



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, media baru (internet) berkembang dengan pesat setiap tahunnya. Pengakses internet terus mengalami peningkatan sejalan dengan ketersediaan infrastruktur yang semakin meluas, terjangkau, dan murah. Survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2013 mencapai 71,19 juta orang, meningkat 13% dibanding tahun 2012 yang mencapai 63 juta orang. Penetrasi jumlah pengguna internet mencapai 28% dari total populasi Indonesia (Artikel “APJII: Pengguna Internet di Indonesia Terus Meningkatkan” dimuat *Antaraneews.com*).

Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet yang demikian pesat, media *online* pun tumbuh subur. Banyak perusahaan media yang sebelumnya sudah memiliki surat kabar, majalah, radio, hingga televisi, turut merambah ke media *online*. Misalnya, *Metro TV* yang membuat versi *online*-nya dengan nama *Metrotvnews.com*. Selain itu, ada *KOMPAS* yang mendirikan *Kompas.com* pada tahun 1997. Bahkan, koran daerah *Tribun* yang juga berada di bawah naungan Kompas Gramedia Group, tak mau ketinggalan membuat situs *online*-nya, yakni *Tribunnews.com*.

Media *online* merupakan babak baru dalam dunia jurnalistik, setelah era media cetak-koran, tabloid, majalah, buku-dan media elektronik-radio, televisi, film/video (Romli, 2012:30). Keunggulan utama media *online* dibandingkan media konvensional adalah informasi yang disajikan bersifat *up to date* dan *real time*. *Up to date* karena media *online* dapat melakukan *update* berita dalam hitungan menit bahkan detik. *Real time* karena media *online* bisa langsung menyajikan berita saat peristiwa berlangsung. Wartawan *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa, setiap saat dan setiap waktu untuk meng-*update* informasi (Yunus, 2010:32).

Craig (2005:12) mengungkapkan, di era informasi seperti sekarang, informasi menjadi suatu komoditas yang sangat berharga. Tak bisa dimungkiri lagi, masyarakat informasi adalah masyarakat yang haus akan informasi. Dengan semakin tingginya mobilitas seseorang, mengakibatkan waktu yang dimiliki untuk membaca menjadi semakin sedikit. Pencarian informasi secara cepat benar-benar menjadi suatu kebutuhan.

Dari paparan Craig tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kecepatan dalam memberikan informasi bagi media *online* menjadi hal yang paling diutamakan. Media-media *online* saling bersaing untuk menyajikan informasi tercepat kepada publik. Persaingan untuk menyajikan informasi secara cepat ini memberi implikasi pada persoalan keakuratan berita. Pendapat ini didukung oleh Margianto dan Syaefullah (2012:38-39) yang mengatakan bahwa berita-berita yang disajikan melalui media *online* seringkali tidak mengindahkan akurasi.

Ketidakkuratan ini terlihat pada hal yang paling sederhana seperti salah ejaan, hingga yang paling serius yaitu substansi berita.

Akurasi merupakan suatu nilai dasar yang harus selalu diterapkan tanpa syarat. Pentingnya akurasi ini tidak dapat diperdebatkan dengan alasan apa pun, sebab berita yang tidak akurat dapat mengakibatkan media yang bersangkutan kehilangan kredibilitas di mata publik (Ishwara, 2011:39).

Laporan yang masuk ke Dewan Pers mengenai keluhan berita di media *online* jumlahnya terus meningkat. Sepanjang 2012, Dewan Pers menerima 90 pengaduan terkait pelanggaran kode etik yang dilakukan media *online*, kedua terbanyak setelah media cetak. Dari jumlah itu, 24 di antaranya menyangkut berita yang tidak akurat (Laporan Dewan Pers, dimuat *dewanpers.or.id*).

Fenomena di atas jelas tidak selaras dengan Kode Etik Jurnalistik. Dalam Surat Keputusan Dewan Pers Nomor: 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik, pada pasal 1 tertera dengan jelas, "Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk." (Peraturan Dewan Pers, dimuat *dewanpers.or.id*)

Banyak ruang redaksi di Amerika yang menempelkan peringatan dari International News Service: "*Get It First, But First Get It Right.*" Jadilah yang pertama untuk mendapatkan berita, tetapi yang lebih utama berita itu harus benar. Prioritas utama media adalah mendapatkan yang benar terlebih dahulu, bukan menjadi yang pertama. Karen Baker, wartawan dari *The News Tribune*, pernah mengatakan bahwa pembaca tidak akan mengkritik bila media terlambat dalam

memberitakan suatu peristiwa, tetapi mereka akan ingat terus bila media melakukan kesalahan (Ishwara, 2011:40).

Bicara mengenai media khususnya di negara demokrasi, tentu tak terlepas dari teori tanggung jawab sosial (*social responsibility theory*). Dasar pemikiran teori ini adalah kebebasan pers harus disertai tanggung jawab kepada masyarakat. Kebebasan yang telah dinikmati oleh pers bukan berarti bebas tanpa aturan, melainkan bebas yang harus dibatasi oleh moral dan etika. Dalam menjalankan tugas pokoknya, media massa harus bertanggung jawab kepada masyarakat dan patuh terhadap standar hukum tertentu. Misalnya, dalam menyajikan berita harus akurat, berimbang, dan tidak menimbulkan keresahan pada masyarakat. Dengan demikian, media dikontrol oleh pendapat masyarakat, tindakan konsumen, dan etika profesi (Siebert, Peterson, dan Schramm dalam Severin dan Tankard, 2011:377-379).

