

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring berjalannya waktu, kemajuan zaman tak dapat dihindari bagi semua umat manusia, tak lupa juga berkembangnya teknologi komunikasi dan media sosial. Sehingga membuat seluruh umat manusia dapat mengakses informasi yang dibutuhkan dan disuguhkan secara instan, baik informasi mengenai olah raga, budaya, politik, ekonomi, dan peristiwa yang sedang terjadi. Sangat tidak dipungkiri, bahwa di media sosial, Indonesia terhitung ke dalam barisan para elit dunia, terhitung dalam hal jumlah pengguna (Akhmad Rohafan, 2014 : 6).

Maka dari itu akhir-akhir ini tidak heran, segala macam perkembangan yang terjadi sangat menakjubkan, khususnya dalam bidang teknologi terutama dalam hal informasi dan komunikasi. Lalu yang pada awalnya hanya ditemukan berbagai perangkat sederhana, mulai dari telepon, yang berbasis analog, berkembang pesat hingga muncul berbagai perangkat elektronika lainnya. Hingga akhirnya teknologi ini terintegrasi dengan satu sama lainnya (Mufid, 2009 : 111). Di Indonesia sendiri perkembangan teknologi khususnya media massa yang terbilang banyak peminatnya yaitu media massa elektronik dan cetak. Untuk perbedaannya sendiri yaitu media cetak terdiri dari surat kabar, tabloid, serta majalah. Sedangkan untuk media elektronik meliputi siara radio dan siaran televisi. Disamping itu, banyak ahli juga memasukkan film dan buku sebagai bagian dari komunikasi massa (Wahjuwibowo, 2015 : 8).

Akan tetapi semakin berkembangnya zaman, teknologi dan media telah mengalami proses penyatuan (kovergensi). Untuk lebih jelasnya, kovergensi teknologi merupakan proses penyatuan dari sejumlah teknologi sehingga dapat terbentuknya suatu media komunikasi yang baru, seperti contohnya teknologi penyiaran yang berkonvergen dengan teknologi internet, maka terbentuklah televisi internet, sedangkan untuk konvergensi media sendiri tidak jauh beda dengan konvergensi teknologi, hanya saja untuk konvergensi media lebih fokus kepada *content* (isi), sebagai contoh media televisi melakukan konvergensi dengan surat kabar, dengan begitu kedua media tersebut telah melakukan kerja sama dalam hal mengisi konten (Mufid, 2009 : 121-122).

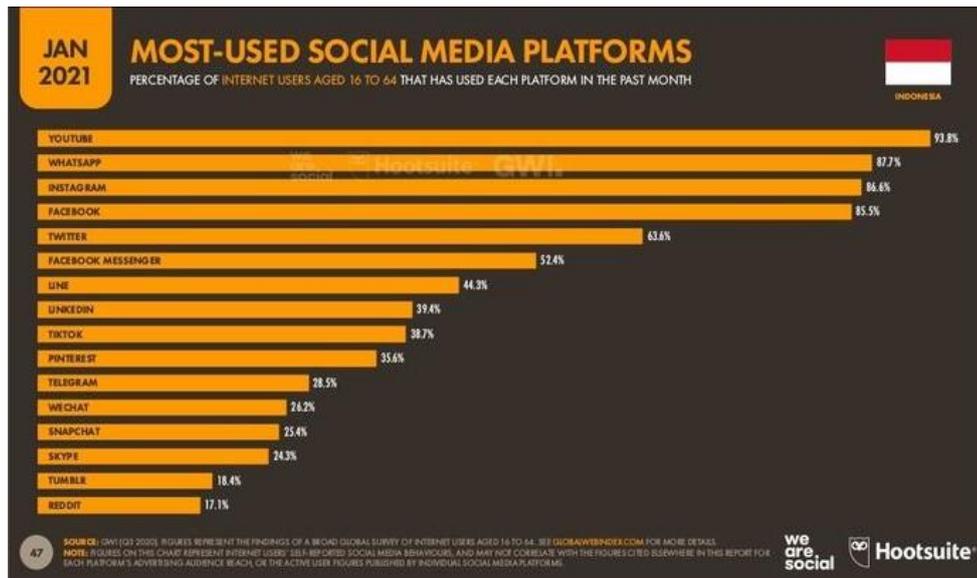
Oleh sebab itu media dituntut agar mampu memenuhi kebutuhan dari berbagai kalangan, yang kebanyakan dari mereka sudah mulai meninggalkan media cetak lalu beralih ke media *online* sebagai sumber mencari informasi. Hingga saat ini hampir kebanyakan media massa memiliki media *online* kepunyaan mereka sendiri. Hal itu terjadi juga pada Kompas, media *online* yang berdiri sejak 14 September 1995 ini hadir dengan nama *Kompas Online* sebagai platform versi *online* dalam harian Kompas dengan menggunakan alamat domain [www.kompas.co.id](http://www.kompas.co.id) lalu saat menginjak tahun 1996 Kompas merubah alamat domain mereka menjadi [www.kompas.com](http://www.kompas.com) selanjutnya setelah berjalan selama 13 tahun tepatnya di tahun 2008 *Kompas Online* merubah nama (me-rebranding) menjadi *kompas.com* dengan tujuan menegaskan bahwasannya media ini hadir diantara pembaca sebagai acuan jurnalisisme yang baik yang marak sekali informasi yang diragukan kebenarannya. Kompas.com juga mempunyai tagline

