

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak sekali media massa yang terdiri atas media cetak, televisi, radio, dan media online. Menurut data yang terdapat dalam situs dewanpers.or.id, di Indonesia terdapat 1.797 perusahaan pers yang telah terverifikasi, dan 969 diantaranya merupakan media online (Data Perusahaan Pers, n.d.). Pers yang terverifikasi harus sesuai dengan ketentuan perundangundangan dan kepatuhan terhadap kode etik jurnalistik. Sehingga, proses produksi berita melalui proses yang panjang sebelum disajikan kepada masyarakat (Amanah, 2021). Proses tersebutlah yang membuat setiap media berbeda dalam menampilkan berita, media juga sering menampilkan informasi yang tidak sesuai dengan kenyataannya atau bahkan memihak. Media terkadang memiliki kepentingannya sendiri yang dapat memengaruhi masyarakat (Habibie, 2018). Hal tersebut dipengaruhi oleh pengelola media yang memiliki ideologi dan latar belakang yang berbeda. Inilah yang disebut dengan framing, tak terkecuali media online Detik.com dan Tempo.co. Media daring yang dipilih untuk penelitian ini ialah Detik.com dan Tempo.co. Pada tahun 2011, Detik.com dibeli oleh orang terkaya ke-5 di Indonesia Chairul Tanjung melalui PT Trans Media Corporation (Kurniawan, 2011). Selain itu, Tempo.co tidak dikendalikan oleh para pemilik modal, sehingga dapat membuat berita yang dibutuhkan masyarakat. TEMPO Media Grup (PT Tempo Inti Media Tbk.) merupakan perusahaan swasta terbuka, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan sahamnya dimiliki beberapa institusi dan sebagian dimiliki masyarakat. Pemegang saham PT Tempo Inti Media Tbk. adalah: PT Grafiti Pers, PT Jaya Raya, Yayasan Jaya Raya, Yayasan Karyawan TEMPO, Yayasan 21 Juni dan Masyarakat (Tempo Media Group, n.d.). Detik.com dan Tempo.co merupakan media online arus utama yang telah dipercaya oleh masyarakat luas, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya yang mengakses situs tersebut. Menurut Alexa Top Sites, Detik.com dan Tempo.co masuk kedalam 40 besar situs yang sering dikunjungi di Indonesia, Detik.com

menempati urutan ke-10, sedangkan Tempo.co menempati urutan ke-36 (Nandar, 2022). Detik.com dan Tempo.co juga memasuki peringkat 10 besar untuk portal berita online terbaik di Indonesia, 2 Detik.com ada di peringkat ke-2 dan Tempo.co berada pada peringkat ke-8 (Maysari, 2022).

Detik.com dan Tempo.co merupakan dua media jurnalistik online terbesar di Indonesia yang memiliki reputasi yang baik karena menyajikan berita berkualitas dan dapat dipercaya. Detik.com lebih memperhatikan kecepatan dalam memberitakan suatu peristiwa namun tetap mempertimbangkan keakuratan berita sehingga menjadi acuan bagi media online lainnya. Sementara itu, tempo.co lebih menitikberatkan pada pemberitaan yang lebih detail mengenai suatu permasalahan, meskipun memakan waktu yang lebih lama namun keakuratan dan kedalaman informasi menjadi keunggulannya.

Hal lain yang mendasari pemilihan portal berita tersebut adalah peneliti melihat di laman CNNIndonesia.com juga membahas tentang pengerojokan Ade Armando, namun hanya memuat sekitar 9 berita pada tanggal 11 April 2022. Nasional.sindonews.com juga memuat berita yang sama sekitar 8 berita, dan Tribunnews.com sekitar 9 berita. Sedangkan, untuk Detik.com memberitakan sekitar 49 berita dan Tempo.co memberitakan sekitar 16 berita pada hari kejadian atau pada tanggal 11 April 2022.

Media, pemerintahan atau kekuasaan dan masyarakat memiliki hubungan yang cukup strategis. Media merupakan salah satu sumber informasi untuk masyarakat, membuat media sebagai kekuatan besar dalam menggiring opini masyarakat dan dapat memengaruhi pendapat masyarakat. Masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap media, hal tersebut menjadi bukti bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk kondisi sosial masyarakat. Karena saat masyarakat bergantung pada media itu membuat masyarakat tergiring opini cukup besar (Soalohon, 2017).

Media massa dalam menyebarkan suatu berita selalu melakukan pembingkai (framing) berita terhadap suatu isu atau peristiwa yang ada pada masyarakat. Pembingkai (framing) berita adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan oleh wartawan ketika menulis berita.

Perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil atau yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan akan dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto, 2002). Dengan dilakukannya pembingkaihan (framing) berita, media dapat memfokuskan sudut pandang tertentu dari sebuah isu atau peristiwa yang akan mengarahkan pembaca pada opini tertentu (Cissel, 2012).

Framing dilakukan dengan cara pengambilan gambar atau melihat berita, mengedit serta menyajikan berita. Dalam proses framing, berbagai kepentingan diasosiasikan dengannya, seperti link pemilik/pemegang saham utama di media, pengiklan atau institusi lain. Framing dapat digunakan sebagai representasi atau persepsi bagi masyarakat. Ketika media berulang kali melakukan framing maka 3 penonton akan menerimanya. Kemudian akan ada stereotip yang dipahami sesuai dengan kehidupan khalayak (Eriyanto, 2002).

Pada awal tahun 2022 bermunculan isu tentang Presiden Jokowi 3 Periode yang sedang hangat diperbincangkan. Isu Jokowi 3 Periode seringkali muncul di berbagai portal media online, Seperti berita yang diterbitkan oleh Tempo.co yang berjudul “Isu Jokowi 3 Periode, Mahfud MD: Wacana Politik Tak Akan Dihambat” dan pada portal berita media online Kompas.com yang berjudul “Wacana Jokowi 3 Periode, Klaim Demokrasi dan Gejala Otoritarianisme”. Akan tetapi, isu ini gencar digaungkan di era Presiden Jokowi yang sama halnya pada saat era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono rencana serupa juga sudah diusulkan, namun SBY menolak, seperti berita yang diterbitkan oleh Suara.com “Viral Lagi Pengakuan SBY Menolak Meski Ditawari Maju 3 Periode Gegara Cemaskan Hal Ini, Jokowi Ramai Kena Sentil?”. Karena, masa jabatan Presiden 3 periode jelas bertentangan dengan UUD 1945 pasal 7 yang mengatakan bahwa “Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali dalam jabatan yang sama, hanya untuk satu kali masa jabatan” (Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, n.d.).

Adanya isu Jokowi 3 Periode menimbulkan pro dan kontra pada masyarakat, sehingga membuat terjadinya demonstrasi yang dilakukan Aliansi Badan Eksekutif Mahasiswa Seluruh Indonesia (BEM SI) di depan Gedung

DPR/MPR RI, pada hari Senin 11 April 2022 (Anindita, 2022). Demonstrasi dimaknai tidak hanya sebagai tindakan menyampaikan aspirasi, tetapi juga sebagai kesempatan untuk menunjukkan realisasi diri melalui demonstrasi, yang kemudian diunggah melalui jejaring sosial (Syahrul Jiwandono, 2020).

Pemberitaan yang tersebar melalui media sosial bukan hanya aksi demo yang dilakukan mahasiswa, tetapi ada juga aksi pengeroyokan yang terjadi kepada Ade Armando. Ade Armando pun hadir dalam demo tersebut, di mana khalayak mengetahui bahwa Ade Armando itu ada dipihak pemerintahan, karena Ade Armando tersebut sering tampil di berbagai televisi untuk membela pemerintahan Jokowi. Dalam demo tersebut, Ade Armando mengatakan bahwa “saya tidak mengikuti demonstrasi, tetapi saya hanya memantau dan ingin mendukung demo tersebut” (Anindita, 2022). Pada saat Ade Armando masih di lokasi demonstrasi tersebut, ia mendadak dihampiri oleh seorang ibu yang tidak dikenal dan sambil memaki-maki, hal tersebutlah yang memacu massa demo untuk bertindak beringas (Mantalean, 2022). Beredar juga foto Ade Armando pada portal berita online yang menggunakan kaus hitam yang bertuliskan ‘Pergerakan Indonesia untuk Semua’ dalam kondisi Ade Armando yang telah babak belur dengan celana yang telah dilucuti.

Pemberitaan mengenai demonstrasi mahasiswa ini teralihkan karena adanya aksi pengeroyokan yang dilakukan oleh massa demonstrasi terhadap Ade Armando, kejadian tersebut tentunya menarik perhatian dari media massa khususnya media online. Hal tersebut tentunya menarik untuk diangkat karena Ade Armando adalah salah satu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Indonesia (UI), Ia juga dikenal sebagai pegiat media sosial yang kerap menimbulkan kontroversi, seperti unggahannya adalah “Allah bukanlah orang Arab. Tentu Allah senang kalau ayat-ayatnya dibaca dengan gaya Minang, Ambon, Cina, Hiphop, Blues” pada akun Facebooknya pada Januari 2017 silam (Profil Dan Rekam Jejak Kontroversi Ade Armando, 2022). Itulah mengapa peneliti memilih Ade Armando sebagai objek penelitian, Ini disebabkan karena postingannya yang seringkali mengundang kontroversi, sehingga membuat dia menjadi terkenal oleh masyarakat (Aw, 2022).

