

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena banjir kerap kali muncul di ibu kota. Banjir merupakan peristiwa di mana suatu daerah atau daratan terendam akibat volume air yang meningkat (BNPB, 2012). Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) dalam bukunya yang berjudul “*Buku Saku Tanggap, Tangkas, Tangguh Menghadapi Bencana*” menyebutkan bahwa curah hujan di atas normal serta pasangny air laut menjadi penyebab utama terjadinya banjir. Selain itu, banjir juga dapat disebabkan oleh ulah manusia, seperti membuang sampah di sungai, penggunaan lahan yang tidak tepat, dan lain sebagainya. Hal inilah yang mengakibatkan permasalahan banjir di Jakarta tak kunjung usai. Dikutip *liputan6.com* dalam artikel berita berjudul “*6 Sejarah Banjir Terbesar Jakarta*” pada 24 Januari 2017, Jakarta sudah enam kali mengalami banjir besar yang mengakibatkan kerugian materi hingga menelan korban jiwa.

. Melihat karakteristik wilayah Provinsi DKI Jakarta yang berada di bawah permukaan air laut pasang menjadikan sebagian besar wilayahnya rawan genangan. Selain itu, batas- batas wilayah Provinsi DKI Jakarta juga turut memengaruhi terjadinya banjir. Dikutip dari *www.bapedda.jakarta.go.id*, fenomena banjir Jakarta tak lepas dari kemiringan lerengnya, yakni 0 sampai 3 persen, di mana tergolong landai.

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Provinsi DKI Jakarta dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) menyebutkan bahwa banjir merupakan permasalahan pokok keempat yang dihadapi Jakarta.

Awal tahun 2020, ibu kota kembali disambut banjir. Tingginya intensitas curah hujan jelang pergantian tahun, yakni 31 Desember 2019 sore, mengakibatkan hampir seluruh wilayah Jakarta tergenang banjir. Selain itu, banjir juga kembali terjadi di tengah pandemi Covid-19, yaitu pada awal tahun 2021. Masalah banjir juga sering dikaitkan dengan Pemerintah Provinsi Daerah (Pemprov) setempat karena penanganan masalah banjir dianggap sebagai aktivitas kritis dan krusial Pemerintah Provinsi yang berkaitan dengan kelangsungan kegiatan ekonomi (Simanjuntak et al., 2012, p. 561). Permasalahan banjir kerap kali menjadi tolok ukur keberhasilan kinerja pemimpin daerah (Puspitasari, 2020, p. 221). Survei yang dilakukan oleh lembaga riset Indo Barometer mendapati Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dianggap memiliki kinerja yang buruk terutama dalam menangani masalah banjir Jakarta. Dalam survei yang dilakukan pada 9 hingga 15 Januari 2020 terhadap 1.200 responden, penilaian keberhasilan Anies Baswedan dalam menangani masalah banjir hanya 4,1%.

Gambar 1.1 Hasil Survei Jelang 100 Hari Pemerintahan Jokowi-Ma'aruf Amin



Sumber: Databoks

Peristiwa banjir yang terjadi pada awal tahun 2020 dan 2021 menjadi sorotan selama lebih dari sepekan. Akibatnya, seluruh media memberitakan peristiwa banjir yang terjadi hampir di seluruh wilayah Jakarta. Nurudin (2014, p. 9) mendefinisikan media massa sebagai alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens luas dan heterogen. Tidak hanya media konvensional – seperti televisi yang memberitakan peristiwa ini, tetapi juga media baru, seperti media daring dan media sosial. Munculnya media baru menandakan bahwa revolusi komunikasi telah mengubah ‘keseimbangan kekuatan’ dari media kepada khalayak untuk memilih serta menggunakan media yang tersedia secara aktif (McQuail, 2010, p. 49). McQuail (2010, p. 49) menyatakan perbedaan media baru dengan media lama terletak pada kecepatan, kapasitas, dan efisiensi yang lebih besar, serta membuka

peluang baru untuk konten, penggunaan, dan efek. Selain itu, bentuk baru komunikasi secara pokok ialah interaktif.

Interaktivitas media baru terbukti dengan banyaknya media yang memberitakan soal banjir sehingga membuka ruang diskusi bagi publik, bahkan cenderung mengubah persepsi tentang Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan (Gunawibawa & Oktiani, 2020, p. 61). Peristiwa banjir yang terjadi juga menjadi topik pembicaraan paling populer di media sosial. Evello, sebuah aplikasi *big data* untuk layanan pemantauan dan analisis media menggunakan sistem yang disebut *Intelligent Tagging System* pada 2 Januari 2020 menemukan jumlah percakapan tentang banjir di media sosial Twitter mencapai 161.791 cuitan. Evello juga menyatakan bahwa topik banjir yang diperbincangkan di kanal Twitter menyentuh angka 69,90% dibanding isu lainnya.