*Jernih Melihat Dunia* bertujuan agar memberika layanan bagi para pembaca berita harian kompas di berbagai daerah, terutama pada pembaca di wilayah Indonesia timur dan juga luar negeri yang mereka tanpa harus menunggu berhari-hari seperti sebelumnya.

Di sisi lain, khalayak atau pengguna media sosial serta penikmat berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi dapat turut andil dalam beropini dan juga berkomunikasi secara interpersonal melalui *gadget* mereka pada setiap postingan atau akun media sosial baik pada aplikasi facebook, instagram, twitter, dan youtube sekalipun. Khususnya di negara Indonesia, negara yang menganut asas demokrasi ini yang telah tertuang dalam bukti normatif dalam UUD 1945 alinea keempat dan juga terdapat pada batang tubuh UUD 1945, dengan begitu dimanfaatkan oleh warganya untuk bebas mengakses informasi dari setiap platform di media sosial mereka yang ada di telepon genggam mereka.

Maka dari itu, masyarakat Indonesia dapat memanfaatkan asas yang dianut oleh negaranya dengan cara merasakan langsung berkembangnya zaman melalui kemajuan teknologi komunikasi dan media sosial. Mengutip hasil liputan dari Kompas.com yang dirilis pada 24/02/2021, pukul 08.05 WIB. Dijelaskan bahwa menurut laporan dari *Hootsuite* dan *We Are Social* memaparkan bahwa ada lebih dari setengah penduduk di Indonesia telah aktif atau “melek” dalam menggunakan media sosial pada Januari 2021. Dalam laporan tersebut dijelaskan bahwa dari total 274,9 juta penduduk Indoensia, 170 diantaranya pengguna aktif media sosial. Berdasarkan hasil dari laporan tersebut, menunjukkan bahwa persentase aplikasi media sosial paling banyak digunakan di Indonesia yaitu dengan urutan pertama

adalah aplikasi Youtube sebanyak 93,8%, disusul oleh WhatsApp sebanyak 87,7%, lalu ada Instagram dengan total 86,6%, selanjutnya ada facebook dengan total 85,5%, dan ada Twitter sebanyak 63,6%. (tekno.kompas.com, 2021)



**Gambar 1.** Platform Media Sosial Paling Sering Digunakan di Indonesia

Sumber: Hootsuite dan We Are Social, 2021

Demokrasi di Indonesia sendiri telah mengadopsi demokrasi ala barat, yang telah memperkenalkan demokrasi secara prosedural, yang dimaksud secara prosedural di sini ialah dengan sebutan pemilihan, yang telah berlangsung dalam skala nasional (pemilihan umum) atau juga untuk skala local (pemilihan lokal). Demokrasi secara prosedural telah berhasil dipraktikan di Indonesia melalui pemilihan umum pada tahun 1955 sampai 2004, meski begitu selama 32 tahun berjalan pemilihan umum sempat ternodai untuk melegitimasi penguasa. Pada pemilihan umum (pemilu) tahun 1999 menjadikan titik awal baru praktik demokrasi di Indonesia secara prosedural (Mariana, 2009).

Disamping itu, demokrasi yang ada di Indonesia patut dipertanyakan lagi, sebagaimana dengan adanya pemasangan baliho kampanye dari partai politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dengan gambar tokoh Puan Maharani yang terletak di lokasi bencana alam Semeru, Lumajang, Jawa Timur.



**Gambar 2.** Berita tanggal 22 Desember 2021 pada media *online* Kompas.com (*Baliho Puan Bertebaran di Lokasi Bencana Semeru, Bagaimana Etikanya?*).

