



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

Team Mirah Sakethi (2010, h.3) menjelaskan bahwa dari luas wilayah DKI Jakarta sebesar 661,52 Km², terdapat sekitar 24.000 hektar atau empat puluh persen dataran yang ketinggiannya berada di bawah permukaan laut. Perpaduan antara kondisi geografis dataran yang rendah, dialiri banyaknya sungai, dan lingkungan hidup yang kian rusak akibat meningkatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan kota Jakarta menjadi rentan terjadinya banjir.

Namun, permasalahan banjir yang melanda Ibu Kota Jakarta, terkadang sering dikaitkan dengan kinerja kepala daerahnya. Sebelum Basuki Tjahaja Purnama, atau yang lebih dikenal dengan sebutan Ahok menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, Joko Widodo (Jokowi) yang terlebih dahulu menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2012-2014 menghadapi datangnya banjir dengan melakukan *blusukan* ke sejumlah daerah yang telah tergenang banjir.

Dalam melakukan serangkaian kegiatan yang dilakukan, Jokowi mampu menarik perhatian media massa. Media massa mengabarkan setiap kegiatan dan langkah-langkah yang diambil Jokowi dalam menangani banjir yang terjadi di masa jabatannya. Salah satu pemberitaannya adalah pada

pemberitaan tanggal 16 Januari 2013, setelah tiga bulan menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, Jokowi mengunjungi beberapa kawasan, sambil membawa bantuan berupa buku tulis, sejumlah uang, dan bantuan beras. Selain itu, Jokowi melakukan pertemuan dengan Wakil Presiden Boediono untuk meminta bantuan pusat terkait penanganan banjir (Evan, 2014, para. 4).

Di sisi lain, Ahok memberi jaminan jika Jakarta tidak akan tergenang banjir dalam waktu yang lama dikarenakan semua sistem penyerapan air sudah berjalan. "Maka banjir sekarang akan lebih sedikit dari tahun lalu. Kita prediksi tidak akan lebih dari sehari banjirnya," katanya (Yudhistira, 2014, para. 2 dan 6).

Ahok kembali menjadi sorotan media massa pada tahun 2015, terutama pada bulan Februari, terkait datangnya banjir di sejumlah titik yang dikategorikan tertinggi bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Berdasarkan data Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), titik banjir di Ibu Kota pada tanggal 10 Februari 2015 berjumlah 107 lokasi ("Apa Beda Banjir Jakarta 2007, 2013, 2014, dan 2015", 2015. Para.1). Jumlah ini dinyatakan sebagai jumlah titik banjir tertinggi apabila dibandingkan pada tahun 2014, sejumlah 14 titik banjir (Firdaus, 2014, para.1).

Dampak yang ditimbulkan banjir yang memiliki titik banjir tertinggi pada bulan Februari 2015 tersebut membuat aktivitas perekonomian dan pemerintahan terganggu, dan sejumlah transportasi massal sempat berhenti beroperasi.

Sekretaris Jenderal Koalisi Perkotaan Jakarta Ubaidillah mengatakan jika dampak banjir yang terjadi pada tanggal 9 Februari 2015 di Jakarta dinilai sebagai banjir terparah bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

"Ini banjir terbesar sejak 2007, 2013, dan 2014. Banjir ini terjadi karena hujan lokal dan baru terjadi selama dua hari, tapi ternyata sudah melumpuhkan Kota Jakarta. Dampak banjir pada Senin lalu melumpuhkan aktivitas transportasi secara umum, aktivitas di jalan tol dan *commuter line*" (Tambun, 2015, para. 1-2)

Bukan hanya aktivitas transportasi umum, pemerintahan dan perekonomian saja yang terganggu, banjir yang mulai menggenangi Jakarta pada tanggal 9 Februari tersebut juga memasuki halaman Istana Negara yang menjadi tempat tinggal Presiden Jokowi beserta keluarga dengan ketinggian air sekitar 15 cm (Sa'diyah, 2015, para. 2). Selain itu, berdasarkan Kepala Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Provinsi DKI Jakarta, Denny Wahyu, Balai Kota juga ikut terendam banjir sejak pukul 01.00 WIB (Yuanita, 2015, para. 3).

Dampak banjir yang terjadi di Jakarta membuat Ahok berusaha mencari sumber penyebab banjir dan menindaklanjutinya. Namun, tidak sedikit cibiran yang ditujukan pada sosok Ahok karena dinilai gagal mengantisipasi datangnya banjir yang terjadi pada bulan Februari 2015. "Saya kira masyarakat kita biasa ngomong seperti itu. Kita harus terima makanya kita harus selesaikan mau cibir mau apa selesaikan," ujar Ahok ("Banyak Dicitir Soal Banjir, Ahok: Kalau Kamu Pintar Nyalon Jadi Gubernur 2017", 2015, para. 3)

Namun, Ahok menyayangkan pemberitaan yang dilakukan media massa terkait banjir di Jakarta yang beredar pada tiga hari sebelumnya. Ia berpendapat, media massa mengabarkan seolah-olah seluruh wilayah Jakarta telah tergenang banjir. “Mungkin itu disebut *the power of media*,” ungkap Ahok (Hairani, 2015, para. 1-2).

