

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan disahkannya UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers, maka hal tersebut sekaligus menjadi penanda bahwa era reformasi telah resmi mencapai titik tujuannya khususnya dalam demokrasi dan kebebasan pers. Ketika itulah pers meraih independensinya, yang mana pada saat itu hal ini tercerminkan melalui perkembangan konten yang tidak hanya berputar pada sanjungan-sanjungan terhadap pemerintah saja. Sejak saat itu, pers mulai menampilkan diri dengan berani dalam memuat berbagai konten yang bermuatan tentang bobroknya pemerintah, kasus pelanggaran HAM, hingga hujatan terhadap pemerintah orde baru bersama seluruh koleganya (Subiakto & Ida, 2012).

Pada tahun 1994, kehadiran media dengan konsep dalam jaringan (*online*) mulai hadir di Indonesia. Margianto dan Saefullah (2014) mengungkapkan bahwa media yang berbasis jaringan (*online*) pertama yang muncul yaitu Harian Republika yang hadir pada tahun 1994 dengan menggunakan nama republika.co.id. Berselang dua tahun setelahnya yaitu tahun 1996, pembredelan yang tengah terjadi pada harian Tempo melahirkan sebuah wadah baru dengan memunculkan cikal bakal dari tempo.co yang saat itu masih bernama tempointeraktif.com. Setelah langkah itu, mulailah media-media lain turut menggunakan internet sebagai media baru dalam menyebarluaskan informasi yang lebih efektif dan efisien. Namun, saat itu media online hanyalah berupa sistem *beta* dan belum memiliki nilai prestise serta bisnis model yang tepat guna menghasilkan profit lain bagi media. Selanjutnya hadirlah

detik.com sebagai media baru yang pada seluruh kegiatannya berbasis online tanpa menginduk pada media cetak. Kehadiran detik.com ini sukses mempelopori

bidang media online yang bermuatan berita yang aktual. Diungkapkan oleh Budiono sebagai salah satu pendiri dari detik.com bahwa media ini hadir sebagai media efektif dan efisien yang mampu menyebarluaskan informasi secara lebih aktual dan menjadi media yang tidak mudah mendapatkan intervensi langsung khususnya dari pemerintah saat itu. Sejak debutnya pada 9 Juli 1998, detik.com mendapatkan *feedback* yang baik, dimana per harinya website detik.com mampu mendapatkan kunjungan dari sebanyak 30.000 pengunjung per hari dan memiliki 2000 orang lebih pengguna. Disampaikan oleh Margianto & Saefullah (2014) bahwa media online memiliki peluang meraih profit dengan caranya sendiri, baik itu melalui marketing program, *partnership*, hingga menampilkan banner iklan pada portal beritanya. Berdasarkan dari peluang potensial yang ada, pada awal 2000-an, peluang ini mampu meraih minat baru bagi pasar media.

Seiring berjalannya waktu, pasar media online di Indonesia menjadi semakin berkembang dan diminati. Namun, Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO) pada tahun 2018 mengungkapkan setidaknya ada sekitar 42.000 lebih portal berita yang tidak tercatat dan terverifikasi oleh Dewan Pers. Masih melalui data yang sama, Kominfo menyatakan bahwa tidak lebih dari 100 media yang telah terverifikasi (Kominfo, 2018).

Dalam *Libertarian theory*, terdapat teori mengenai kebebasan pers yang disebut dengan teori pers bebas yang hadir di Indonesia pasca orde baru. Teori ini mengungkapkan dan menjelaskan bahwa pers memiliki posisi yang kuat dan strategis sebagai mitra masyarakat untuk mendapatkan fakta kebenaran yang objektif dan bukan menjadi alat pemerintah untuk melenggangkan kekuasaan. Berjalannya teori ini, juga menyebabkan berkembangnya tuntutan akan peranan dari pers dalam melakukan upaya kontrol terhadap pemerintah yang berkuasa. Dalam sistem demokrasi yang sehat, pers disebut sebagai pilar keempat demokrasi sebagai *watchdog* dari pilar lainnya yaitu legislatif, eksekutif dan yudikatif. Berdasarkan hal

tersebut, maka pers harus tetap menjaga independensinya dari pengaruh berlebihan pihak luar. Maka, idealnya setiap gagasan harus memiliki posisi dan kesempatan yang sama untuk berkembang. Gagasan yang tepat secara objektif dapat diandalkan begitu pula sebaliknya (Kusumaningrat, 2006).

