



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Penyampaian berita melalui berbagai *platform* semakin meningkat dengan kebiasaan pengguna internet yang berbeda dalam mengakses berita. Pengguna internet dapat mengakses segala hal yang diinginkan hanya dengan satu tombol klik. Berita yang ingin diketahui dapat ditemukan melalui koran, majalah, televisi radio, dan *website*, tetapi saat ini pengguna internet dapat mengakses berita melalui media sosial (Diehl, Barnidge, & Zuniga, 2018, p. 1).

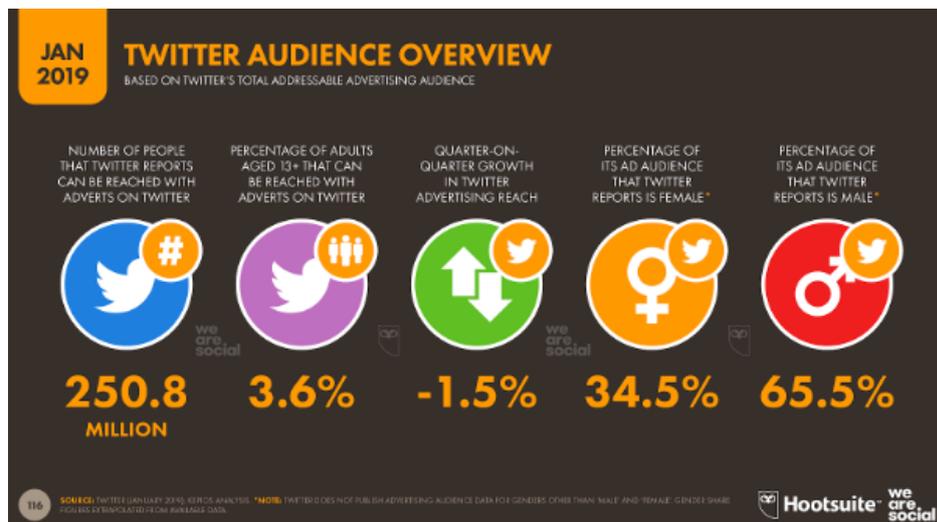
Penyebaran berita melalui media sosial saat ini menjadi populer sejak media daring membuat akun media sosial untuk media itu sendiri. Hadirnya media sosial menjadi konsumsi baru bagi pengguna internet yang ingin mengakses berita melalui media sosial. Adanya perkembangan yang cepat maka fokus saat ini adalah bagaimana media dapat respon perubahan teknologi dengan melihat kebiasaan konsumen dan kebiasaan media tersebut (Hermida, Fletcher, Korell, & Logan, 2012, p. 1)

Media The New York Times, CNN, BBC, Guardian, dan Fox News telah menggunakan media sosial, sebagai sarana penyebaran berita yang mereka terbitkan. Dibuat pada Februari 2007, CNN saat ini memiliki 41,9jt pengikut pada akun @CNN. Satu bulan setelah CNN mengeluarkan akun media sosial pribadi, The New York Times Hadir @nytimes tepatnya pada

Februari 2007 dengan jumlah pengikut Twitter 43,4jt. Penyebaran berita melalui media sosial terutama Twitter telah dilakukan sejak 2007 oleh media luar.

Media sosial yang digunakan untuk tujuan memperluas penyebaran berita. Salah satu media sosial yang digunakan media sebagai tempat penyebaran berita adalah Twitter. Twitter merupakan *micro-blogging platform* yang dibuat pada 2006. Dalam penggunaannya Twitter dapat menulis 280 karakter dalam menulis “*Tweet*” (Couldry, 2012, p. 41).

Gambar 1. 1 Twitter Audience Overview



Sumber: wearesocial.com

Terhitung pada Januari 2019 pengguna Twitter mencapai 250.8jt, dari keseluruhan pengguna terdapat 34.5% pengguna wanita dan 65.5% pengguna pria. Salah satu fitur yang dapat digunakan oleh pengguna Twitter adalah “*re-tweet*”. Fitur tersebut digunakan jika seseorang ingin mengirimkan “*tweet*” kepada orang lain, untuk masuk dalam “*home*” Twitter. Teknologi digital yang dimiliki Twitter, digunakan para pekerja media untuk mempercepat penyebaran berita melalui media sosial.

Penyebaran berita melalui media sosial di Indonesia sudah ada sejak tahun 2008, media pertama yang membuat media sosial sebagai tempat penyebaran berita adalah Tempo.co dengan akun *@tempodotco*. Saat ini banyak media di Indonesia yang menggunakan media sosial sebagai tempat penyebaran berita yang cepat.