Ahok menjelaskan, lokasi yang tergenang banjir paling parah berada di Jakarta Barat dan Jakarta Utara. Sedangkan, di wilayah lain cenderung terkendali. Namun, dalam pemberitaan mengabarkan sebaliknya. “Seolah statusnya darurat,” ujar Ahok (Hairani, 2015, para. 3).

Di sisi lain, Kepala Pusat Data Informasi dan Humas Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Sutopo Purwo Nugroho ikut menjelaskan jika kondisi sungai-sungai di Jakarta masih tergolong aman dan belum ada pengungsi yang terdampak akibat banjir tersebut (Kusumawati, 2015, para. 3 dan 8).

Berawal dari pernyataan Ahok seputar kekuatan media yang mampu mengkonstruksi realitas terkait banjir yang perlu ditanganinya pada bulan Februari 2015, berita yang dipublikasikan oleh media massa seolah-olah memposisikan Jakarta dalam status darurat. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena menurut Wibowo (2014), pemberitaan yang dipublikasikan media massa seringkali dianggap sebagai sebuah kebenaran yang faktual karena ditulis berdasarkan fakta yang terdapat di lapangan. Nyatanya, tidak semua pemberitaan yang dipublikasikan bersifat ‘netral’ atau tidak berpihak. Hal ini dikarenakan isi media telah banyak dipengaruhi oleh berbagai hal,

seperti 'ideologi' yang dipegang wartawan, pandangan organisasi media terhadap politik, kepentingan pemilik media atau pemegang saham, dan sistem politik yang dimiliki negara.

Menurut Berger dan Luckmann (1966, h. 33), konstruksi didefinisikan sebagai kebenaran yang berasal dari hasil kreasi pikiran manusia terhadap realitas dalam kehidupan sehari-hari. Karena itu, kebenaran dianggap sebagai hal subyektif dan bukan hal obyektif.

Dalam isi berita yang dipublikasikan pada masyarakat, media juga mengambil peran dalam proses menciptakan realitas. Berdasarkan Eriyanto (2002) dalam melihat media dari pendekatan konstruktivis dijelaskan jika media dapat dipandang sebagai agen konstruksi sosial dalam mendefinisikan realitas, dimana media merupakan subjek yang mengkonstruksi realitas, yang lengkap dengan pemihakannya, memiliki sudut pandang sendiri, dan bias dalam pemberitaannya.

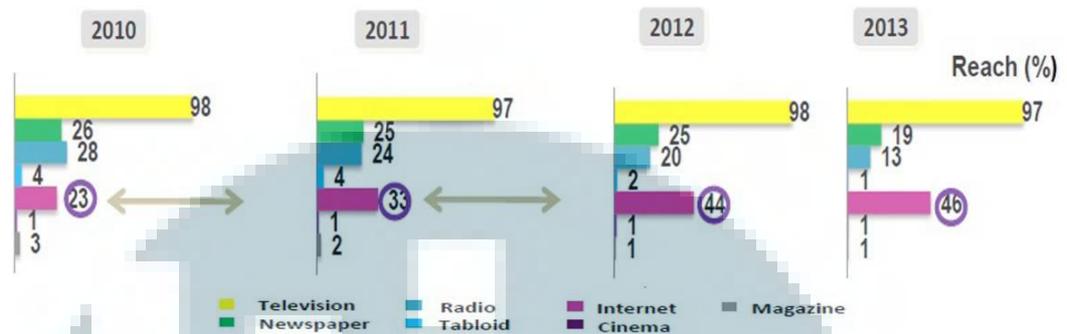
Menurut Kriyantono (2006, h. 256), *framing* yang dilakukan pihak media merupakan proses konstruksi, dimana berita yang diproduksi direkonstruksi dan dimaknai dengan cara dan arti tertentu.

Frame yang disajikan pihak media dalam memaknai suatu peristiwa memengaruhi sudut pandang pembaca terhadap peristiwa tersebut. Sehingga, pemahaman pembaca terhadap realitas yang terjadi terbentuk dari yang telah disajikan oleh media. Selain itu, *framing* dapat memberikan efek memobilisasi massa untuk mengarahkan perhatian pembaca, sehingga dapat

digunakan untuk menarik perhatian pembaca secara seksama terhadap suatu peristiwa (Eriyanto, 2002, h. 146-150).

