

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada masa sekarang berkembang semakin pesat, termasuk dalam bidang komunikasi yang semakin mudah untuk diakses. Salah satunya yaitu hadirnya media baru seperti situs berita online. Hal ini tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat akan informasi sebagai bagian dari gaya hidup. Situs berita online sebenarnya memiliki karakteristik seperti media massa lain yaitu sama-sama menyediakan informasi dan berita-berita yang aktual.

Informasi yang diangkat dalam media massa sangat beragam seperti, permasalahan sosial, budaya, ekonomi, politik, gender, dan masih banyak lainnya yang menyangkut aspek kehidupan manusia. Sebagai sebuah media baru tentunya situs berita online memiliki cara tersendiri dalam menyajikan beritanya.

Hal ini berkaitan dengan netralitas dan obyektivitas media ketika melaporkan peristiwa. Setiap wartawan maupun medianya selalu memiliki latar belakang dan berbagai faktor lainnya yang mempengaruhi cara berpikir, bertindak, dan memilih informasi untuk dilaporkan dan ditulis.

Jenis media komunikasi berbagai macam bentuknya, satu diantaranya adalah media komunikasi massa. Mengingat bahwasanya komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau

simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non-verbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah pihak punya sistem simbol yang sama (Lestarini, 2013, p.13)

Media massa merupakan produk yang di buat manusia. Salah satu produk dari media media massa adalah teks berita. Secara otomatis, teks berita kemudian menjadi buah dari kontruksi atas realitas. Maka, dalam hal ini teks berita juga merupakan sesuatu yang subyektif. Subyektifitas teks itu sendiri berasal dari sudut pandang dan konsep tersendiri yang di tawarkan oleh wartawan dalam suatu peristiwa (Mahargianingtyas, 2009, p.12)

Dengan demikian media massa adalah suatu lembaga netral yang berhubungan dengan orang banyak atau lembaga yang netral bagi semua kalangan atau masyarakat banyak media massa bukanlah sesuatu yang bebas dan independen tetapi erat kaitannya dengan realitas sosial, ada berbagai kepentingan dalam setiap media seperti kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan ekonomi dan lain-lain.

Kepentingan dalam institusi media massa menyebabkan institusi media menjadi tidak netral. Perkembangan isu-isu terkait sekaligus memberikan pengaruh terhadap pembentukan opini publik. Dapat dikatakan, bahwa media tidak sekedar menjadi pihak yang pasif dan netral, tapi media memilih hal tertentu untuk ditonjolkan, dan meminimalkan hal yang lain.

Portal berita menjadi populer dengan kemunculannya yang menawarkan kemudahan cepat dalam penyebaran informasi. Namun yang tidak bisa dipungkiri media massa online belum lepas dari kepentingan dan politik dibalikny.

Kepentingan seperti politik, ekonomi, kepemilikan media dan bahkan konstruksi realitas berdasarkan kepentingan kelompok atau media(Ningrum,2012: 2)

Media online adalah sebuah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal website, radio, TV-online, *pers* online, mail-online, dan lain-lain, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya (Iswara, 2011: 20)

Berita dapat dikatakan sebagai buah dari kinerja kumpulan individu dalam media yang muncul berdasarkan pertimbangan dan ideologi yang ada di lingkungan. Berita tersebut berisi fakta atau realitas yang dikemas dan disajikan ke khalayak ramai baik melalui elektronik maupun cetak. Berita merupakan laporan dari suatu realita yang ada di masyarakat, yang diolah dan direkonstruksi oleh media dengan dipengaruhi paradigma serta pemahaman dari wartawan atau jurnalis pada media massa itu sendiri (Sari, 2020: 15)

Berita merupakan laporan yang sangat cepat dan mengenai kepentingan umum. Berdasarkan pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa suatu berita adalah laporan tercepat mengenai fakta dan opini yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui media massa periodik untuk sejumlah besar masyarakat.

Media sekarang ini memang dijadikan ajang untuk melakukan promosi politik. Tujuan dari promosi politik adalah untuk meraih simpati dari publik untuk mau memberikan dukungan dan suaranya di pesta demokrasi ini. Namun publik harus cerdas dalam memilih pemimpin yang nanti akan mewakilinya. Publik tidak

boleh terjebak dalam pencitraan yang dibungkus oleh iklan politik, selain itu publik juga harus mengkritisi setiap rangkain peristiwa yang tersaji dalam pemberitaan media(Anggoro, 2014: 26)

Semakin marakya media sosial sebagai alat pendorong dan media untuk kepentingan umum maupun kepentingan pribadi, banyak dari pengguna berlomba-lomba untuk menaikkan popularitas atau pun memberitahukan kepada khalayak tentang hal yang baru, tak luput dari penyebaran berita yang sangat pesat dan para petinggi partai atau pun pemerintah dalam upaya meningkatkan popularitas demi tercapainya tujuan mereka.

