam menjalankan program Formula E. Sedangkan, pada media *Viva.co.id* fokus kepada alasan Gubernur dan Wagub DKI Jakarta mengenai

pamflet dengan tujuan tidak ingin adanya informasi yang simpang siur terhadap Formula E dan mengantisipasi terjadinya hoax dikedepannya.

Seperti yang sudah penulis amati, pemberitaan mengenai Formula E di Kompas.com maupun Viva.co.id sebenarnya merupakan penggalan-penggalan fakta pilihan yang telah dipilih oleh redaksi media. Media harus memilih, memilah, menonjolkan, menyembunyikan dan memberikan *frame* pemberitaan. Sehingga menjadikan adanya kemungkinan bias dan kecenderungan pemberitaan pada kepentingan-kepentingan tertentu. *Frame* dalam pemberitaan juga bisa disebut sebagai framing.

Menurut Eliya (2019:28) Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana suatu realitas dibentuk dan dikonstruksi. Muaranya adalah ada beberapa bagian yang ditonjolkan dan beberapa bagian lain yang disembunyikan. Akibatnya khalayak akan mengingat hal-hal tertentu yang ditampilkan dan mengesampingkan hal yang tidak muncul.

Menurut Eriyanto (2011:3) Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, actor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Disini realitas social dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan model framing milik Robert N.Entman. Model ini menitik beratkan pada seleksi isu dan penonjolan aspek. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untk ditampilkan. Dari proses ini, ada bagian berita yang dimasukkan, ada juga berita yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan. Wartawan setidaknya memilih aspek tertentu dari suatu isu.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis akan meneliti dengan judul **“Analisis Framing Pemberitaan Formula E DKI Jakarta Pada Portal Berita *Kompas.com* dan *Viva.co.id*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut. “Bagaimana Pembingkaiian Berita Formula E DKI Jakarta di Portal Berita *Kompas.com* dan *Viva.co.id* dengan model Robert N.Entman?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui “Bagaimana Pembingkai Berita Formula E DKI Jakarta di Portal Berita *Kompas.com* dan *Viva.co.id* dengan model Robert N.Entman”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, dari penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang jurnalistik dalam analisis framing model Robert N.Entman

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktisi, dari penelitian ini diharapkan bisa menambahkan wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat mengenai analisis framing model Robert N.Entman