Tabel 1. 1 Media, Tahun Pembuatan, Jumlah pengikut Twitter November 2019

Media	Nama Akun	Tahun Pembuatan	Jumlah Pengikut
Detik.com	<i>@detikcom</i>	Agustus 2009	15.1 M
Kompas.com	<i>@kompascom</i>	Maret 2009	7.4M
Okezone	<i>@okezonenews</i>	Juni 2009	1,7 M
Viva.co	<i>@vivacoid</i>	Mei 2009	4,1 M
Tempo.co	<i>@tempodotco</i>	Desember 2008	1,6M

Sumber: Akun Twitter media

Mengacu pada Tabel 1.1 akun *@detikcom* memiliki jumlah pengikut yang terbanyak di Indonesia yakni 15.100.000 orang. Jumlah tersebut sangat berbeda dengan keempat media lainnya. Akun media sosial terbanyak kedua dimiliki oleh *@kompascom* dengan jumlah pengikut 7.400.000 orang, jumlah tersebut menggambarkan banyak pengguna Twitter yang mengetahui dan mengonsumsi berita melalui media sosial Twitter.

Salah satu topik berita yang menjadi perhatian pada bulan April 2019 adalah berita mengenai pemilihan Presiden dan Legislatif. Sistem demokrasi yang dijalankan di Indonesia adalah pemilihan presiden dan legislatif, pemilihan Presiden dan Legislatif tersebut diadakan dan dijalankan setiap lima tahun sekali.

Calon Presiden dan Wakil Presiden yang terpilih untuk memperebutkan kursi Eksekutif tahun 2019 adalah Pasangan nomor urut 01 Ir. H. Joko Widodo dan Prof. Dr. (H.C) KH. Ma'ruf Amin dan pasangan nomor urut 02 H. Prabowo Subianto dan H. Sandiaga Salahuddin Uno. Pasangan nomor urut 01 memiliki gabungan partai politik pengusul diantaranya, PDI, Golkar, PKB, Nasdem, PPP, Hanura, PKP. Pasangan nomor urut 02 memiliki gabungan partai politik pengusul diantaranya Gerindra, PKS, PAN, dan Demokrat.

Pemberitaan Pilpres di Indonesia mendapat respon bagi masyarakat, respon tersebut menjadi *voter education* (pendidikan pemilih). *Voter education* berarti memberikan informasi mendasar kepada warga mengenai partisipasi dalam pemilu. *Voter Education* diberikan oleh negara yang melangsungkan proses demokrasi dalam pemilihan pemimpin bangsa. Fokus utama *Voter Education* adalah bagaimana memilih daripada siapa yang harus dipilih. *Voter education* mengajarkan warga pengetahuan mengenai:

a. Cara mendaftar untuk memilih

Negara dengan sistem demokrasi mengharuskan warga negara untuk mendaftarkan diri terlebih dahulu sebagai prasyarat lebih lanjut, dalam memilih pemimpin bangsa.

b. Cara mengisi surat suara

Memiliki wawasan mengenai cara mengisi surat suara secara benar. Warga diharapkan dapat menunjukkan dengan jelas bagaimana surat suara harus diisi dengan benar.

c. Sistem pemilihan

Warga negara harus mengetahui bagaimana suara mereka sangat penting dan akan berkontribusi pada hasil akhir dalam pemilihan (Polyas, 2019).

Media hadir dengan berbagai informasi yang mungkin masyarakat belum memahami arti dan maksud dari berita tersebut. Maka dari itu pendidikan pemilih diperlukan, agar penguatan konsep politik masyarakat terbentuk. Perilaku masyarakat dalam menyikapi politik dapat berubah sesuai dengan hal yang telah mereka lihat dari media atau informasi lainnya. Media sebagai jembatan informasi memasukan pendidikan pemilih dari pemberitaan yang diterbitkan. Pembahasan politik dalam berita dapat menjadi pembelajaran bagaimana sistem politik di Indonesia. Bagaimana sistem negara berjalan, dalam melaksanakan Pemilu 2019. Seluruh pemberitaan Pemilu yang diterbitkan, menjadi hal dan pembelajaran baru bagi masyarakat mengenai pendidikan pemilih.

Media sosial memiliki peran yang kuat bagi penyebaran berita pemilu. Penyebaran tersebut dapat berupa visi-misi kandidat atau link berita yang didapat dari akun Twitter media daring seperti *@detikcom* dan *@kompascom*. Komisi Pemilihan Umum (KPU) memiliki peraturan NOMOR 33 TAHUN 2018 mengenai Perubahan kedua atas peraturan komisi pemilihan umum nomor 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum. Pada pasal 25 yang berisikan empat poin penting yang berisikan larangan partai politik dalam melaksanakan kampanye. Pada nomor tiga KPU memiliki peraturan bahwa pelaksana, peserta, dan tim kampanye dilarang mengungkapkan citra diri,

identitas, ciri-ciri khusus atau karakteristik partai politik dengan metode salah satunya melalui media sosial.