Seiring dengan pertumbuhan demokrasi, setiap prosesnya tidak dapat dipisahkan dari peranan pers sebagai pengawal demokrasi. Pers mengambil peranan penting sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat. Berfungsi sebagai media alternatif dalam akses informasi dan wadah dimana kebebasan berekspresi terjamin, pers juga mengimplementasi informasi dalam proses produksi dengan menghadirkan ide dan gagasan kepada masyarakat melalui peran negara serta melakukan koreksi serta kontrol terhadap berjalannya pemerintah dan demokrasi. Dalam perannya, pers mempunyai lima fungsi yang berlaku *universal* yaitu, *to inform* atau menginformasikan, *to educate* atau mendidik, *to influence* atau memengaruhi, *to entertain* atau menghibur dan *to mediate* atau mediasi. Media melaporkan informasi atau berita, meninjau sekaligus menganalisis fenomena dan kecenderungan apa yang akan potensial terjadi, dan berperan aktif dalam mentransmisikan nilai-nilai luhur universal, nilai-nilai dasar nasional dan transmisi kandungan budaya lokal secara estafet dari generasi ke generasi (Haris, 2005).

Pada era dimana media massa hadir sebagai kekuatan baru dan mengambil peranan untuk menyebarkan informasi secara masif dengan menggunakan digitalisasi, hingga pada akhirnya sejalan dengan munculnya tuntutan dari masyarakat yang terus ingin terhubung dengan informasi. Kemampuan dalam distribusi informasi inilah potensial sebagai sumber dari kekuasaan dalam dunia media massa. Pada, dinamika perpolitikan, berbagai pandangan muncul dan melihat bahwa peran media massa tidak berjalan lurus seperti yang diinginkan. Media massa tidak hadir sebagai sebuah lembaga otonom dan independen. Pada perspektif politik, media menjadi institusi partisan yang suatu saat akan tampak ambil bagian yang akan ditampilkan ketika

dalam situasi dan kondisi khusus. Dalam hal ini kepemilikan media ternyata sangat berpengaruh terhadap cara media mengungkap isu. Namun disisi lain, ideologi dan kepentingan dari pemilik media sedikit banyak mempengaruhi bagaimana media dalam mengulas suatu realitas sosial dan fenomena politik yang terjadi (Subiakto & Ida, 2012).

Dalam proses memproduksi sebuah berita, media massa sering dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal dalam proses produksi berita. Faktor internal yang dimaksudkan adalah kebijakan redaksional mengenai cara media tersebut menyikapi kepentingan politis tertentu, baik itu kepentingan pengelola media atau hubungan dengan kekuatan politik tertentu. Sementara itu, faktor eksternal yang dimaksud dapat merupakan tekanan pada pasar pemirsanya atau pembaca, sistem politik yang berlaku hingga kekuatan dan kekuasaan eksternal lainnya (Hamad, 2004)

Dalam kehidupan berdemokrasi, pers menjalankan perannya sebagai pilar keempat dalam demokrasi. Peran pers sebagai pengawas dari berjalannya sistem bernegara termasuk dalam situasi-situasi tertentu seperti Pilpres atau pemilu. Pada sebuah negara yang demokratis, pemilu menjadi salah satu tolak ukur dalam demokrasi yaitu menjadi instrumen dan perwujudan dari kedaulatan rakyat dalam membentuk suatu pemerintahan yang absah serta menjadi jembatan bagi aspirasi dan kepentingan rakyat (Tricahyo, 2009). Sama halnya dengan Pilpres yang merupakan sebagai perhelatan akbar demokrasi bagi rakyat tentu akan menyita banyak perhatian dari berbagai pihak, sebab pada momen lima tahunan ini menjadi sebuah momen dimana rakyat bisa menentukan siapa pemimpin yang akan mengelola negara selama lima tahun kedepan dan pada momen ini peran media massa akan sangat dibutuhkan dalam distribusi informasi serta pengawas dari jalannya pesta demokrasi.