Pemerintah juga tidak luput dari pemberitaan sebagai acuannya yaitu politik semakin dekatnya dengan pemilihan tahun 2024, sehingga banyak yang ingin menaikkan popularitasnya ataupun kinerjanya dengan cara menginformasikan melalui media sosial atau pun media cetak dan media elektronik lainnya seakan akan berlomba untuk mendapatkan simpati kepada msasyarakat luas agar lebih dikenal dan mengetahui kinerja dan perkembangan yang terjadi.

Fenomena polemik baliho telah sangat lama terjadi dan telah banyak yang memanfaatkan, media baliho sebagai faktor pendukung penyebaran informasi tak hanya informasi seputar iklan, adapun sebagai media untuk memperkenalkan diri ke khalayak yang lebih luas lagi, bahkan ada yang memanfaatkan nya sebagai media dakwah atau pun politik sebagaimana mestinya kita lihat sudah banyak baliho yang di gunakan untuk mengangkat *images* perorang untuk mengangkat eksistensi diri .

Dalam memberikan informasi kepada khalayak, media terlebih dahulu

mengolah dan mengkonstruksi fakta, hal inilah yang disebut dengan framing media. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui cara pandang atau perspektif seorang wartawan ketika menulis berita dan menseleksi isu.

Perspektif itulah yang akan menentukan fakta-fakta apa yang ditunjukkan, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan, dan ke arah mana berita tersebut akan dibawa. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis framing model Robert N Entman “Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. (Eriyanto,2003, p.221).

Framing entman menyoroti dua dimensi yakni seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek dari realitas atau isu tersebut. merupakan tahapan dalam framing yang digunakan untuk menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan ketika muncul suatu permasalahan. Diagnose Causes, merupakan tahapan analisis yang dilakukan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor utama suatu peristiwa.

Dalam *Make Moral Judgment*, merupakan elemen framing yang digunakan untuk membenarkan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. *Treatment Recommendation* digunakan untuk menilai solusi apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian tersebut sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap ”pemasangan baliho Puan Maharani pada media online

Detik.com, Kompas.com dan Media Tirto.id “ Peneliti menetapkan obyek pemberitaan ini pada pemberitaan online edisi bulan 03 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2021.

Alasan penetapan obyek ini adalah karena awal mulai nya pemberitaan mulai naik nya terjadi 03 Agustus 2021 dimana ketiga media memiliki *viewers* yang banyak sebagai acuan peneliti, dan kedua media online memiliki gaya bahasa yang berbedada, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti polemik pemasangan baliho Puan Maharani di ruang publik pada media online Detik.com, Kompas.com dan Tirto.id

Data penelitian diperoleh dari berbagai pemberitaan yang muncul di portal berita Detik.com dan Tirto.id Penelitian ini berupaya menggali bagaimana media Detik.com, Kompas.com dan Tirto.id dan Kompas.com memframing, mengkontruksi dan membingkai dari sudut pandang berita pemberitaan tentang pemasangan baliho Puan Maharani di ruang publik

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pembingkai Berita Pemasangan Baliho Puan Maharani di Ruang Publik Pada Media Online Detik.com, Kompas.com dan Tirto.id?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui bagaimana media online Detik.Com dan Tirto.Id membingkai

pemberitaan tentang Pemasangan Baliho Puan Maharani di Ruang Publik Pada Media Online Detik.com, Kompas.com dan Tirto.id?

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat sebagai bentuk penggambaran dari kajian komunikasi khususnya tentang analisis teks media dengan menggunakan metode framing atau pembingkaiian berita pemasangan baliho Puan Maharani di ruang publik Pada Media Online Detik.com, Kompas.com dan Tirto.id

1.4.2. Manfaat Praktis

Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan bacaan dalam menambah wawasan tentang analisis framing serta dapat menjadikan kritik dan saran terhadap isi berita ketiga portal media Detik.com, Kompas.com dan Tirto.id