Terlebih lagi jika kita melihat dari sisi geografis, negara Indonesia saat ini telah masuk sebagai salah satu dari 35 negara dengan ancaman resiko bencana alam tertinggi di dunia, menurut keterangan dari Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Doni Monardo yang disiarkan melalui *channel* Youtube BNPB, Selasa 15 Desember 2020, mengatakan “Indonesia sudah dideklarasikan oleh World Bank sebagai salah satu dari 35 negara di dunia dengan tingkat ancaman bencana tertinggi. Jadi dari 35 negara dengan resiko bencana alam tertinggi, Indonesia menjadi salah satunya”, ujar Doni dalam ‘Seminar Nasional Sosialisasi dan Pembelajaran Pemulihan Pasca Bencana Alam: Sosial, Ekonomi, dan SDA’ (CNN Indonesia, 2020).

Di balik itu, dengan munculnya pemberitaan terkait peristiwa keberadaan baliho Puan Maharani yang juga selaku Ketua Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia (RI), di lokasi bencana alam mendapat berbagai macam reaksi dari masyarakat Indonesia terlebih netizen, dijelaskan di dalam artikel Kompas.com, ada salah satu akun instagram yang mengunggah rekaman video terkait peristiwa itu ialah @pasifisstatee pada 21 Desember 2021. Didalam video itu, terdapat dua yang sedang mengendarai sepeda motor di lokasi bencana Semeru, tepatnya di Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur, yang melintas di jalan raya yang kanan-kirinya terdapat banyak poster Puan Maharani, "*Banyak banyak banyak... Kepak sayap kebhinekaan, ramai kayak pasar malam,*" ucap lelaki didalam video tersebut. dalam unggahan itu, turut juga mengundang reaksi dari beberapa pengguna instagram, "*Orang lain saat bencana: banyak banyak berdoa. Puan: kampanye,*" kata akun @fredi\_kurniaawan dan "*Hati Nuraninya sudah mati, otaknya berapa inchi sih?*" kata akun lain @liiing.18. Mengenai peristiwa itu, pengamat politik dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Ubedilah Badrun mengatakan bahwa sesungguhnya tidak ada aturan yang dilanggar oleh Puan, hanya saja ia melakukan sesuatu yang menerobos batas etika (Kompas.com, 2021).

Sejak medio tahun 2021 memang telah diketahui bahwa baliho kampanye berwajah Ketua DPR Puan Maharani telah tersebar di berbagai daerah Indonesia. Hal itu dilakukan oleh partai PDIP saat Indonesia masih berstatus darurat Covid-19, yang dapat membangun persepsi masyarakat Indonesia, bahwasannya negara saat masih mengalami kondisi genting masih saja ada partai/tokoh politik yang

melakukan kampanye di saat masyarakat tertimpa musibah. Dan juga dapat membuat rendahnya akan partisipasi politik yang diakibatkan minimnya kesadaran politik dari masyarakat yang lebih cenderung akan persoalan negara. Serta partai-partai politik yang semestinya berkewajiban memberikan pendidikan politik, justru sangat merepresentasikan dengan kekuasaan, sehingga membuat partai politik akan menjalankan tugas politiknya masih buruk (Junaedi et al., 2019 : 42).

Dengan hadirnya pemberitaan terkait pemasangan baliho kampanye dari partai PDIP dengan menampilkan gambar tokoh Puan Maharani selaku Ketua Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia (RI) yang diberitakan oleh media massa Kompas.com secara *online*, yang salah satunya diberitakan lewat postingan akun *official* instagram Kompas.com pada 21 Desember 2021, dari postingan berita tersebut menghasilkan berbagai macam komentar dari pengguna instagram, sebagai contoh "*Duite nggo sandang, pangan, papane warga terdampak semeru malah luwe apik*" ujar @bussettt, sedangkan dari akun @raymondferdi971 "*Penting ya baliho puan saat kunjungan ketmpat terdampak bencana? Diartikan sendiri aja ya*", selanjutnya ada dari @fadliaguswibowo "*ironi sekali, mending duit buat baliho d belikan bahan pangan buat pengungsi*", dari akun @rahmannurrisal "*Mereka butuh makan, obat-obatan, dan tempat tinggal!! TIDAK BUTUH BALIHO*", ada juga dari @andifardi.bpcb "*Mereka butuh konsumsi dan tempat perlindungan*", dan masih banyak lagi pengguna instagram yang mengomentari postingan berita tersebut. Tak hanya itu, kolega dari Puan Maharani yang menjabat sebagai Sekretaris Jenderal PDIP Hasto

Kristiyanton turut memberi tanggapan, bahwasannya kritik merupakan hal biasa dalam demokrasi dan publik semestinya juga melihat bahwa PDIP telah turun membantu korban erupsi Semeru (Kompas.com, 2021).

