

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat berpengaruh besar pada perubahan masyarakat dari tradisional menjadi masyarakat modern. Sebelum perkembangan teknologi yang pesat ini, masyarakat tradisional masih menggunakan fasilitas surat menyurat untuk mengirim pesan tentu dengan biaya yang lebih tinggi dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan pesan dan informasi. Berbeda jauh dengan zaman modern, saat ini smartphone telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini untuk mendapatkan informasi yang sangat cepat dan berkirim pesan dengan sangat mudah. Selain itu, dengan adanya *World Wide Web* atau yang biasa dikenal sebagai website kita dapat terhubung dengan internet untuk mendapatkan informasi yang lebih luas.

Ketika membicarakan salah satu fungsi media massa yang menjadi alat penyatu masyarakat, tidak luput juga ketika kita dapat membicarakan tentang hal peluang munculnya permusuhan dan konflik di masyarakat akibat pemberitaan yang ada di media massa. Hal ini dikarenakan media massa dapat meliput suatu beritanya dengan dua macam teknik dalam meliput berita, yakni dengan menggunakan teknik *cover both sides* (meliput dua sisi yang berbeda secara seimbang) bahkan juga *all sides* (meliput dari banyak segi suatu kejadian). Dapat dilihat dari pernyataan di atas jelas bahwa media massa memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Media massa memiliki pengaruh yang sangat besar

dalam membentuk atau mempengaruhi pola pikir dan opini masyarakat baik yang bersifat positif atau negatif (Nurudin, 2007: 77).

Saat ini dapat dikatakan mudah dalam mencari informasi. Berkembangnya penyedia informasi atau media massa memiliki sisi positif meski tak jarang memberikan sisi negatif. Perubahan yang signifikan terjadi pada media massa saat ini. Dari perkembangannya media massa telah memasuki babak baru. Dengan lahirnya Jurnalisme Online, segala berita semakin mudah diproduksi dan sampai kepada publik. Jurnalisme ini memungkinkan berita yang diproduksi hitungan hari bisa menjadi hitungan detik.

Pemberitaan di era digital semakin marak melalui media online, salah satunya yaitu jurnalistik online. Bahkan media arus utama membuat media daring untuk tetap memberitakan peristiwa dengan cepat dan mudah diakses, bisa diupdate dan dihapus kapan saja, dan dapat berinteraksi dengan pembaca melalui kolom komentar. Jurnalistik online tidak mengenal tenggat waktu (deadline) sebagaimana dikenal di media cetak. Deadline bagi jurnalistik online dalam pengertian “publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung. Jurnalistik online dicirikan sebagian praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan pembaca dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain (M. Romli, 2012: 14)

Saat ini media konvensional seperti tv, radio majalah ataupun media *online* seperti Republika.co.id sedang menyoroti peristiwa yang terjadi pada bulan

Maret 2023 yang bahkan menjadi topik pembahasan pada media yaitu terkait dengan larangan bisnis bekas pakaian impor atau *thrifting* oleh pemerintah.

Tren *thrifting* sedang digandrungi oleh banyak khalayak, dikarenakan penggunaan barang vintage kembali populer dan dipatok dengan harga yang rendah. Tren ini cocok dilakukan bagi masyarakat yang ingin tampil keren dengan menggunakan merk mahal namun dengan harga yang ekonomis. *Thrifting* merupakan kegiatan jual beli pakaian bekas impor dengan harga murah dan mayoritas pakaian tersebut merupakan pakaian *branded* atau bermerek (idntimes.com/Sonya Michaela).

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UMKM melarang kegiatan *thrifting* ini dikarenakan barang impor yang masuk ke dalam negeri banyak yang ilegal alias tidak melalui perizinan bea cukai (Kompas.com/Ahmad Naufal Dzulfaroh & Sari Hardiyanto).

Setelah peristiwa ini ramai diberitakan, proses konstruksi berita yang dilakukan oleh media online ini bisa saja berbeda. Seperti contohnya mayoritas media online yang ada misal IDN Times, Tempo.co, Kompas.com memberitakan tentang kerugian yang dialami oleh pelaku UKM hingga mencapai puluhan juta bahkan sampai ratusan juta dikarenakan tidak dapat berjualan bahkan barang yang dijual pun disita oleh pemerintah. Lain halnya dengan media online Republika.co.id, situs berita ini tampak menyoroti dampak buruk kegiatan *thrifting* ilegal terhadap keberlangsungan negara.

