



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

Media massa merupakan sarana pengiriman pesan dalam proses komunikasi massa. Pesan yang disampaikan melalui media massa, memiliki pengaruh terhadap opini publik, seperti pengaruh terhadap masyarakat dan pemerintah (McQuail D. , 2012, p. 276). Masyarakat memiliki kebutuhan informasi yang harus dipenuhi oleh media massa. Namun, informasi yang disajikan media massa tidak selalu menuruti permintaan khalayak. Media memiliki kendali untuk menentukan informasi terkait apa yang akan dibaca, didengar, ditonton, dan dibahas (West & Turner, 2014, p. 41).

Media massa memiliki berbagai bentuk sarana yakni media cetak, elektronik dan *online*. Menurut Melvin DeFleur dan Sandra J. Ball-Rekeach dalam bukunya *Theories of Mass Communication* (1989), menjelaskan beberapa era yang dapat dijadikan dasar untuk melihat perkembangan media massa. Menurutnya terdapat lima revolusi media massa: (1) zaman penggunaan tanda isyarat sebagai alat komunikasi (*age of signs and signals*); (2) zaman digunakannya percakapan dan bahasa (*the age of speech and language*); (3) zaman digunakannya tulisan sebagai alat komunikasi (*the age of writing*); (4) zaman digunakannya media cetak sebagai alat komunikasi (*the age of print*); (5) zaman digunakannya media massa sebagai alat komunikasi (*the age of mass communication*) (Nurudin, 2015, p. 40).

Teknologi yang berkembang pesat sangat membantu setiap orang untuk mendapatkan informasi. Berkembangnya teknologi komputer yang dilengkapi jaringan internet, *personal computer*, laptop, modem dan *wireless* membuat bertumbuhnya media *online* (Sambo & Yusuf, 2017, p. 18). Di Indonesia, media konvensional seperti media cetak, televisi dan radio mulai beralih ke arah digital. Pada tahun 1995, Harian Republika merilis republika.co.id, Majalah Tempo merilis tempo.co. Kemudian pada tahun 1998, harian Kompas, di bawah bendera PT. Kompas Cyber Media, mendirikan kompas.com (Sambo & Yusuf, 2017, p. 19)

Internet sangat efektif untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak (Ardianto, Elvinaro, & dkk., 2009, p. 151). Angka penetrasi internet telah mencapai 52,96% dari total 7,59 miliar populasi dunia. Berdasarkan data dari *We Are Social* dan Hootsuite, terdapat sebanyak empat miliar orang di dunia yang terkoneksi dengan internet pada 2018 (4 Miliar Penduduk Bumi Telah Terkoneksi Internet, 2018, para. 1). Di Indonesia, pengguna internet pada tahun 2018, mencapai angka 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa (APJII, 2018). Angka tersebut mengalami kenaikan dari tahun 2017 sebesar 27,91 juta jiwa atau 10,12%. Menurut survey APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta jiwa. (APJII, 2017).

Perkembangan internet yang massif memicu munculnya berbagai bentuk media *online* di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo),

memperkirakan di Indonesia saat ini terdapat 43 ribu portal berita *online* meskipun tidak lebih dari 100 media yang telah terverifikasi Dewan Pers (Kominfo, 2018). Banyaknya media *online* membuat masyarakat memiliki banyak pilihan dalam mendapatkan informasi dari media *online*. Salah satu media *online* yang telah terverifikasi Kominfo adalah *Okezone.com*. Menurut data dari Alexa periode Agustus hingga Desember 2019, terdapat tiga portal berita yang memiliki pengunjung terbanyak di Indonesia. *Okezone.com* menempati peringkat pertama sebagai media *online* dengan pengunjung terbanyak, Peringkat kedua adalah *Tribunnews.com*, peringkat ketiga adalah *Detik.com* (Alexa, 2019).