Pemberitaan yang digunakan dalam penelitian akan diseleksi terlebih dahulu sesuai dengan kebutuhan peneliti. Menurut Eriyanto (2002, h. 2-3), media bukan memberitakan secara apa adanya, tapi mengkonstruksi sedemikian rupa realitas sehingga peristiwa yang sama dapat diperlakukan secara berbeda oleh media. Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas dikonstruksi oleh media. Dengan analisis *framing* yang digunakan peneliti, peneliti dapat membedah isi pemberitaan yang dipublikasikan media melalui bagian yang diseleksi media dan ditonjolkan dalam beberapa aspek.

Peneliti memilih media daring (dalam jaringan) sebagai sumber data yang digunakan untuk diteliti karena berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Yahoo dan Taylor Neilsen Sofres (2013), penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun 2010 hingga 2013. Di tahun 2013, persentase pengguna internet di Indonesia sebesar 46 persen lebih tinggi dibandingkan pengguna media cetak di Indonesia sebesar 19 persen. Data tersebut menjabarkan hasil dari periode Januari sampai Maret di tahun 2010 sampai 2013. Metode yang digunakan adalah metode interview secara tatap muka dengan responden berjumlah 2.801 orang yang terdiri dari pria dan wanita berusia 15 sampai 50 tahun dengan perekonomian SES A,B,C yang menggunakan internet di daerah Jabotabek, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Palembang, Makasar, Yogyakarta, dan Denpasar.



Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Media di Indonesia

Sumber : Yahoo Net Index ID 2013

Dengan persentase yang didapat dari penggunaan internet di Indonesia yang kian mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, pemberitaan yang dipublikasikan melalui internet memiliki pengaruh besar karena sejalan dengan kebutuhan informasi semakin meningkat, membutuhkan informasi yang mudah diakses, cepat *up-date*, dan memiliki banyak laman (*link*) terkait, sehingga masyarakat dapat lebih mengerti permasalahan dan memenuhi keingintahuan atas peristiwa yang terjadi.

Asumsi tersebut senada dengan pernyataan yang diberikan Hendri Satrio selaku pakar komunikasi dari Universitas Paramadina.

“Keingintahuan yang besar dari masyarakat terhadap perkembangan dinamika pemberitaan oleh media online adalah dengan keunggulannya yang cepat. Semua orang di abad ini dituntut melek teknologi dan selalu haus akan informasi” (“Pakar Sebut Media Online Lebih Agresif”, 2015, para. 4)

Media daring yang digunakan peneliti sebagai sumber data untuk diteliti adalah Tempo online (tempo.co) dan Vivanews (viva.co.id). Tempo.co, yang dulunya bernama tempointeraktif.com, merupakan portal berita yang berdiri

pada tahun 1996 dan menjadi portal berita tertua setelah republika online (Margianto dan Syaefullah, 2013, h. 16).

Secara umum, kredibilitas Tempo dalam mengabarkan berita tidak diragukan. Pernyataan ini senada dengan pernyataan yang diberikan Kustin Ayuwuragil Desmuflihah selaku reporter Merdeka online (merdeka.com) dari hasil wawancara via media sosial pada tanggal 3 Juli 2015.

“Untuk kredibilitas, Tempo tidak perlu diragukan lagi karena Tempo cukup kritis dalam menginvestigasi atau memberitakan sebuah masalah. Hal ini terlihat dengan infografis yang sedemikian rupa, kaya akan informasi, dan juga selalu ada klarifikasi dari pihak yang terlibat”

Sebagai media pembanding, peneliti memilih media daring Vivanews karena Vivanews merupakan portal berita di bawah naungan PT Viva Media Baru yang dikepalai Anindya Novyan Bakrie dan anak perusahaan Bakrie Group yang dimiliki Ketua Umum Golkar, Aburizal Bakrie (ARB). Secara tidak langsung, Ahok memiliki kaitan politik dengan ARB yang pernah sama-sama mendukung Prabowo Subianto, Ketua Umum Gerakan Indonesia Merdeka dalam koalisi merah putih di Pemilihan Presiden tahun 2014.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana media daring Tempo.co dan Vivanews mengkonstruksi sosok Ahok dalam menangani banjir di DKI Jakarta pada 9 Februari 2015 – 18 Februari 2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana media daring Tempo.co dan Vivanews mengkonstruksi sosok Ahok dalam menangani banjir di DKI Jakarta pada 9 Februari 2015 – 18 Februari 2015.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran atau referensi bagi ilmu komunikasi khususnya jurusan jurnalistik dalam menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman yang dilakukan dengan empat teknik, yaitu pendefinisian masalah (*define problem*), memperkirakan masalah atau sumber masalah (*diagnose causes*), membuat keputusan moral (*make moral judgement*), dan menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*).

1.4.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi masukan bagi masyarakat untuk lebih kritis dan sadar terhadap ketidaknetralan media yang mampu mengkonstruksi realitas di lapangan, sehingga pikiran masyarakat tidak mudah untuk diarahkan oleh media massa.