Teori tanggung jawab sosial membawahi fungsi pers (McQuail, 1996:115). Salah satu fungsi pers adalah sebagai penyebar informasi bagi khalayak. Sudah menjadi kewajiban bagi media massa untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi. Masyarakat tentunya berhak mendapatkan informasi yang tepat, akurat, dan benar. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Pers Nomor 40 tahun 1999, tepatnya pada pasal 6 yang berbunyi,

Pers nasional mempunyai peranan penting dalam memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui dan mengembangkan pendapat umum, dengan menyampaikan informasi yang tepat, akurat, dan benar. Hal ini akan mendorong ditegakkannya keadilan dan kebenaran, serta diwujudkannya supremasi hukum untuk

menuju masyarakat yang tertib. (UU Pers Nomor 40 tahun 1999, dimuat *depkominfo.go.id*).

Hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat kerap kali tidak dipenuhi oleh media *online*. Ward mengungkapkan, "Kita tengah berada pada sebuah zaman baru, zaman yang mengoyak-ngoyak aneka pakem jurnalistik yang dibangun dan dijaga selama bertahun-tahun." (Margianto dan Syaefullah, 2012:13). Teknologi informasi memunculkan ketegangan etik baru dan mendorong revolusi etik di dunia digital. Salah satu etika jurnalistik yang cukup sering dilanggar oleh media *online* adalah mengenai akurasi pemberitaan. Kesalahan akurasi yang paling sering terjadi, yakni dalam hal penulisan kata (salah tulis) (Romli, 2012:34).

Kovach dan Rosenstiel menuturkan, fungsi jurnalisme tidak boleh berubah secara mendasar, meski telah memasuki era digital. Teknik yang digunakan mungkin berlainan, tetapi prinsip-prinsip yang menggarisbawahinya tetap sama. Hal pertama yang harus dilakukan wartawan adalah verifikasi. Sebab, verifikasi adalah syarat mutlak bagi akurasi. Oleh karena itu, bagaimanapun cara dan bentuknya, media *online* tidak bisa melepaskan diri dari disiplin verifikasi (Kovach dan Rosenstiel dalam Margianto dan Syaefullah, 2012:42).

Verifikasi informasi merupakan hal yang esensial, sebab pemberitaan yang tidak akurat dapat merugikan banyak pihak. Selain memengaruhi reputasi media dan subjek pemberitaan, berita yang tidak akurat juga berdampak buruk bagi khalayak luas. Publik mendapatkan pengetahuan yang keliru dari media, sehingga

opini yang terbentuk juga salah. Dengan demikian, media dinilai gagal memberikan pencerdasan dan pencerahan kepada masyarakat (Artikel "Media Belum Akurat" dimuat *Kompas.com*).

Berangkat dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti tingkat akurasi pemberitaan media *online*. Penulis memilih berita dalam rubrik khusus *Calon Presiden 2014* di situs *Tribunnews.com*.

Dipilihnya pemberitaan mengenai calon presiden 2014 karena tahun ini merupakan tahun politik. Masyarakat Indonesia bakal disuguhi *event* demokrasi pemilu lima tahunan. Oleh karena itu, masyarakat membutuhkan informasi mengenai siapa saja calon presiden yang bakal diusung partai politik tertentu, apa latar belakang calon tersebut, program-program yang dijanjikan, dan bagaimana pandangan para pengamat politik. Informasi tersebut bisa diperoleh, salah satunya melalui media *online*. Tentunya, masyarakat memerlukan informasi yang akurat agar bisa dijadikan sumber referensi dalam memilih pemimpin bangsanya pada pemilu 9 Juli mendatang.

Dipilihnya *Tribunnews.com* sebagai subjek penelitian karena situs ini memiliki tren pertumbuhan *traffic* yang terus meningkat setiap tahunnya. Portal berita ini dikunjungi 17.704.590 pengguna setiap bulannya (*Statshow.com*). Data yang dirilis *Alexa.com* per 26 September 2013, menempatkan *Tribunnews.com* di peringkat 4 portal berita Indonesia yang paling sering diakses. *Tribunnews.com* berhasil menggeser posisi portal-portal berita ternama, seperti *Okezone.com*, *Merdeka.com*, *Tempo.co*, dan *Antaranews.com*.

Selain itu, di antara semua portal berita yang menempati jajaran lima besar, *Tribunnews.com* merupakan satu-satunya portal berita yang memiliki jaringan kuat di daerah. Media *online* ini didukung 23 situs harian lokal yang bernaung di bawahnya dan memiliki hampir 500 reporter di 18 kota penting di Indonesia (Nastiti, 2012:5).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat akurasi portal berita *Tribunnews.com* dalam rubrik khusus *Calon Presiden 2014*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat akurasi portal berita *Tribunnews.com* dalam rubrik khusus *Calon Presiden 2014*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi analisis teks dengan paradigma positivistik yang mengukur tingkat akurasi pemberitaan portal berita *online*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, memberikan referensi kepada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis, juga berguna bagi pengamat media, praktisi media *online*, khususnya wartawan dan editor portal berita *online* di Indonesia.