Sebelumnya, pada Pilpres tahun 2019 menjadi kontestasi yang cukup menarik dikarenakan kandidat capres yang berkontestasi merupakan kandidat yang sama seperti periode pemilu sebelumnya, yakni Joko Widodo (Jokowi) dan Prabowo

Subianto. Kemenangan pada pilpres 2014 lalu, membuat Jokowi kali ini mengambil peran sebagai petahana. Dalam hal ini, dikarenakan kedua calon merupakan pemain lama, sehingga salah satu hal yang dapat menarik perhatian rakyat adalah untuk mengetahui siapa yang akan hadir sebagai pendamping atau cawapres, serta visi dan misi apa yang akan ditawarkan kepada rakyat sebagai pemilih. Saat itu Ma'ruf Amin hadir menjadi pendamping Joko Widodo sebagai pasangan calon nomor satu dan Sandiaga Uno dipilih menjadi pendamping Prabowo Subianto sebagai pasangan calon nomor dua. Kontestasi ronde dua diantaranya keduanya merupakan sebuah fenomena besar berskala nasional yang mampu menarik berbagai perhatian tidak hanya media namun juga bagi khalayak yang ikut menyaksikan dan terlibat dalam kontestasi ini.

Dalam pemilu, selain calon yang diusung, faktor penting lain dalam upaya kemenangan adalah koalisi. Pada pilpres 2019, dilihat secara kuantitas, pasangan Jokowi-Ma'ruf lebih diunggulkan dengan koalisi yang terdiri dari sembilan partai terdiri dari PDIP, Nasdem, Golkar, PKB, PPP, Perindo, Hanura, PSI dan PKPI. Disisi lain, ada empat partai politik yang terdiri dari Gerindra, Demokrat, PKS, PAN dan Partai Berkarya yang menjadi pengusung dan pendukung pasangan Prabowo-Sandiaga (Ramadhan Rizki, CNN Indonesia, Diakses tanggal 13 September 2023). Dalam hal ini, kuantitas dalam tubuh koalisi pengusung akan mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap seluruh rangkaian proses politik dalam Pilpres. Hal ini dikarenakan setiap partai yang ikut serta mendukung dan berkoalisi akan secara otomatis menjadi simpatisan yang akan memperkenalkan program dari paslon kepada kader hingga simpatisannya.

Pada proses kampanye, Setiap paslon mempunyai tim suksesor dalam memenangkan kontestasi sebagai presiden dan wakil presiden Indonesia 2019-2024. Tim kemenangan Jokowi-Maruf dinamai TKN (Tim Kampanye Nasional) dengan Erick Thohir sebagai ketua. Di sisi lain, diresmikan juga BPN (Badan Pemenangan Nasional) sebagai tim kemenangan Prabowo-Sandiaga yang diketuai oleh Jenderal

(Purn) Djoko Santoso. Dalam pemilu ini, gabungan partai pendukung dan konsentrasi dari dukung pemilik-pemilik media di dalam tubuh koalisi pasangan Jokowi-Maruf membuat koalisi ini dinilai lebih gemuk. Dengan bergabungnya konglomerat-konglomerat media nasional seperti Erick Thohir, Surya Paloh hingga Hary Tanoesoedibjo. Seperti yang diketahui, Erick Thohir adalah pemilik dari salah satu jaringan media terbesar yang ada di Indonesia. Erick memiliki kontrol atas beberapa media baik daring maupun broadcasting seperti Harian Republika, Republika.co.id, Gen FM, Jak TV dan Parents Indonesia menjadi beberapa diantaranya. Seluruh media tersebut ada dibawah naungan Mahaka Group milik Erick Thohir. Selanjutnya Hary Tanoesoedibjo, Hary menguasai jaringan media MNC Media yang dibawah naungannya terdapat media-media besar seperti MNC TV, RCTI, Global TV, iNews TV, Koran Sindo, Okezone, Sindonews.com dll. Terakhir ada nama Surya Paloh yang juga memiliki media group yang menaungi beberapa media seperti Media Indonesia dan Metro TV (M. Samsul Arifin, Detik.com, Diakses pada 13 September 2023). Berbanding terbalik dengan pihak Prabowo yang minim dengan dukungan media. Ketidakberimbangan ini dikhawatirkan berpotensi dapat mempengaruhi keberimbangan dan netralitas dari muatan dan pemberitaan di media, sehingga menyebabkan pemberitaan cenderung akan timpang dan berat sebelah.