Media online Republika.co.id menyoroti bahwa pakaian bekas impor ini tidak membayar bea cukai sehingga merugikan negara. Dikarenakan peminat

bisnis *thrifting* yang tinggi, hal ini merugikan pelaku UMKM yang membuat produk local dan pemilik pengusaha tekstil. Selain itu, limbah yang dihasilkan oleh pakaian bekas impor ini dinilai merusak lingkungan karena banyak yang berakhir di TPA. (republika.co.id/Ahmad Fikri Noor)

Setelah peristiwa ini ramai diberitakan, proses konstruksi berita yang dilakukan oleh media online ini bisa saja berbeda. Seperti contohnya mayoritas media online yang ada misal IDN Times, Tempo.co, Kompas.com memberitakan tentang kerugian yang dialami oleh pelaku UMKM lokal hingga mencapai puluhan juta bahkan sampai ratusan juta dikarenakan tidak dapat berjualan bahkan barang yang dijual pun disita oleh pemerintah. Isu yang dimunculkan oleh Republika selalu tampak menekankan segala aspek kerugian yang dialami oleh pemerintah terkait bisnis *thrifting* yang menjamur. Berbanding terbalik dengan Tempo.co yang mengambil *angle* berita tentang dampak larangan bisnis *thrifting* yang dialami oleh UMKM pelaku bisnis *thrifting*.

Dampak *Thrifting* Baju Bekas Impor, TPA Penuh Hingga Rugikan Negara

Produk tekstil bekas impor itu juga membawa dampak buruk bagi lingkungan.

Rep: Dedy Darmawan Nasution/ Red: Ahmad Fikri Noor



Gambar 1. 1 Headline salah satu berita larangan bisnis *thrifting* oleh pemerintah pada media online

Republika.co.id



Gambar 1. 2 Headline salah satu berita larangan bisnis *thrifting* oleh pemerintah pada media online

Tempo.co

Media online Republika.co.id menyoroiti bahwa pakaian bekas impor ini tidak membayar bea cukai sehingga merugikan negara. Dikarenakan peminat bisnis *thrifting* yang tinggi, hal ini merugikan pelaku UMKM lokal dan pemilik usaha tekstil. Selain itu, limbah yang dihasilkan oleh pakaian bekas impor ini dinilai merusak lingkungan karena banyak yang berakhir di TPA. Sedangkan pada media online Tempo.co, angle berita yang dipilih adalah bagaimana segala kerugian yang dialami baik oleh pelaku bisnis *thrifting* maupun konsumen bisnis *thrifting*.

Sedangkan sebagai institusi sosial, pers menurut PWI, semestinya bersikap imparisial dan membuka diri terhadap semua kepentingan dan semua sudut pandang terhadap persoalan-persoalan yang muncul di masyarakat. (Solopos.com). Pers yang merupakan alat untuk memotret suatu peristiwa (event) tertentu ternyata juga, menurut McLuhan, bertindak sebagai “penerjemah” (translator) yang memformulasi, merancang dan memformat “pernyataan tentang suatu fakta” (statement of event) yang ingin dicitrakan pers itu sendiri. Pencitraan atas fakta

suatu peristiwa, seseorang, kelompok atau lembaga tertentu sesungguhnya telah membawa “pandangan” (world view) baru bagi khalayak dalam memaknai realitas suatu kejadian atau peristiwa yang sebenarnya. Kekuatan pers dalam pencitraan tersebut akan membuatnya menjadi sesuatu yang “sangat kuat” (powerfull) untuk mendesain ‘realitas baru’ yang kadang kala cenderung berlebihan. (Fathurin Zein, 2004; 3).