Perilaku yang dilakukan merupakan tindakan partisipasi politik yang elementer dan demokrasi. Partisipasi politik merupakan partisipasi pemilu yang memiliki arti tindakan seorang warga negara biasa yang dilakukan sukarela agar dapat mempengaruhi keputusan-keputusan publik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “perilaku” memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Berita mempengaruhi tindakan seseorang dalam merespon peristiwa, apakah peristiwa tersebut akan diberi komentar atau disebarkan.

Berita pilpres menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia dan menarik untuk disebarkan oleh media. Berita tersebut disebarkan melalui akun Twitter setiap media. Setelah dilakukan penyebaran melalui media sosial, para pengguna Twitter akan membaca atau merespon berita yang telah disebarkan. Media daring di Indonesia menggunakan media sosial sebagai tempat penyebaran berita adalah akun Twitter *@detikcom* dan *@kompascom*.

Penelitian ini akan mengetahui pola berita pada media yang menyebarkan berita Pilpres 2019 melalui akun Twitter *@detikcom* dan *@kompascom*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah, bagaimana pola berita Pilpres 2019 yang disebarkan melalui akun Twitter *@detikcom* dan *@Kompascom*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pola berita dengan item kelengkapan, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan, dan kutipan pada berita Pilpres 2019 di akun *@detikcom*?
2. Bagaimana pola berita dengan item kelengkapan, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan, dan kutipan pada berita Pilpres 2019 di akun Twitter *@kompascom*?
3. Bagaimana perbedaan pola berita dengan item kelengkapan, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan, dan kutipan pada berita Pilpres 2019 di akun *@detikcom* dan *@kompascom*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adanya tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah, untuk memahami pembaca mengenai penelitian yang akan diteliti:

1. Peneliti akan mengetahui pola berita dengan item kelengkapan, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan, dan kutipan. Analisis berita tersebut diambil dari akun *@detikcom*.
2. Peneliti akan mengetahui pola berita dengan item kelengkapan, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan, dan kutipan. Analisis berita tersebut diambil dari akun *@kompascom*.
3. Peneliti akan mengetahui perbedaan pola berita dengan item kelengkapan, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan, dan kutipan pada berita Pilpres 2019 di akun *@detikcom* dan *@kompascom*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini adanya manfaat penelitian khususnya dalam hal akademik:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian di bidang jurnalistik khususnya riset mengenai penyebaran berita politik bagi peneliti. Kontribusi lainnya didapat melalui metode dan konsep yang digunakan peneliti dalam melakukan proses penelitian, yaitu analisis isi dan *news sharing and virality*. Pemahaman bidang politik dalam penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pola berita lengkap, akurat, arah berita, konflik, pemilihan kata, kebaruan pada berita yang disebarakan melalui akun Twitter *@detikcom* dan *@kompascom*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi media mengenai pola pemberitaan. Media daring dapat memaparkan target berita yang sesuai dengan pembaca saat kegiatan Pilpres. Melalui pola pemberitaan yang dianalisis dalam penelitian ini.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya, riset tidak mengidentifikasi akun yang banyak menyebarkan berita. Kedua media yang diteliti memiliki perbedaan dimana *Detik.com* merupakan portal berita yang memiliki tipe berita pendek (*short form*) yaitu berita dengan penyampaian lebih cepat dan memiliki tuntutan kebaruan lebih tinggi, maka kalimat yang

beritakan lebih pendek, sedangkan *Kompas.com* merupakan portal dengan berita berbasis berita panjang (*long form*) yaitu berita yang memiliki isi berita dengan peristiwa atau fenomena yang lebih kompleks, berita yang dimuat memiliki kalimat lebih panjang (Wendratama, 2017, p. 45). Penelitian ini juga memilihat hanya melihat bagaimana media menerapkan pola pemberitaan dengan *user generated content*, yaitu media yang menampilkan tingkat kreativitas yang tinggi dengan media sosial mereka, untuk meningkatkan jumlah interaktivitas media dalam penyediaan konten berita (Jonsson & Ornebring, 2010, p. 127).

Penelitian ini juga tidak mengkategorisasi isi berita berdasarkan fungsi atau maksud pesan. Peneliti memilih kedua media tersebut karena pertimbangan media nasional dan jumlah pengikut pada media sosial Twitter kedua media tersebut tertinggi, dibandingkan 15 media yaitu @tribunnews, @detikcom, @liputan6dotcom, @kompascom, @SINDOnews, @kumparan, @idntimes, @merdekadotcom, @CNNIndonesia, @okezonenews, @VIVAcoid, @suaradotcom, @tempodotco, @TirtoID, dan @jpnncom yang dibandingkan peneliti. Peneliti memilih ke 15 media berdasarkan 15 portal berita terbaik menurut Alexa Rank.