

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Komunikasi menjadi salah satu bukti nyata bahwa manusia berevolusi secara dinamis. Media Massa, menjadi satu dari sekian banyak contoh konkret perkembangan teknologi komunikasi tersebut. Peran media massa yang tak lepas dari perkembangan komunikasi menjadikan ia sebagai subjek utama dalam pengantar informasi kepada publik.

Pun, seiring berkembangnya zaman, bentuk media massa mengalami pergeseran serta perubahan. Mulanya, publik mengonsumsi berita dari media yang memiliki wujud riilnya seperti media cetak. Kemudian berkembang menjadi media dengar hingga media massa audio visual seperti televisi. Bahkan yang paling baru yaitu media massa berbasis teknologi jaringan seperti portal berita *online*.

Media Massa menjadi wadah bagi publik untuk mendapat informasi dan menyalurkannya, salah satunya media baru. Survei yang dilakukan oleh Reuters Institute dalam Digital News Report menunjukkan bahwa Media Online memimpin di posisi pertama untuk kategori Media Terpopuler di Indonesia dengan jumlah 88%. Sedangkan, Media sosial, Televisi, hingga Media Cetak menempati posisi berikutnya dengan persentase 68%, 57%, dan 17%. Survei yang dilakukan pada Januari hingga Februari 2022 ini diikuti oleh 93.000 responden dari 46 Negara yang berbeda.

Hal itu menunjukkan bahwa publik memilih media digital sebagai prioritas utama dalam mengakses berita dan informasi di tengah persaingan media konvensional dan digital di era globalisasi. Sebab, pada 2021, Reuters Institute melaporkan sebanyak 89% responden mengonsumsi pemberitaan melalui media online. Meninggalkan Televisi pada posisi kedua dengan jumlah 58% serta Media Cetak seperti halnya koran dan majalah di posisi terakhir dengan total 20% responden di Indonesia.

Bahkan yang lebih mengejutkan, mencuatnya fakta dalam Survei Nielsen Consumer dan Media View hingga Kuartal III 2017 memperlihatkan bahwa angka pembaca koran cetak menurun dari tahun 2014 hingga 2017. Di tahun tersebut, pembaca media cetak menurun sebesar 5 Juta orang yang mulanya meraup angka 9,5 Juta pembaca.

Hellen Katherina selaku Direktur Eksklusif Nielsen Media Indonesia Menuturkan bahwa masyarakat beranggapan jika konsumsi berita seharusnya tidak dipungut biaya alias gratis yang pada akhirnya menyebabkan penetrasi media digital yang memiliki akses gratis melonjak hingga 11% dengan total 6 Juta Pembaca di tahun 2017. Maka dari itu, eksistensi media konvensional yang tak praktis dan berbayar mulai ditinggalkan masyarakat.

Tak berhenti disitu, bukti nyata kemenangan media online di era digitalisasi ini diperkuat oleh hasil survei Reuters Institute pada 2021 lalu yang dimuat dalam Digital News Report. Data mengatakan bahwa

sebanyak 19% dari responden rela mengeluarkan biaya untuk berlangganan koran atau berita digital dalam setahun kebelakang yang didominasi oleh responden berusia 25-34 tahun. Kemudian, di peringkat kedua disusul oleh mereka yang berusia 35-44 tahun dengan persentase 21%. Lalu di peringkat ketiga, ditempati oleh responden dengan kelompok usia 18-24 tahun.

Survei tersebut membuktikan bahwa media digital masih memimpin kemenangan di tengah persaingan media ini hari. Jika diharuskan membayar, mayoritas masyarakat lebih condong untuk melabuhkan pilihannya kepada media online. Bukan tanpa alasan, efisiensi, kecepatan informasi, hingga sifat praktis dari media digital mampu mempersuasi masyarakat untuk menikmati informasi secara daring.