Dengan peta koalisi dan relasi media yang timpang, tentu saja juga akan berpengaruh terhadap netralitas pemberitaan. menurut pandangan Althusser dan Gramsci dalam Sobur (2004), media massa bukanlah sebuah realitas yang independen, melainkan terdapat hubungan dengan realitas sosial di dalamnya. Di dalamnya berbagai jenis kepentingan yang melibatkan diri di atas meja redaksi. Mulai dari idealisme wartawan hingga kepentingan politik dan kapitalisme dari pemilik modal. Kesimpulan yang dapat dilihat adalah bahwa setiap media massa mempunyai sesuatu yang dapat ditonjolkan, disamarkan bahwa dihilangkan pada tubuh konstruksi suatu berita (Sobur, 2004).

Mengonfirmasi hal tersebut, pada Mei 2014 survei dari Pol-Tracking Institute yang dimuat dalam Tempo.co mengungkapkan bahwa pers mempunyai kemampuan sebagai media doktrin halus untuk mengubah pandangan politik masyarakat khususnya pada momentum besar seperti pemilu dan pilpres. Hasilnya melaporkan bahwa 75% media mampu mempengaruhi opini masyarakat. Dalam survei ini, diuraikan bahwa berita menjadi informasi publik utama perihal partai politik, yakni sebanyak 46,96 persen. Sumber informasi kedua adalah iklan politik di media massa, sebanyak 23,01 persen. Disusul lingkungan tempat tinggal 13,09 persen, dan keluarga 2,59 persen. Sementara sosialisasi partai politik hanya 4,09 persen. (Purwanto, Tempo.co, Diakses pada 13 September 2023).

Masih pada Pilpres 2014, isu ketidaknetralan dari media membuat Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengeluarkan surat peringatan kepada semua lembaga penyiaran. Ketidaknetralan ini terindikasi melalui durasi penayangan iklan dan berita hingga frekuensi berita yang tidak berimbang mengenai calon tertentu. Terindikasi pula kecenderungan dalam menentukan sudut pandang berita dan isi berita pada tubuh redaksi media ((M. Samsul Arifin, Detik.com, diakses pada 13 September 2023).

Pada pemilu tahun 2019, Komisi Pemilihan Umum (KPU) memfasilitasi tiap kandidat calon untuk melakukan kampanye secara mandiri di media massa, namun tetap berpegang pada ketentuan yang ditetapkan KPU. Berdasarkan Peraturan KPU (PKPU) No. 23 Tahun 2018 tentang aturan dalam kampanye yang memuat batasan dan ketentuan dalam kampanye media. Adanya peraturan ini juga menunjukkan peran media massa yang signifikan dalam proses dan kontestasi politik. Semua pemilihan yang dilakukan secara langsung itu memerlukan strategi yang cerdas agar banyak rakyat yang tertarik dan ikut serta dalam komunitas pendukung dan memilih seseorang yang bermaksud menjadi anggota dewan ataupun pemimpin publik. Pada

hal ini, hadirnya media massa sangat penting untuk kepentingan komunikasi politik (Roni Tabroni, 2012).

Dilansir dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), pada 2024 mendatang terdapat 204.807.222 jiwa yang telah terdaftar sebagai pemilih dalam data Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang telah ditetapkan melalui hasil dari rapat pleno terbuka rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Tingkat Nasional tahun 2024, di gedung KPU (KPU.go.id). Kemudian, melalui Sebuah penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* dan *HootSuite* dalam laporan yang berjudul *Digital 2023: Global Overview Report* mengungkapkan bahwa terhitung hingga Januari 2023 terdapat 212,9 Juta Pengguna internet dari total populasi sebanyak 276,4 Juta, yang mana hal ini menyentuh angka persentase sebanyak 77% dari total populasi yang ada. Dari kedua data tersebut terlihat jumlah pengguna internet hampir menyamai jumlah dari Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang sudah ditetapkan oleh KPU.