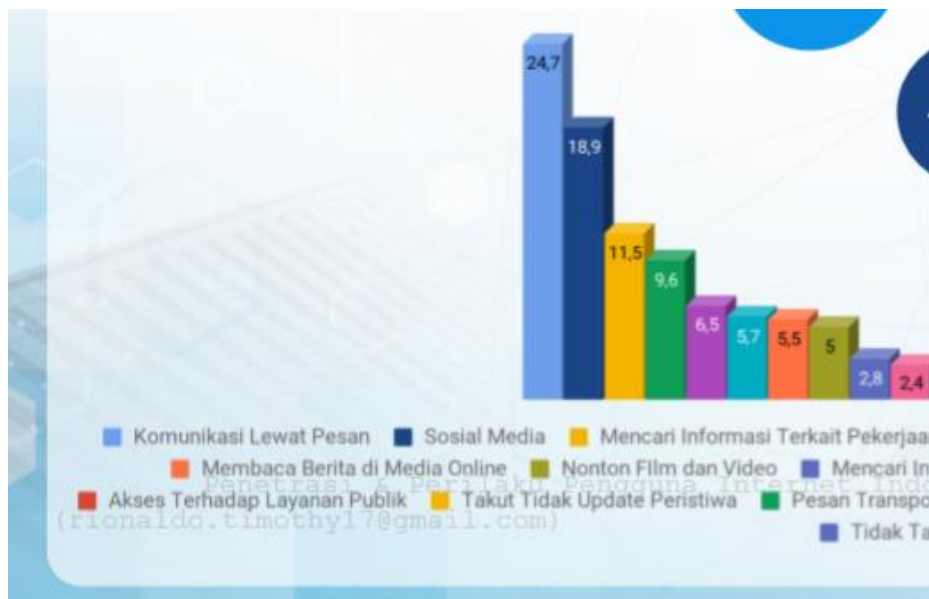
Gambar 1.1 : *Top Sites In Indonesia*

Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1 Okezone.com	5:28	4.33	12.60%	17,361
2 Google.com	12:13	14.95	0.50%	2,227,065
3 Tribunnews.com	3:38	1.92	64.10%	33,840
4 Youtube.com	11:16	6.49	17.00%	1,718,050
5 Detik.com	8:29	5.03	24.80%	49,882
6 Kompas.com	4:32	2.26	41.80%	44,446
7 Liputan6.com	4:53	2.26	54.70%	22,951

Sumber : (Alexa, 2019)

Media online *Okezone.com* memiliki total pengunjung sebanyak 3,6 juta pada bulan Oktober hingga Desember 2019 (Ipsaya, 2019). *Detik.com* yang menempati peringkat ketiga dan memiliki total pengunjung 2 juta, sedangkan *Tribunnews.com* memiliki total pengunjung sebanyak Hasil survei APJII pada tahun 2018 tercatat sebanyak 5,5% atau 9,4 juta masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk membaca berita di media online (APJII, 2018). Apabila dikaitkan dengan data tersebut, pengunjung media online *Okezone.com* mewakili 38,6%, *Tribunnews.com* mewakili 21,9%, sedangkan *Detik.com* mewakili 12,5% dari total masyarakat Indonesia yang menggunakan internet untuk membaca berita.

Gambar 1.2 : Alasan Utama Menggunakan Internet



Sumber : (APJII, 2018)

Beberapa waktu lalu, negara Indonesia diramaikan dengan pro-kontra Rancangan Undang-Undang (RUU) KPK, pada bulan September hingga Oktober 2019. Sebagian besar masyarakat Indonesia tidak setuju apabila RUU KPK tersebut disahkan. Penolakan terhadap Rancangan Undang-Undang tersebut menimbulkan unjuk rasa oleh setiap lapisan masyarakat yang melakukan protes terhadap kebijakan pemerintah. Hal ini berdampak pada antusiasme sebagian besar masyarakat yang merasa bahwa kebijakan ini akan merugikan bangsa dan tidak sejalan dengan usaha pemberantasan korupsi di Indonesia. Pada saat itu, media massa memiliki peran penting dalam menyajikan informasi yang berhubungan dengan permasalahan tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan sudut pandang baru atau memenuhi kebutuhan informasi terkait perkembangan permasalahan RUU KPK tersebut. Media *online* seperti detik.com dan tribunnews.com memberitakan aksi protes masyarakat terhadap pro-kontra RUU KPK pada bulan September hingga Oktober 2019. *Okezone.com* pertama kali memberitakan aksi protes tersebut pada tanggal 11 September 2019. Pemberitaan *Okezone.com* terkait permasalahan berlangsung hingga 10 Oktober 2019. Secara keseluruhan, media *online Okezone.com* menerbitkan 49 berita mengenai aksi protes RUU KPK tersebut.