Jika melihat kembali fungsi dari media massa, Elvinaro (2007:14-17) dalam bukunya menjabarkan fungsi media massa menjadi 5 poin yaitu Pengawasan (Surveillance), Penafsiran (Interpretation), Partaian (Linkage), Penyebaran Nilai-nilai (Transmission of Value), dan yang terakhir sebagai Hiburan (Entertainment). Sedangkan, McQuail dalam *Jurnal Komunikasi dan Desain* juga menjelaskan Media massa berfungsi sebagai pusat informasi yang memiliki peran sebagai provider atau penyedia dan penyampai informasi tentang berbagai macam kejadian, realitas, hingga peristiwa di masyarakat (Shinta Hartini Putri, dkk., 2018).

Tak hanya berperan sebagai wadah penyampaian informasi kepada masyarakat, media massa online juga memiliki peran yang aktif dan persuasif. Misalnya keterlibatan berbagai macam pihak untuk mencari pamor melalui media. Tak hanya pihak swasta atau publik figur tertentu, keterlibatan politik dan pemerintah dalam sebuah pemberitaan terlihat jelas. Media massa seringkali menjadi alat untuk memfasilitasi politikus dalam menjalankan aksi politiknya.

Dalam buku yang berjudul *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*, Gun Gun Heryanto mengungkapkan bahwa dewasa ini, Internet telah menjadi saluran politik yang dapat digunakan untuk membaca serta mengekspresikan pendapat dan opini masing-masing. Selain itu, internet juga digadang-gadang dapat berperan sebagai konektor yang menjadi penghubung antara masyarakat, aktivis, organisasi, hingga politisi dan partisan partai politiknya.

Sehingga, tak heran jika media digunakan sebagai wadah dalam menyampaikan marketing politik. Salah satunya melalui penyajian pemberitaan di portal berita online. Seperti yang terjadi pada tragedi nasional di dunia sepak bola Indonesia. Kerusuhan Kanjuruhan yang terjadi pada 1 Oktober lalu membawa luka mendalam untuk berbagai kalangan di Indonesia terutama para pecinta sepak bola Tanah Air. Berita duka mengenai tragedi tersebut menghujani laman media massa nusantara.

Merilis vice.com (9/11), korban atas kerusuhan petang itu di stadion Kanjuruhan Malang menewaskan sebanyak 135 nyawa melayang yang diakibatkan tembakan gas air mata oleh Polisi yang bertugas. Meskipun telah ditetapkan beberapa tersangka dalam kasus ini, namun, pengusutan mendalam

masih terus dilakukan untuk memberi hukuman pada pihak yang bertanggung jawab atas hilangnya nyawa korban tanpa terkecuali.

Kejadian yang menimpa ratusan korban di kanjuruhan ini bukanlah pertama kalinya kerusuhan terjadi di dunia sepak bola. Kasus serupa pernah terjadi di Estadio Nacional Peru pada 1964. Penembakan gas air mata menjadi penyebab utama yang mengakibatkan seluruh stadion menjadi panik dan membuat para penonton kehilangan pandangan karena senyawa kimia berbahaya tersebut.

Di Indonesia sendiri, peristiwa serupa juga pernah terjadi ketika Persib Bandung menjadi tamu di kandang Arema FC pada 2018. Aremania, panggilan akrab untuk suporter Arema Malang, masuk ke lapangan sebagai bentuk dari rasa kekecewaan melihat grup kesayangannya mendapat skor seri di kandang sendiri. Sontak petugas keamanan menembakkan gas air mata yang mengakibatkan Aremania berjatuh dan disebabkan sesak nafas. Bedanya, petugas keamanan menembakkan gas air mata ke lapangan sehingga tak separah seperti kejadian kanjuruhan oktober lalu ketika gas air mata ditembakkan ke arah penonton.

Kejadian tragedi kanjuruhan kemarin tentunya merupakan kejadian sebab akibat yang dipicu ketika adanya suporter masuk ke dalam lapangan dan membuat puluhan suporter lainnya ikut turun serta merusuh di lapangan. Hal itu membuat petugas keamanan yang terdiri dari anggota Kepolisian RI mengambil tindakan untuk membubarkan kerumunan dengan menembakkan gas air mata ke arah penonton. Tindakan Polisi yang dinilai gegabah dan ceroboh tersebut menyulut kemarahan masyarakat Indonesia serta menimbulkan pro kontra.

