

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, manusia tidak bisa lepas dengan teknologi dan kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Informasi bagi setiap manusia merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi untuk mengetahui lingkungan sekitar dan memenuhi kebutuhannya. Di zaman sekarang ini, mendapatkan informasi tidaklah susah, kebutuhan manusia akan informasi dapat diakses dengan mudah karena sumber berada di dalam genggam tangan setiap orang akibat kecanggihan teknologi. Perkembangan teknologi telah membawa manusia ke arah kehidupan yang baru, yaitu komunikasi praktis dan dinamis.

Perkembangan teknologi juga tentunya diikuti dengan perkembangan media massa. Media massa mampu menjangkau masyarakat dalam jumlah besar. Tidak hanya itu, dengan kecanggihan teknologi, produk yang dihasilkan media massa dapat tersampaikan dengan cepat. Penyebaran arus informasi yang luas dan cepat ini dimanfaatkan oleh berbagai pihak dengan berbagai kepentingan yang ada. McLuhan mengemukakan pemikirannya mengenai hubungan antara teknologi, media, dan masyarakat dengan sebutan *technological determinism*, yaitu paham bahwa teknologi bersifat determinan dalam membentuk kehidupan manusia. Istilah *technological determinism* ini menunjukkan bahwa teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia (Morrisan dkk, 2010, hlm.30).

Selain itu, McQuail (2004, hlm.4) mengemukakan bahwa media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau masyarakat dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberitakan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.

Terdapat berbagai macam jenis media massa yang diterima oleh masyarakat seperti media cetak, koran, tabloid, televisi, radio dan generasi yang paling terbaru adalah media *online*. Media *online* adalah media komunikasi massa yang tersaji secara *online* di internet seperti versi *online*

surat kabar atau majalah dan portal berita *online* atau situs berita (Asep Samsul M. Romli, 2012, hal.16).

Hadirnya media *online* tentu membawa perubahan dalam perilaku komunikasi, baik itu komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal, maupun komunikasi massa. Perubahan ini membawa cara baru bagi manusia yang terhubung dengan internet untuk mengakses informasi secara online. Media *online* memiliki kelebihan dalam penyampaian berita, informasi akan tersampaikan secara cepat dan langsung kepada *audience*.

Media muncul di tengah masyarakat untuk menjalankan fungsinya. Dalam melaksanakan fungsinya, media seringkali dipengaruhi kepentingan dari pihak-pihak terkait. Pihak-pihak yang dimaksud adalah pemilik modal, pemimpin perusahaan, pemimpin redaksi (dari sudut pandang media), pemerintah, dan masyarakat. Masing-masing kelompok itu memiliki kepentingan yang berbeda beda.

Media massa dan politik saling membutuhkan satu sama lain. Media membutuhkan informasi yang cepat mengenai suatu peristiwa, sedangkan politik membutuhkan media sebagai wadah untuk menimbulkan kesan yang diinginkan. Akan tetapi yang terjadi pada media saat ini tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, banyak media tidak objektif dan tidak netral dalam memberitakan politik.

Media massa menjadi perpanjangan tangan kepentingan penguasa, bahasa politik yang digunakan memiliki makna yang ganda sehingga dapat memperdaya masyarakat. Asumsi yang mendasarinya adalah, pertama media adalah sebuah institusi dan aktor politik yang memiliki hak. Kedua, media dapat memainkan berbagai peran politik, diantaranya mendukung proses transisi demokrasi, dan melakukan oposisi. (Aminah, 2006, hlm. 35)

Di Indonesia, media massa sebagian besar dimiliki oleh individu-individu yang memiliki kepentingan politik, sehingga keobjektifan media massa sekarang ini perlu dipertanyakan khususnya ketika media tersebut meliput lawan politik dari pemilik media tersebut atau sosok yang mencuri perhatian khalayak dan dapat menyenangkan media massa (*media darling*).

Media massa memiliki peran yang penting dalam hal politik, hal ini membuat media massa begitu strategis. Kini media massa memainkan peran yang sangat penting dalam proses politik. Bahkan, media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik. Ia memiliki kemampuan untuk membuat seseorang cemerlang dalam karier politiknya. (Tabroni, 2012, hal.96).

