

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Setiap orang, badan, lembaga, organisasi kemasyarakatan dalam suatu wilayah mempunyai hak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk membangun lingkungan sosialnya dimana informasi dan komunikasi tersebut dapat menjadi pedoman bagi pemerintah atau instansi yang dituju untuk menjalankan suatu pekerjaan dan pelayanan masyarakat. Untuk itu perlu dibangun dan dikembangkan sebuah jaringan informasi guna tersalurnya kebebasan masyarakat untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi dari pemerintahan. Dengan menggunakan media online sebagai sarana media komunikasi pembangunan, masyarakat saat ini dapat lebih mudah ikut berperan dalam memantau pembangunan-pembangunan yang terjadi di lingkungan sosialnya.

Perkembangan teknologi informasi menggunakan media online tidak lepas dari internet (kependekan dari '*interconnected-networking*'). Internet ialah rangkaian komputer yang terhubung satu sama lain. Hubungan melalui suatu sistem perangkat komputer untuk lalu lintas data itulah yang dinamakan network. (Sudarma&Setyaji,2012:2). Untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat, media atau pers dituntut untuk bisa menambah pengetahuan pembacanya dengan menyajikan informasi yang memiliki kebenaran, kepentingan, dan manfaat.

Berita diproduksi dan didistribusikan pers menyanggah peran ganda yaitu sebagai produsen berita dan saluran dalam sebuah proses komunikasi. Pers sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan. Kebebasan media dilindungi oleh undang-undang yang menjamin beropini dan kebebasan memberikan informasi kepada masyarakat.

Berita harus memenuhi beberapa unsur yang nantinya akan membuat suatu berita tersebut bisa layak untuk dimuat. Pertama-tama berita harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat. Selain akurat berita harus lengkap, adil, dan berimbang. Kemudian berita pun harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis berita harus objektif. Karena berita memiliki power untuk membentuk opini publik, jadi sesuatu yang ditulis oleh media harus memenuhi unsur-unsur di atas agar tidak ada pihak yang dirugikan. (Kusumaningrat 2006 : 47)

Media online adalah tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik yang berbeda dari jurnalisme sebelumnya. Fitur-fitur uniknya mengemuka teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita, J.Pavlik(2001) dalam bukunya *Journalism New Media* menyebut tipe baru jurnalisme ini sebagai “*contextualized journalism*” karena mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik, yaitu kemampuan-kemampuan berdasarkan platform digital. Kualitas-kualitas interaktif komunikasi online, dan fitur-fitur yang ditatanya (*customizeable features*).

Di Indonesia perkembangan media online dimulai oleh Majalah Mingguan Tempo pada 6 Maret 1996. Alasan pendirian Tempo pada waktu itu adalah semata-mata agar media itu tidak mati karena media cetak Tempo pada saat itu sedang dibreidel (Majalah Tempo Edisi Ulang Tahun ke-40, Kecap Dapur). Selanjutnya adalah Detik.com. Detik.com adalah pioneer media online di Indonesia. Server Detik.com sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun baru mulai online dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Detik.com adalah media online berupa portal berita pertama di Indonesia yang benar-benar menjual konten dan menerbitkan informasi secara update dan real time. Keberhasilan Detik.com kemudian ditiru oleh berbagai perusahaan lain. Seperti juga di internasional, di Indonesia pertumbuhan internet dan media online menjadi pesaing bagi media cetak. Sebagai bentuk reaksi, banyak media cetak yang kemudian juga membuat portal berita dalam versi online. Muncul kompas.com, media indonesia dll. Juga muncul portal pesaing Detik.com seperti OkeZone.com, VivaNews.com dll. (Dwi Aris Subakti: 2009)

Dengan banyaknya anekaragam media informasi akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pembaca harus lebih selektif dalam memilih media mana yang sesuai dengan kebutuhan dan tidak menelan semua berita mentah-mentah. Karena tidak semua berita bersifat obyektif. Objektivitas sangat penting diperhatikan dalam sebuah pemberitaan. Objektivitas pada umumnya berkaitan dengan berita dan informasi, objektivitas juga seringkali dihubungkan dengan isi dan juga objektivitas diperlukan untuk mempertahankan kredibilitas.