Munculnya pro dan kontra serta keberpihakan dari berbagai pihak tentunya tak lepas dari peran media sebagai wadah dan penyalur informasi kepada publik. Kacamata yang digunakan tiap media massa tentu akan mengantarkan pembaca kepada sudut pandang yang berbeda. Pun, dengan pena yang digunakan untuk menuliskan pemberitaan di portal onlinenya. Tiap jurnalis dan media memiliki keberpihakan yang berbeda.

Selain preferensi dan prinsip yang dianut oleh media tersebut, hal itu juga dilatarbelakangi oleh perusahaan dimana media tersebut bernaung. Campur tangan dari para petinggi perusahaan pemilik media serta relasi dengan pemerintah maupun pihak swasta tertentu menjadi batasan sejauh mana media tersebut memberitakan suatu peristiwa.

Pada tragedi kerusuhan kanjuruhan, selain dibanjiri oleh perkembangan kasus yang sedang terjadi, media massa juga menjadi ajang perlombaan bagi para politisi dan publik figur untuk mempersuasi serta mencari simpati dari masyarakat. Dibuktikan dengan banyaknya publik figur dari kalangan politik yang memasang muka dan nama mereka di laman pemberitaan dengan embel-embel “memberi bantuan pada korban”.

Disini, peranan media massa menjadi ujung tombak yang tajam untuk menyayat simpati dan membuka mata masyarakat atas siapa yang peduli dalam kasus ini. Untuk mengetahui bagaimana

keberpihakan suatu media, Studi Analisis Framing menjadi salah satu jawaban pemecah dari pertanyaan tersebut.

Analisis Framing sering digunakan untuk mengetahui suatu realitas yang dibentuk atau dikonstruksikan oleh media. Tak hanya membagi media ke dalam kategori baik atau buruk, negatif atau positif, bahkan benar atau salah, namun analisis framing ditujukan untuk melihat bagaimana suatu media mengembangkan isu hingga menyajikannya kepada publik dalam sebuah produk jurnalistik.

Dalam buku yang berjudul *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Deddy Mulyana mengatakan bahwa hasil akhir dari analisis framing akan memperlihatkan adanya bagian tertentu yang lebih ditonjolkan oleh penulis sehingga para pembaca akan lebih mengingat aspek yang ditekankan tersebut. Media memiliki peran untuk melakukan seleksi, menghubungkan, serta menonjolkan isu atau peristiwa sehingga maknanya akan lebih mudah menyentuh dan membekas di ingatan masyarakat.

Masih mengutip buku yang sama, Frank D. Durham menjelaskan bahwa Framing akan mempermudah dunia untuk lebih dimengerti dan diketahui. Misalnya saja dengan cara menyederhanakan realitas yang kompleks ke dalam kategori tertentu yang akhirnya berdampak agar realitas lebih bermakna serta lebih mudah dipahami. Selain itu, Gitlin juga berpendapat bahwa frame media pada hakikatnya tidak jauh berbeda dengan frame dalam kehidupan sehari-hari. Melalui frame, wartawan mengemas isu yang kompleks menjadi sesuatu yang dapat dipahami dengan sudut pandang tertentu yang lebih menarik untuk dikonsumsi oleh khalayak.

Deddy Mulyana menyebutkan ada dua aspek di dalam framing yaitu pertama pemilihan fakta atau realitas. Hal ini didasarkan pada asumsi masing-masing jurnalis sebab tidak mungkin jika wartawan melihat suatu isu tanpa perspektif. Ada dua kemungkinan yang terkandung yaitu *included* (apa yang dipilih) dan *excluded* (apa yang dibuang). Sehingga akan memudahkan penulis untuk memilih angle beritanya untuk menekankan aspek tertentu.