Dalam kajian tentang media massa memang diperlukan suatu pendekatan menyeluruh (holistik) mengenai penafsiran bahwa pemberitaan dalam media merupakan prinsip bahwasannya fakta sosial pada umumnya memiliki interaksi sosial yang rawan akan terciptanya korban. Seperti halnya pada pemberitaan yang telah dijabarkan di atas, Kompas.com selaku media massa yang menjunjung tinggi transparansi pada jurnalisme, justru hal tersebut tidak sesuai dengan berita yang mereka kirimkan tentang adanya kampanye di lokasi bencana alam. Bagi sebagian orang, pemberitaan tersebut dirasa tidak ada kesalahan sama sekali, akan tetapi bagi mereka yang teliti akan langsung mengetahui letak kesalahan pada pemberitaan. Kompas.com selaku media yang profesional sudah semestinya menyadari bahwa pembaca produk jurnalistik mereka tidak sedikit, akan tetapi hal tersebut rasanya diabaikan oleh Kompas.com, media yang seharusnya menjadi pengawas dan penjaga demokrasi, ini justru menjadi penyedia panggung guna berjalannya proses kampanye politik praktis.

Penting untuk dipahami bahwasannya setiap perubahan yang tercipta pada media, akan turut juga perubahan yang dialami oleh masyarakat. Sangat disayangkan apabila ada pihak yang mendiamkan perlakuan yang merugikan kepentingan warga negara. Dari situlah akan muncul dengan kuat akan pengaruh dari media, kekuatan yang mampu melepaskan dorongan kepada khalayak yang menerima begitu saja isi pesan yang dikirimkan oleh media tanpa melalui proses

berfikir, hal bisa saja dimanfaatkan oleh produsen pesan (media) yang menjadikan khalayak sebagai objektifitas mereka dan dengan melakukan konstruksi realitas.

Akan tetapi jika khalayak mampu memberi kuasa balik pada media, segala hal mereka terima dari media tidak akan terasa. Hal itu disebabkan oleh khalayak yang telah memiliki bekal untuk menghadapi suatu realitas sosial yang dikonstruksikan oleh media

Dapat dilihat bahwa media *online* didukung oleh khalayak agar bisa memperoleh berita-berita terbaru dengan lebih cepat dibandingkan dari media cetak. Maka sebab itu peneliti dibuat tertarik untuk menggarap sebuah penelitian terkait permasalahan penegakkan demokrasi tersebut dengan judul “**PEMBERITAAN KAMPANYE PUAN MAHARANI DI LOKASI BENCANA SEMERU PADA MEDIA KOMPAS.COM (Analisis Resepsi Penerimaan Khalayak Tentang Pemberitaan Kampanye Puan Maharani di Lokasi Bencana Semeru pada Media Kompas.com)**” karena dengan pemberitaan tersebut, media secara tidak langsung membentuk opini serta pemahaman khalayak tentang suatu peristiwa.

Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada resepsi khalayak terhadap pemberitaan yang diberitakan oleh Kompas.com terkait peristiwa tersebut. Maka peneliti telah menentukan judul penelitian yaitu “**PEMBERITAAN KAMPANYE PUAN MAHARANI DI LOKASI BENCANA SEMERU PADA MEDIA KOMPAS.COM (Analisis Resepsi Penerimaan Khalayak Tentang Pemberitaan Kampanye Puan Maharani di Lokasi Bencana Semeru pada Media Kompas.com)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, telah diputuskan sebuah penelitian tentang bagaimana resepsi penerimaan khalayak tentang pemberitaan kampanye Puan Maharani di lokasi bencana Semeru pada media Kompas.com?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yakni agar mengetahui resepsi khalayak tentang pemberitaan kampanye Puan Maharani di lokasi bencana Semeru pada media Kompas.com.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Dari segi akademis, penelitian ini dilaksanakan untuk mengkaji resepsi khalayak tentang pemberitaan kampanye Puan Maharani di lokasi bencana Semeru pada media Kompas.com.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran kepada khalayak supaya bisa bersikap kritis terhadap tindakan kampanye yang sewenang-wenang, serta memberikan kesadaran politik dan demokrasi yang berlaku dalam lingkup sosial.