Media massa baik media cetak, elektronik maupun online memegang peran besar dalam penyampaian berita terkait larangan bisnis *thrifting* ini. Adapun alasan pemilihan portal berita Republika.co.id adalah selain karena popularitasnya, juga karena adanya ideologi media yang dianut oleh masing-masing media yang peneliti pilih sebagai subjek penelitian media ini dipegang oleh Mahaka Media yang didirikan oleh Erick Thohir. Dikarenakan adanya kepemilikan media, maka terbentuklah suatu angle berita yang berbeda berdasarkan siapa pemilik media tersebut. Ideologi media dinilai sangat berpengaruh terhadap terbentuknya angle dari suatu berita (Eriyanto, 2002).

Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat tren di mana sejumlah pemilik media memasuki ranah politik. Salah satu contohnya adalah Erick Thohir, yang kini menjabat sebagai Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Erick Thohir juga merupakan pendiri Mahaka Group, yang mengelola berbagai perusahaan terkemuka seperti PT Mahaka Radio Integra, Tbk, PT Danapati Abinaya Investama (Jak TV), PT Avabanindo Perkasa (Mahaka Advertising), dan PT Republika Media Mandiri (Harian Republika dan Republika Online) (Anindya, 2020: Wartaekonomi.co.id). Keikutsertaan Erick Thohir dalam dunia politik,

khususnya sebagai Menteri BUMN, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap konstruksi berita politik yang dihadirkan dalam media yang dikelolanya.

Keterlibatannya dalam kebijakan pemerintah dan kepemimpinan di sektor BUMN bisa menciptakan dinamika tersendiri dalam pelaporan berita politik. Pemilik media yang memiliki keterkaitan dengan dunia politik sering kali dihadapkan pada tantangan untuk memastikan independensi dan objektivitas dalam menyajikan informasi politik. Hal ini mungkin menimbulkan pertanyaan dan keprihatinan terkait potensi konflik kepentingan antara perannya sebagai pemilik media dan posisinya dalam lingkup pemerintahan.

Dalam menjalankan tanggung jawabnya sebagai Menteri BUMN, apakah pilihan kebijakan yang diambilnya akan tercermin dalam liputan media yang dikelolanya? Bagaimana media tersebut menanggapi kebijakan pemerintah yang melibatkan BUMN? Semua pertanyaan ini dapat memberikan wawasan tentang kompleksitas hubungan antara kepemilikan media dan kepentingan politik. Kesadaran terhadap potensi konflik kepentingan dan upaya untuk menjaga independensi redaksi adalah aspek krusial dalam menghadapi tantangan semacam ini. Sejauh mana media yang dikelola oleh pemilik yang terlibat dalam politik mampu mempertahankan standar etika jurnalistik dan memberikan informasi yang seimbang, transparan, dan akurat menjadi pertimbangan penting dalam mendukung fungsi media sebagai pilar demokrasi. Sehingga dipilihlah salah satu berita politik yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini adalah peristiwa larangan bisnis *thrifting* oleh pemerintah.

Adanya peristiwa tersebut menjadikan media tertarik untuk melakukan pemberitaan, termasuk Republika.co.id dan Tempo.co. Dalam penelitian kali ini dipilihnya kedua media tersebut dikarenakan kepemilikan dari media Republika.co.id yaitu Erick Tohir, yang saat ini juga menjabat sebagai Menteri. Pada proses perkembangannya portal jurnalistik Republika.co.id mulai diluncurkan sejak pada tanggal 17 agustus 1995, peluncuran ini selang dua tahun dengan diterbitkannya *Harian Republika*. Republika.co.id pada pelaksanaan penyampaian suatu informasi memanfaatkan teknologi hiperteks dan hypermedia yang ada saat ini. Informasi-informasi ini disajikan dalam berbagai macam bentuk baik secara teks, video, maupun juga audio. Hingga saat ini Republika.co.id dirasa berhasil menjalan sebuah media massa berbasis online ini, karena merujuk hasil riset yang dikeluarkan oleh situs alexa.com hingga pada saat ini Republika.co.id masih masuk kedalam predikat 50 besar media online dengan pengunjung paling banyak di Indonesia. Hasil ini tentu dapat menunjukkan bahwa memang Republika.co.id menjadi sebuah portal berita online yang dipercaya oleh banyak warga masyarakat dengan tingkat kredibilitas yang sangat tinggi. Masyarakat telah memberikan sebuah kepercayaan tersendiri kepada Republika.co.id didalam menyampaikan informasi.