Pada Sabtu 2 September 2023, bertempat di Surabaya tepatnya pada Hotel Majapahit telah dideklarasikan bakal calon presiden dan wakil presiden pertama yang mendeklarasikan diri sebagai pasangan bakal calon presiden dan wakil presiden yang akan berkontestasi pada Pilpres 2024, yaitu pasangan Anies Baswedan dengan Muhaimin Iskandar (cak Imin) dengan tiga partai yang berkoalisi sebagai pendukung yaitu partai Nasdem, PKB dan PKS. Deklarasi ini menjadi sorotan dari berbagai media, khususnya media online. Dari sekian banyak media, terdapat dua media online yang juga turut memberitakan tentang deklarasi ini yaitu *MediaIndonesia.com* dan *Sindonews.com*. *MediaIndonesia.com* secara elemen ekonomi dan politik lebih dekat dengan partai Nasdem dikarenakan adanya kepemilikan dari Surya Paloh yang merupakan ketua partai Nasdem saat ini. Sedangkan *Sindonews* secara elemen ekonomi dan politik dekat dekat dengan partai Perindo dan merupakan kepemilikan dari ketua umum partai Perindo sendiri yaitu Hary Tanoesoedibjo, yang mana pada 9 Juni lalu, di kantor DPP PDIP, Hary Tanoesoedibjo dan Perindo telah

mendeklarasikan diri untuk mendukung Ganjar Pranowo sebagai calon Presiden pada 2024 mendatang.

Menurut Subiakto dan Ida (2012), kepemilikan media ternyata sangat berpengaruh terhadap cara media mengungkap isu. Ideologi dan kepentingan pemilik modal akan sedikit banyak mempengaruhi bagaimana media dalam mengulas sebuah peristiwa hingga realitas sosial politik yang sedang terjadi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menggunakan analisis framing untuk mengetahui realitas apa yang terdapat dibalik peristiwa-peristiwa yang diberitakan. Analisis Framing (pembingkai) merupakan salah satu pendekatan untuk mengetahui perspektif yang digunakan oleh wartawan dalam penyeleksian isu atau realitas/peristiwa yang dituliskan menjadi sebuah berita dengan kata lain wartawan memegang kuasa dalam menentukan fakta apa saja yang ingin ditonjolkan atau disembunyikan dalam berita yang ia buat (Eriyanto, 2002). Secara sederhana, analisis framing digunakan agar dapat mengetahui bagaimana bagian tertentu dari sebuah isu atau peristiwa yang diperlihatkan dan ditekankan oleh media. Melalui penekanan tersebut, media dapat membuat aspek tertentu dari sebuah isu jadi mudah diingat, lebih menarik dan mempunyai makna lebih sehingga akan dapat lebih mengena di benak pembaca berita.

1.2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian ini pada bagaimana pembingkai yang dilakukan oleh Mediaindonesia.com dan Sindonews.com terhadap pemberitaan deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sebagai bakal calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pilpres 2024 yang dipublikasikan pada 2 September 2023.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana media online Mediaindonesia.com dan Sindonews.com melakukan pembingkaihan (framing) dalam pemberitaan tentang deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sebagai bakal calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pilpres 2024.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media online Mediaindonesia.com dan Sindonews.com dalam melakukan pembingkaihan (*Framing*) pemberitaan mereka terhadap pemberitaan tentang deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sebagai bakal calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pilpres 2024.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Akademis

Melalui hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat menambahkan khasanah dalam penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, serta mampu memberikan sumbangsig terhadap ilmu pengathuan bagi mahasiswa khususnya pada program studi Ilmu Komunikasi.

1.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah untuk memberikan sebuah penggambaran bagaimana pembingkaihan (framing) dilakukan oleh media dalam memberitakan suatu peristiwa atau isu yang terjadi. Melalui penelitian ini, publik diharapkan tidak begitu saja menerima suatu informasi tetapi juga

mempunyai kemampuan untuk memilah dan memilih berita serta mampu memberikan interpretasi kritis terhadap berita yang disampaikan media.