Pemilihan Gubernur DKI Jakarta akan dilaksanakan pada 2017 mendatang. Salah satu bentuk demokrasi di Indonesia adalah masyarakat memilih secara langsung calon Gubernur dan wakil Gubernurnya sesuai dengan pilihannya masing-masing. Perebutan kursi nomor satu DKI Jakarta ini tentunya tidak terlepas dari peran media massa. Media massa memiliki peran penting dalam pembentukan opini publik. Hal ini tentunya menjadi penting dalam kampanye kontestan politik. Cakupan yang luas dalam masyarakat membuat media massa dianggap sebagai salah satu cara yang efektif untuk mengkomunikasikan program kerja, pesan politik, dan pembentukan *image* individu.

Adanya pemberitaan politik di media massa membawa dampak yang positif bagi masyarakat. Dengan adanya pemberitaan tersebut, masyarakat mengetahui perkembangan dan informasi yang terjadi pada calon Gubernur DKI Jakarta. Dan melalui pemberitaan di media massa, masyarakat mengetahui perkembangan calon Gubernur dalam melaksanakan kampanye, pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan pada saat kampanye, dan pendapat masyarakat maupun ahli politik mengenai calon Gubernur. Sehingga masyarakat dapat memilih calon Gubernur berdasarkan informasi yang diberitakan di media massa.

Isu yang menarik perhatian media massa saat ini adalah sosok Basuki Tjahaja Purnama atau yang biasa disebut Ahok dalam pencalonannya sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017. Beberapa masyarakat dan lawan politik menilai Ahok kerap kali tidak menunjukkan moral dan sopan santun dalam berbicara.

Hal ini tentunya menjadi polemik. Masyarakat tentunya berharap, dalam konteks ini, media memberi ruang yang objektif kepada pihak yang pro maupun kontra terhadap pencalonan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017. Bagaimanapun, pemberitaan politik di media massa akan membawa

dampak kepada publik, dan sangat memungkinkan mempengaruhi pada pilihan suara yang diatukan pada Pilkada nanti.

Penerapan objektivitas dalam berita merupakan hal yang *urgent*. Terutama dalam berita politik. Informasi yang disampaikan media memiliki peran signifikan bagi pembentukan opini di masyarakat sehingga media harus memberikan informasi yang objektif. Empat Belas hari sebelum Pemilu Legislatif 2014, Dewan Pers memaparkan hasil penelitian yang dilakukan oleh tiga lembaga independen terkait pemberitaan media. Ketiga lembaga itu adalah Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media), Remotivi dan Masyarakat Peduli Media (MPM). Hasil penelitian ketiga lembaga tersebut menyimpulkan bahwa terjadi banyak pelanggaran yang fundamental terhadap praktik jurnanisme, khususnya media penyiaran yakni pemberitaan tidak berimbang. Surya Paloh adalah pemilik stasiun televisi yang paling masif menjadikan media sebagai sarana politik. Aburizal Bakrie adalah tokoh politik dengan frekuensi dan durasi iklan tertinggi (152 kali). Dan di TVOne partai yang paling banyak diberitakan dengan nada positif adalah Golkar (60%).

Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Stephani Arum Sari (2013, hlm. 14) mengenai pemberitaan Partai Nasional Demokrat dalam Surat Kabar Harian Seputar Indonesia. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa Surat Kabar Harian Seputar Indonesia dinyatakan tidak objektif dalam pemberitaan, terutama pada aspek keseimbangan. Berita Partai Nasdem cenderung positif ketika Hary Tanoesoedibjo masih menjadi bagian dari partai tersebut. Sebaliknya, hampir seluruh berita mendeskripsikan partai Nasdem secara negatif terutama setelah Hary Tanoesoedibjo hengkang dari partai tersebut.

Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan Francine Setiono (2011, hlm. 74) mengenai pemberitaan gugatan Cacak (Arief Affandi-Aries Kadir) ke Mahkamah Konstitusi pada masa Pilwali Surabaya 2010. Hasil penelitian menyebutkan bahwa ditinjau dari tingkat objektivitas pemberitaan, jumlah berita dengan tingkat objektivitas tinggi lebih besar daripada jumlah berita dengan objektivitas rendah. Hal ini menandakan bahwa pemberitaan yang dilakukan Jawa Pos secara keseluruhan bersifat objektif.

Objektivitas membutuhkan sikap yang adil dan tidak diskriminatif terhadap sumber dan objek berita, semuanya harus diperlakukan setara. Objektivitas adalah hal ideal yang dianut oleh wartawan. Objektivitas menyiratkan spektrum yang luas dari prinsip-prinsip yang berkaitan dengan dimensi utama, yaitu faktualitas dan imparsialitas (Mothes, 2016, hlm 3).

Norma Objektivitas digunakan oleh wartawan untuk meyakinkan *audiences* bahwa mereka menghasilkan produk berita yang handal dan dapat dipercaya. Norma objektivitas ini yang membawntu wartawan dalam pekerjaannya (Skovsgard, dkk, 2012, hlm 24)

Westerstahl membagi objektivitas menjadi dua kriteria, yaitu faktualias dan imparsialitas. Faktuliatas terwujud dari kebenaran dan relevansi. Kebenaran yang adalah sejauh mana berita menyampaikan informasi yang benar. Kebenaran adalah keutuhan laporan , tepat, akurat, yang ditopang oleh pertimbangan independen, dan tidak ada usaha mengarahkan khalayak. (Nurudin, 2009, hlm.83).

Sedangkan relevansi merupakan gagasan sederhana bahwa informasi berita hanya relevan jika ia berguna dan menarik. (McQuail, 2011, hlm. 97). Relevansi yang berkaitan dengan standar jurnalisme meliputi nilai berita seperti *proximity*, *timeline*, *siginificance*, *prominence*, dan *magnitude* (Siahaan, 2001, hlm.101).

Dimensi kedua yaitu imparsialitas atau ketidakberpihakan hanya dapat ditegakkan jika didukung oleh keseimbangan atau netralitas. (Nurudin, 2009, hlm.8). Keberimbangan mensyaratkan perlunya proses seleksi yang memberikan *equal access*, yang berarti pemberian akses, kesempatan dan perhatian sama dalam terhadap para pelaku penting dalam berita; dan *even handed evaluation*, yaitu pemilihan penilaian negatif dan positif yang berimbang untuk setiap pihak yang diberitakan. (Siahaan, 2001, hlm.100).

Sedangkan ketidakberpihakan berkaitan dengan aspek penyajian suatu berita, termasuk di dalamnya penempatan berita, aspek-aspek yang ditonjolkan, maupun kata-kata yang digunakan. (McQuail, 1992, hlm. 233). Dalam skema McQuail, tolak ukur dalam netralitas meliputi *non-evaluatif* dan *non-sensasional*. *Non-evaluative* adalah ada atau tidaknya pencampuran opini

dan fakta. Sedangkan *non-sensasional* berkaitan dengan kesesuaian judul dan isi berita.

Dari berbagai media yang ada, penulis memilih media online sebagai bahan penelitian. Media *online* dinilai sebagai media yang dapat melakukan pembaharuan (*up to date*) informasi dimana saja dan kapan saja. Tidak hanya melalui komputer, media *online* juga dapat diakses melalui *smartphone*. Sehingga, masyarakat dapat mengakses informasi dan berita secara mudah. Salah satu media *online* yang memberitakan secara komprehensif dalam pemberitaan pencalonan Ahok sebagai Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 adalah Tempo.co. Terbukti dalam beberapa bulan terakhir, pemberitaan Ahok menjadi topik terhangat di halaman muka Tempo.co.

Berdasarkan hasil survey statshow.com selama 3 bulan terakhir Tempo.co termasuk dalam 10.000 website yang paling banyak dikunjungi di dunia dengan rata-rata pengunjung halaman 399,422 per-harinya.