Berbeda dengan *Republika*, *Tempo* didirikan oleh Goenawan Mohammad. Media massa ini telah beroperasi sejak tahun 1995 dan mengalami dua kali pembredelan selama orde baru. Salah satunya terjadi karena *Tempo* memberitakan kecurangan dalam pemilu, di mana pada saat itu partai Golkar yang dipimpin oleh Soeharto berkuasa. Keberanian *Tempo* dalam mengungkap berbagai kasus terkait

pemerintahan membuat Goenawan Mohammad meraih Penghargaan Kebebasan Pers Internasional pada tahun 1998.

Sejak tahun 1996, Tempo memulai langkah untuk memasuki dunia digital dengan mendirikan portal berita bernama Tempointeraktif, yang kemudian berganti nama menjadi Tempo.co pada tahun 2001 di bawah naungan PT. Tempo Inti Media Tbk. Pada tahun 2008, Tempo.co mengalami transformasi untuk mengikuti perkembangan dan kebutuhan saat itu. Pembaruan ini bertujuan agar Tempo.co menjadi penyedia portal berita online yang berkualitas, dengan penekanan pada kode etik dan standar jurnalisme. Perubahan yang dilakukan Tempo.co pada tahun 2008 bertujuan untuk meningkatkan kualitas berita dan memberikan informasi yang lebih tajam, berimbang, dan cerdas. Lingkup informasi yang disajikan juga diperluas, mencakup berbagai topik seperti olahraga, hiburan, otomotif, gaya hidup, teknologi, dan berita terkini lainnya. Selain fokus pada berita nasional, Tempo.co juga mencakup berita internasional.

Pembaruan yang dilakukan pada tahun 2008 membawa hasil positif bagi Tempo.co. Menurut penelitian yang dibagikan oleh alexa.com, hingga saat ini, portal berita online Tempo.co menduduki peringkat ke-34 di Indonesia dengan nominasi sebagai media penyedia jurnalisme online dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia.

Berdasarkan pemikiran diatas maka penting dilakukan penelitian bagaimana media massa khusus Republika.co.id dan Tempo.co mengemas berita. Bagaimana agen-agen media mengemas pemberitaan sehubungan dengan larangan bisnis *thriftling* oleh pemerintah. Penelitian ini mengambil pemberitaan

pada periode Maret 2023. Adapun pemilihan berita periode Maret 2023 dikarenakan berita tentang larangan bisnis *thriftling* oleh pemerintah sedang naik dan ramai dibicarakan oleh masyarakat terutama pelaku UMKM bisnis *thriftling*.

Kemudian untuk mengetahui bagaimana proses konstruksi berita larangan bisnis *thriftling* oleh pemerintah pada media online Republika.co.id dan Tempo.co peneliti akan melakukan analisis *framing*. Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana realitas dikonstruksikan oleh media melalui berita. Dalam melakukan proses analisis *framing*, peneliti menggunakan model analisis *framing* Robert N. Entman yang melihat dan menitikberatkan pada dua lapisan, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu realitas. Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui strategi pembingkai yang dibangun oleh Republika.co.id dan Tempo.co dalam mengkonstruksi berita larangan bisnis *thriftling* oleh pemerintah dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi kontrol terhadap media dalam hal subjektivitas media.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis informasi yang ada di dalam media online, pokok permasalahan yang akan dikaji lebih jauh adalah :

Bagaimana media online Republika.co.id dan Tempo.co membingkai pemberitaan tentang larangan bisnis *thriftling* oleh pemerintah pada periode Maret 2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana media online Republika.co.id dan Tempo.co membingkai pemberitaan tentang larangan bisnis *thrifting* oleh pemerintah pada periode Maret 2023.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan studi Ilmu Komunikasi dalam hal jurnalistik dan mengenai pemberitaan di media online khususnya untuk melihat konstruksi sebuah media dengan menggunakan konsep analisis *framing*. Penelitian ini juga diharapkan mampu menambah referensi mengenai kajian ilmu dalam media online dan bidang kajian jurnalistik media online khususnya dalam studi analisis *framing*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu dan pengetahuan yang terbaru bagi masyarakat pada umumnya, dan bagi para praktisi media khususnya. Dan paling penting membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi berminat pada kajian analisis teks wacana media.