Definisi tentang Objektivitas berita sangat beragam, namun secara sederhana dapat dijelaskan bahwa berita yang obyektif adalah berita yang menyajikan fakta, tidak berpihak dan tidak melibatkan opini dari wartawan. Objektivitas menurut McQuail (1994 : 130) lebih merupakan cita-cita yang ditrapkan seutuhnya. Dalam sistem media massa yang memiliki keanekaragaman eksternal, terbuka kesempatan untuk penyajian informasi yang memihak, meski sumber tersebut harus bersaing dengan sumber informasi lainnya yang menyatakan dirinya obyektif. Meskipun demikian tidak sedikit media yang mendapatkan tuduhan “media itu tidak obyektif” jika sebuah berita tidak obyektif maka dapat dikatakan bahwa media. Kemudian berita harus tidak “menipu” khalayaknya pun mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis berita harus obyektif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pemberitaan di suatu media massa adalah kepemilikan dari media tersebut. Dalam pendekatan politik ekonomi media berpendapat bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Faktor seperti pemilik media, modal, dan pendapatan media dianggap lebih menentukan bagaimana wujud isi media. Faktor-faktor inilah yang menentukan peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan, serta kearah mana kecondongan pemberitaan media hendak diarahkan (Sudibyo, 2001:2). Dalam pendekatan politik ekonomi media, kepemilikan media (*media ownership*) mempunyai arti penting untuk melihat peran, ideologi, konten media dan efek yang ditimbulkan media

kepada masyarakat. Adanya kepentingan pribadi tersebut akan sangat mempengaruhi bagaimana dan kemana arah dibawa.

Di Indonesia saat ini muncul fenomena penggunaan media sebagai sarana penyalur agenda politik kelompok tertentu. Hal tersebut disebabkan banyaknya pemilik media massa tersebut adalah orang-orang yang juga berkecimpung di dunia perpolitikan, seperti Aburizal Bakrie yang memiliki media TV One, ANTV dan Vivanews. Kemudian Surya Paloh yang memiliki Metro tv dan Media Indonesia, begitu juga Dahlan Iskan yang mempunyai Jawa Pos yang memiliki cabang di setiap kota besar di Indonesia. Maupun Hary Tanoesodibyo yang memiliki MNC yang di dalamnya ada beberapa media seperti MNC TV, RCTI, Global TV dan juga media online okezone.com.

Pendekatan politik ekonomi media berpendapat bahwa isi media lebih di tentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Faktor seperti pemilik media, modal, dan pendapatan media dianggap lebih menentukan bagaimana wujud isi media. Faktor-faktor inilah yang menentukan peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan, serta kearah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan (Sudibyo, 2001:22). Dalam pendekatan politik ekonomi media, kepemilikan media (media ownership) mempunyai arti penting untuk melihat peran, ideologi, konten media dan efek yang ditimbulkan media kepada masyarakat.

Jika memang demikian, maka kekuasaan pemilik media. Meski secara etik dibatasi dan secara normatif disangkal, bukan saja memberi pengaruh pada konten media, namun juga memberikan implikasi logis kepada masyarakat selaku audiens. Pemberitaan media menjadi tidak bebas lagi, muatannya kerap memperhitungkan aspek pasar dan politik pemilik medianya maupun penyokong modalnya yang mengakibatkan isi media tersebut tidak lagi obyektif.

Memang tidak bisa dipungkiri lagi bahwa pada dasarnya media selalu memiliki celah untuk dimasuki unsur subjektifitas yang menyebabkan berita tidak berimbang. Namun tidak juga bisa menghilangkan unsur subjektifitas tersebut. Yang dapat dilakukan adalah mengurangi kadar subjektifitasnya. Jadi berita yang objektif adalah berita yang unsure subjektifitasnya kecil atau rendah. Tidak mungkin ada pemilik media yang menginginkan pemberitaan negative tentang dirinya maupun pemberitaan yang tidak mendukung dirinya.

Pemilihan presiden selalu menjadi sebuah topik yang hangat dalam sebuah media, banyak media yang berlomba-lomba untuk memberikan informasi seputar pemilu secara cepat dan aktual, terlebih lagi pada media online yang mengandalkan kecepatan. Sudah sejak lama kegiatan pemilu terlebih Pemilu Presiden atau Pilpres tidak bisa lepas dari aktivitas media karena melalui media, sebuah komunikasi politik diberikan tempat sebagai alat komunikasi kepada masyarakat. Pemberitaan pers di media selain mampu mengkonstruksikan pendapat ternyata mampu membuat keputusan kepada siapa mereka akan memilih dalam suatu kontes pemilu. Berita seputar pilpres yang akan dilaksanakan pada tahun 2019 pun sudah menyita perhatian pers dan masyarakat indonesia.

Pemilihan Presiden di tahun 2019 menghasilkan dua nama pasangan, yakni Joko Widodo – Ma’ruf Amin dan Prabowo – Sandiaga Salahuddin Uno. Pada tanggal 10 Agustus 2018 kedua pasangan resmi mendaftar sebagai peserta Pilpres 2019. Menjadi menarik karena pilpres 2019 diikuti oleh 2 orang yang sama pada pilpres 2014 dan diikuti seorang petahana presiden yang kini sedang menjabat yakni Joko Widodo.