Tabel 1.1 Pengunjung harian Portal Berita Tempo.co versi statshow.com

Daily	Monthly
Website Worth	\$676,461.80
Daily Pageviews	639,076
Daily Visitors	399,422
Daily Ads Revenue	\$1,853.32

Tempo.co berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai perkembangan pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. Informasi yang diberitakan di Tempo.co disajikan aktual. Hal ini menjadi daya tarik peneliti untuk melihat secara lebih detail sejauh mana penerapan objektivitas di dalam pemberitaannya. Penelitian ini tertuang dengan judul “Objektivitas Tempo.co dalam Pemberitaan Ahok sebagai Calon Gubernur DKI Jakarta 2017”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan paparan latar belakang di atas terdapat beberapa permasalahan yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini. Secara garis besar penelitian ini akan membahas bagaimana objektivitas

Tempo.co dalam pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017.

Untuk memberikan kemudahan dalam penelitian ini, maka penulis telah menentukan beberapa permasalahan yang penulis sajikan sebagai berikut :

1. Bagaimana **aspek kebenaran** di Portal Berita Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017?
2. Bagaimana **aspek relevansi** di Poryal Berota Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017?
3. Bagaimana **aspek keberimbangan** di Poryal Berota Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017?
4. Bagaimana **aspek keberpihakan** di Poryal Berota Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah penulis batasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **aspek kebenaran** di Portal Berita Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017.
2. Untuk mengetahui **aspek relevansi** di Portal Berita Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017.
3. Untuk mengetahui **aspek keberimbangan** di Portal Berita Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017.
4. Untuk mengetahui **aspek keberpihakan** di Portal Berita Tempo.co pada pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan kedepannya bisa menjadi rujukan untuk peneliti-penelitian terkait. Penelitian ini juga, diharapkan memberikan kontribusi untuk perkembangan dunia komunikasi khususnya bidang media massa.

1.4.2 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif kepada pihak-pihak terkait dalam membuat kebijakan mengenai pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017. Selain itu, penelitian ini juga memberikan masukan kepada media dalam memberitakan suatu kasus.

1.4.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai pemberitaan Ahok sebagai calon Pilgub DKI 2017 di media massa. Selain itu, data-data dalam penelitian ini secara praktis dapat digunakan oleh berbagai lembaga yang fokus terhadap kajian media untuk melakukan telaah lebih lanjut.

1.4.4 Manfaat Aksi Sosial

Memberikan pemahaman masyarakat mengenai pemberitaan Ahok terutama yang diberitakan media online secara komprehensif. Selain itu, penelitian ini memperluas perspektif masyarakat sebelum memberikan *judgements* terhadap segala sesuatu yang di beritakan di media online.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka penulis memandang perlu memberi batasan masalah secara lebih jelas.

1. Penelitian ini hanya akan menganalisis isi teks berita yang terbit di Portal Berita Tempo.co, tidak melakukan survey terhadap masyarakat umum. Hal ini dikarenakan penulis hanya ingin melihat objektivitas pemberitaan dengan sumber berita berasal dari teks yang dianalisis.
2. Topik yang dibahas dalam penelitian ini adalah objektivitas pemberitaan Ahok sebagai calon Gubernur DKI Jakarta 2017 di Portal Berita Tempo.co.
3. Jenis berita yang diteliti adalah semua berita politik yang berkaitan dengan pencalonan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017.

1.6 Struktur Penelitian

- BAB I :** Pada bab satu ini adalah uraian tentang pendahuluan, pada bab ini terdiri dari atas lima sub bab antara lain: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.
- BAB II :** Pada bab dua ini adalah kajian pustaka, yang terdiri dari atas tiga sub bab antara lain: landasan teoritis yang membahas mengenai teori yang relevan dengan penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
- BAB III :** Pada bab tiga ini adalah metode penelitian, terdiri atas enam sub bab antara lain: desain penelitian, partisipan penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.
- BAB IV :** Pada bab empat ini adalah temuan dan pembahasan yang memuat dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.
- BAB V :** Pada bab lima ini adalah penutup yang merupakan bab akhir dalam penelitian. Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut.