Pemilihan objek penelitian tersebut dikarenakan orang terkenal menjadi nilai berita bagi suatu media. Tidak semua aspek dari suatu peristiwa dapat dilaporkan, ia harus dinilai dahulu, dalam peristiwa tersebut bagian mana yang mempunyai berita tinggi. Bagian tersebutlah yang ditekankan untuk dilaporkan terus-menerus. Peristiwa itu baru dapat memiliki nilai berita, dan oleh karena itu layak diberitakan jika peristiwa itu berhubungan dengan orang yang terkenal (Eriyanto, 2002).

Pemberitaan mengenai pengeroyokan Ade Armando pada media online juga memiliki perbedaan dalam menampilkan realitas pengeroyokan Ade Armando. Ideologi masing-masing media yang berbeda menyebabkan penyajian realitas dalam topik tersebutpun berbeda. Tidak terkecuali pemberitaan pengeroyokan Ade Armando pada portal media online Detik.com dan Tempo.co. Isu mengenai Ade Armando tersebut memiliki banyak realitas sehingga setiap media memiliki kepentingan tertentu dalam mengkonstruksi suatu isu yang menarik dan mewakili realitas tersebut Seperti berita yang diterbitkan oleh Detik.com “Ada Pria Posting ‘Kasih Tahu Massa’ Sebelum Ade Armando Dikeroyok” dan berita yang diterbitkan oleh Tempo.co “Immanuel Ebenezer: Pengeroyok Ade Armando Ingin Mengadu Mahasiswa dengan Rakyat Pro Jokowi”. Menurut Sobur, framing adalah pemilihan dari realitas yang ada, untuk membuat suatu peristiwa menjadi lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi. Framing tidak mendekatkan khalayak pada objektivitas berita (Sobur, 2012).

Proses panjang ini membuat semua media memiliki berbagai cara untuk menampilkan realitas. Media sering melaporkan peristiwa tersebut dengan cara yang tidak netral, bahkan tidak jarang juga memihak. Seringkali pemilik media dan jurnalis memiliki kepentingan mereka sendiri untuk memengaruhi masyarakat (Habibie, 2018). Ada tiga faktor penentu peristiwa yang dapat atau tidaknya suatu peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan dan juga kearah mana pemberitaan tersebut diarahkan, yaitu: pemilik media, pendapatan media serta modal yang dikeluarkan akan menentukan isi suatu media (Sobur, 2012).

Pemilihan analisis framing dalam hal ini dapat digunakan sebagai metode penelitian mengetahui bahwasannya dalam penelitian framing, yang menjadi titik

permasalahan adalah bagaimana realitas atau peristiwa dikonstruksi oleh media, bukan bagaimana media memberitakan negatif atau positif. Melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media. Bagaimana realitas dan peristiwa dikonstruksi dalam pemberitaan media menjadi sikap positif atau negatif hanyalah efek dari bingkai yang dikembangkan oleh media (Januarti et al., 2012).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana media dalam membingkai berita yang berjudul ***“ANALISIS FRAMING BERITA Pengeroyokan Ade Armandu Saat Demo 11 April 2022 pada Portal Berita Online Detik.com dan Tempo.co”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan untuk mengetahui:

1. Bagaimana proses dan hasil konstruksi berita yang dilakukan pada Detik.com dan Tempo.co?
2. Bagaimana perbedaan bingkai pemberitaan tersebut pada Detik.com dan Tempo.co?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini adalah mengenai pemberitaan pengeroyokan Ade Armandu yang dikonstruksi dalam media *online* Detik.com dan Tempo.co, keduanya dipilih karena media tersebut banyak memberitakan kejadian pengeroyokan itu saat demo berlangsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah: Mengetahui gambaran konstruksi realitas berita pada pemberitaan pengeroyokan Ade Armandu saat demo di Detik.com dan Tempo.co dan eksplorasi proses atau hasil rekonstruksi dari kedua portal berita Detik.com dan Tempo.co.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas keilmuan komunikasi khususnya dalam bidang media.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis *framing*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi umum: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran kritis kepada masyarakat untuk lebih mencermati pemberitaan yang diberitakan oleh media.
- b. Bagi peneliti: Penelitian ini diharapkan dapat memperluas keilmuan komunikasi khususnya dalam bidang media.
- c. Bagi akademis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi kepada penulis mengenai pembingkai berita yang ada pada media.