Eric C. Hepwood mengungkapkan bahwa berita merupakan suatu laopran pertama dari sebuah kejadian yang penting dan bisa menarik perhatian umum (Romli K. , 2016, p. 35). Sebuah berita haruslah mencakup unsur; benar, cepat, lengkap, objektif dan tersusun dengan baik (Barus, 2010, p. 32). McQuail menyatakan bahwa aspek kognitif

berita sangat terkait dengan faktualitas. Secara umum, faktualitas diartikan sebagai kualitas informasi yang dikandung oleh suatu berita, sedangkan kriteria kualitas informasi adalah potensial bagi audiens untuk belajar tentang realitas (McQuail D., 1992, p. 207). Berita merupakan tulisan yang dibuat berdasarkan data empirik dan informasi faktual. Tulisan berita harus benar-benar didasarkan informasi faktual dan aktual. Sebuah media akan kehilangan kredibilitasnya jika berita yang disebarakan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenaran-faktualnya (Nurgiyantoro, 2018, p. 153).

Okezone.com yang merupakan sebuah media massa tentunya memiliki kualitas informasi tersendiri dalam melakukan pemberitaannya. Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana kefaktualan (*factualness*) terkait permasalahan aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*. Peneliti membatasi isu pemberitaan aksi protes RUU KPK karena semua informasi terkait permasalahan tersebut juga menjadi topik utama di berbagai media *online* seperti *detik.com*, *tribunnews.com*, *kompas.com*, dan *liputan6.com*.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, rumusan masalah yang dapat disimpulkan yakni, seberapa besar tingkat *factualness* (kefaktualan) pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penulis membuat beberapa pertanyaan penelitian, yaitu

1. Apakah terdapat pencampuran fakta dengan opini pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*.
2. Berapa besar *information value* pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*.
3. Berapa besar *readablity* pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*.
4. Berapa besar *checkability* pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, penulis memiliki tujuan melakukan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui *factualness* (kefaktualan) pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*
2. Untuk mengetahui pencampuran fakta dengan opini pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*
3. Untuk mengetahui *information value* pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*

4. Untuk mengetahui *readability* pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*
5. Untuk mengetahui *checkability* pada pemberitaan mengenai aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, penulis membagi manfaat penelitian menjadi tiga, yakni:

1. Manfaat Akademis

Data dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang akan datang mengenai pemberitaan di media *online*. Peneliti yang akan datang dapat menggunakan hasil dari penelitian terhadap pemberitaan aksi protes RUU KPK di media *online Okezone.com*, untuk dijadikan data atau dikaji lebih lanjut menggunakan teori yang lebih luas.

2. Manfaat Praktis

Berfungsi menjadi data evaluasi bagi jurnalis, khususnya jurnalis *Okezone.com* dalam membuat pemberitaan yang lebih baik.

3. Manfaat Sosial

Memberikan pengetahuan *factualness* (kefaktualan) pada sebuah berita.

1.5 Keterbatasan Penelitian

Penulis membatasi penelitian ini pada beberapa kriteria yakni:

1. Penulis hanya meneliti objek yang merupakan media *online* yang menduduki peringkat pertama di Indonesia
2. Penulis hanya meneliti mengenai pemberitaan aksi protes RUU KPK pada tahun 2019 di media *online Okezone.com*
3. Penulis membatasi metode analisis hanya dengan model pendekatan kuantitatif.
4. Penulis hanya meneliti mengenai tingkat *factualness* (kefaktualan) pemberitaan aksi protes RUU KPK di *Okezone.com*