Lalu, aspek kedua dalam framing adalah penulisan fakta. Hal ini tentunya berkaitan dengan bagaimana sebuah fakta yang terpilih akan disajikan untuk pembaca. Pemilihan diksi kata, kalimat, proposisi, hingga aksentuasi foto yang ditampilkan dalam pemberitaan menjadi bentuk nyata bagaimana gagasan dari sebuah fakta itu disajikan. Elemen penulisan fakta seperti penempatan headline, pengulangan, penggunaan grafis, pemakaian label tertentu untuk mengilustrasikan peristiwa atau orang yang diberitakan, generalisasi, asosiasi terhadap simbol budaya, simplifikasi, hingga penggunaan kata yang mencolok, memiliki hubungan dengan penonjolan realitas. Realitas yang ditampilkan secara menonjol, memiliki peluang atau probabilitas yang lebih besar untuk diperhatikan serta mempengaruhi publik dalam memahami realitas tersebut.

Sama halnya ketika, Malang Posco Media memilih suatu fakta untuk lebih ditonjolkan dan ditekankan dalam memberitakan Tragedi Kerusuhan Kanjuruhan Oktober lalu. Dalam Penelitian ini,

Peneliti memilih media tersebut bukan tanpa alasan. Malang Posco Media merupakan media lokal yang berada di wilayah Malang Raya. Sehingga, secara geografis, Malang Posco Media memiliki kedekatan (Proximity) yang mana lebih menjadi salah satu aspek dalam New Value atau nilai berita.

Jika dibandingkan dengan media lokal lainnya, Malang Posco Media memiliki kuantitas berita yang lebih banyak dibandingkan dengan media lokal yang lain. Terhitung dari tanggal 1 Oktober hingga 31 Oktober 2022, Malang Posco Media telah memberitakan 314 Berita yang diterbitkan secara daring alias online di portal berita miliknya yaitu *malangposcomedia.id*.

Media lokal milik PT. Malang Pos Siber ini sempat mengalami konflik sengketa merek dengan nama New Malang Pos. Namun, Perusahaan yang dipimpin oleh Abdul Khalim ini mengganti namanya menjadi Malang Posco Media yang sudah resmi terdaftar dan diverifikasi oleh Dewan Pers. Hingga saat ini, Malang Posco Media masih aktif beroperasi dan menerbitkan produk produk jurnalistik baik secara cetak maupun siber.

Dalam pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti, dari 314 berita yang diterbitkan di portal online miliknya, Malang Posco Media memproduksi 161 Berita pada minggu pertama setelah kejadian tragedi kanjuruhan tersebut berlangsung. Kemudian memproduksi 57 berita pada pekan kedua, 39 berita pada pekan ketiga, dan 57 berita pada pekan terakhir.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang bagaimana Malang Posco Media memberitakan tragedi kerusakan kanjuruhan yang terjadi pada 1 Oktober 2022 lalu menggunakan model analisis Framing milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam penelitian skripsi yang berjudul “*Konstruksi Realitas Tragedi Kerusakan Stadion Kanjuruhan Malang (Studi Analisis Framing pada Malang Posco Media Periode Oktober 2022)*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana konstruksi realitas yang dibentuk oleh Malang Posco Media terkait tragedi kerusakan Stadion Kanjuruhan Malang selama periode Oktober 2022 di portal berita online *malangposcomedia.id*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi realitas yang dibentuk oleh Malang Posco Media serta keberpihakannya terkait tragedi kerusakan yang terjadi di Stadion Kanjuruhan Malang saat Arema bertanding melawan Persebaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilustrasi, masukan, maupun evaluasi untuk pembaca dan penggiat media agar dapat memilah dan memilih serta dapat menambah wawasan bagaimana sebuah media mengolah data serta fakta dan membingkai suatu peristiwa menjadi produk jurnalistik berdasarkan sudut pandang dari masing-masing media itu sendiri.

### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian analisis framing sejenis dengan teori milik Zhongdang Pan dan Kosicki baik sebagai acuan maupun bahan komparasi pada bidang Jurnalistik dan Kajian Media. Selain itu, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, para akademisi mendapat gambaran yang jelas bagaimana sebuah media seperti Malang Posco Media membingkai sebuah pemberitaan.