Saat ini pemberitaan di media online di Indonesia didominasi oleh pemberitaan yang menyangkut kecurangan Pemilihan Umum Presiden 2019. Konflik tersebut muncul setelah berdasarkan lembaga survei dan real count sementara Komisi Pemilihan Umum (KPU), Capres-cawapres Joko Widodo (Jokowi)-Ma’ruf Amin unggul dibandingkan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Sekarang dua kubu saling tuding soal adanya kecurangan dalam Pilpres 2019. Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo Subianto-Sandiaga Uno mengungkap temuan dugaan kecurangan pada Pilpres 2019. BPN menyatakan kecurangan itu melibatkan kepala desa (Kades) sampai kepala sekola (Kepsek). Menurut BPN ada kecenderungan penggunaan pengaruh kekuasaan yang luar biasa pada persoalan ini. BPN mengaku mempunyai data dan bukti kecurangan Pilpres 2019. BPN pun meminta Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma’ruf tak perlu risau bila tak melakukan kecurangan. Malah, TKN diminta adu data dan buktikan saat peoses rekapitulasi suara. Tim Kampanya Nasional (TKN) Jokowi-Ma’ruf juga menuding kubu Prabowo Subianto-Sandiaga Uno melakukan kecurangan Pilpres di luar negeri. TKN menerima banyak laporan di mana adanya dugaan oknum Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN) dan saksi dari kubu

Prabowo-Sandi yang membuat WNI tidak bisa mendapatkan hak pilihnya. Saat ini TKN tengah menyiapkan bukti kecurangan yang diduga dilakukan kubu 02 yang menguntungkan perolehan suara Prabowo-Sandi.

Tempo merupakan sebuah media yang lahir sejak era Orde Baru, pada masa kemunculannya Tempo memiliki ciri khas dengan model jurnalistik investigasinya dalam bentuk majalah, dengan seiring perkembangan zaman akhirnya tempo melebarkan sayap membuat Tempo versi online yang dikenal sebagai Tempo.co. Tempo sempat merasakan kepahitan pada masa kepemimpinan Presiden Soeharto, pada zamannya Tempo diberedel hingga 2 kali dikarenakan pemberitaannya yang terlalu tajam dalam mengkritik rezim. Tempo akhirnya terbit kembali pasca reformasi, selain itu tempo memperlebar cakupan bisnis medianya hingga mengeluarkan Tempo versi online yakni Tempo.co.

Media Tempo.co inilah yang akan diteliti oleh peneliti, menjadi perhatian bahwasannya pendiri Tempo Goenawan Muhammad pada pilpres 2014 mendukung Jokowi – JK seperti dalam berita “PILPRES 2014 : Taufiq Ismail Dukung Prabowo, Goenawan Mohamad ke Jokowi”, dimana berita ini berisikan dua tokoh sastrawan Indonesia yang memiliki perbedaan keberpihakan dalam politik dimana Goenawan Mohamad mendukung Jokowi dengan ikut menandatangani Manifesto Rakyat Tak Berpartai yang berisikan berbagai elemen masyarakat. Pada Pemilihan Presiden 2019 ini Goenawan Mohamad memastikan juga kembali mendukung Joko Widodo sebagai Presiden 2 periode seperti pada berita “GOENAWAN MOHAMAD DUKUNG JOKOWI DAN PSI” dimana di berita ini Goenawan mendukung penuh calon Presiden Joko Widodo yang

menurutnya sudah menunjukkan kinerja baik. Menurutnya Jokowi sudah banyak berbuat untuk bangsa dan berpengalaman.

Dengan adanya konflik yang melibatkan dua kubu Calon Presiden serta keterkaitan pendiri Tempo terhadap salah satu kubu capres akan menarik untuk diteliti bagaimana media online Tempo.co ini dalam memberikan pemberitaannya. Dari latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti bagaimanakah Objektivitas pemberitaan Kecurangan Pemilihan Presiden 2019 pada media online Tempo.co

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis isi sehingga diperoleh pemahaman yang akurat dan penting. Analisisnya adalah berita di media online yang analisis ini digunakan untuk mengkaji pesan-pesan di media. Pemanfaatan ilmu komunikasi media massa dapat diperoleh secara tepat implementasi di lapangan atas objektivitas pemberitaan dari media online yang menjadi subyek penelitian (McQuail,1994 : 179).

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas yang melandasi penelitian ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana objektivitas Pemberitaan Kecurangan Pemilihan Presiden Tahun 2019 pada media online?

1.3. Tujuan penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Objektivitas Pemberitaan Kecurangan Pemilihan Presiden Tahun 2019 pada media online Tempo.co di kanal Pilpres edisi 20 April hingga 20 Mei 2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

a. Secara teoritis

Secara akademis, hasil penelitian diharapkan bermanfaat untuk memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya pengaruh New media aplikasi sebagai sarana komunikasi masyarakat, dan lebih melengkapi khasanah ilmu pengetahuan.

b. Secara praktis

Secara praktis, Penelitian ini diharapkan kepada redaksi merdeka.com untuk terlebih dahulu memperhatikan Objektivitas dalam memberitakan Kecurangan Pemilihan Presiden media online tidak memihak, transparan, dan sumber berita yang jelas.