Baran (2009, p. 311) mengatakan bahwa internet dapat membuat individu berkomunikasi dengan khalayak luas. Contohnya, individu dapat mengakses berita banjir melalui media daring maupun media sosial. Pada kedua *platform* tersebut, individu dapat berkomentar, bahkan saling melempar komentar dengan individu lainnya. Pada peristiwa banjir yang terjadi hampir di seluruh wilayah Indonesia, media mengambil peran cukup penting dalam memberikan informasi mengenai peristiwa tersebut. Seperti yang dikemukakan McQuail (2010, p. 50) bahwa sebagian aplikasi internet, seperti berita daring merupakan perluasan dari jurnalisme surat kabar, meskipun beritanya makin berkembang dengan kemampuan baru atas konten dan bentuk, misalnya di mana masyarakat juga dapat berperan sebagai jurnalis. Di era digital seperti saat ini, media massa membuka ruang diskusi bagi publik (Puspitasari,

2020, p. 50). Hal inilah yang memicu munculnya persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta, baik positif maupun negatif.

Pengertian media daring sendiri adalah media massa yang tersaji secara *online* pada situs internet (Romli, 2012, p. 30). Media daring juga disebut sebagai media massa “generasi ketiga” setelah media cetak, seperti koran, majalah, serta tabloid dan media elektronik, seperti radio dan televisi (Romli, 2012, p. 30). Sedangkan media sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010, p. 61) merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologis serta teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran *User Generated Content*. Media sosial juga diartikan sebagai media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan pengguna lainnya, sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016, p. 13).

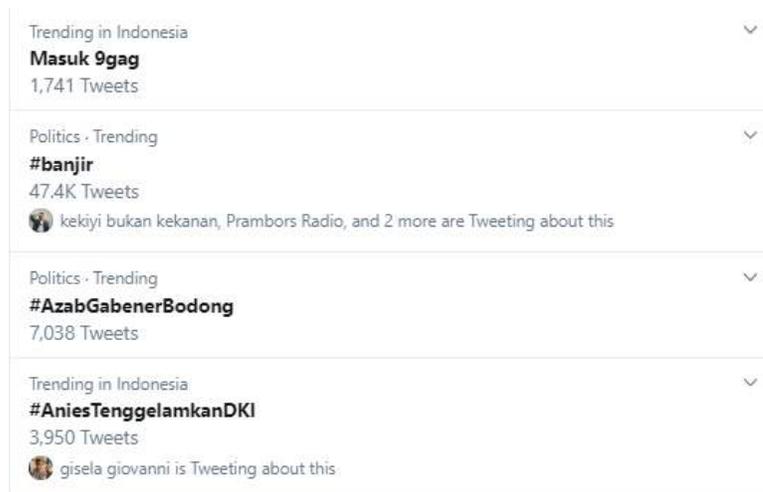
Karakteristik media daring menurut McQuail (2010, p. 182) adalah *interactivity, social presence, media richness, autonomy, playfulness, privacy, dan personalization*. Sedangkan Kaplan dan Haenlein mengemukakan dua elemen penting dalam media sosial, yaitu *media research* yang mencakup *social presence* dan *media richness* dan *social processes* yang mencakup *self-presentation* serta *self-disclosure* (2010, p. 61).

Pencarian di *Google* dengan kata kunci ‘banjir jakarta anies baswedan’ menghasilkan delapan belas juta lebih berita. Sedangkan di media sosial *Twitter*, pasca peristiwa banjir terjadi, ramai dengan tagar yang bermunculan hingga menjadi *trending*

topic, seperti #JakartaBanjir, #AniesHancurkanJakarta, #AniesDimana, #AniesGabisaKerja, hingga #Ahok. Berdasarkan hasil pencarian di *Google*, sebagian besar media daring menulis berita tentang beberapa pernyataan Anies Baswedan yang kontroversi, bahkan dianggap berbanding terbalik dengan fakta yang terjadi. ?

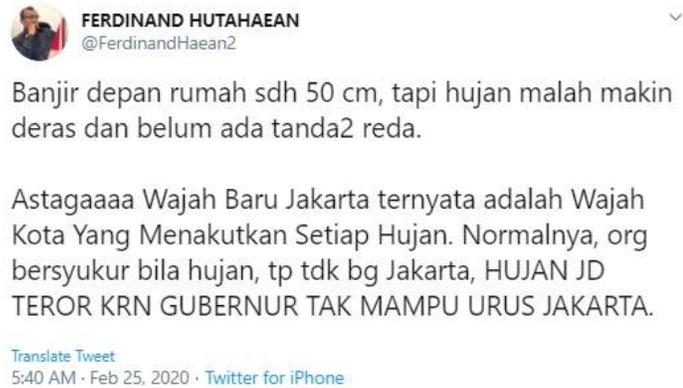
Berita banjir jadi *headline* di berbagai media daring. Warga pun meramaikan media sosial. Tagar-tagar kembali bermunculan di media sosial Twitter dan menjadi topik populer sepanjang hari itu. Tidak hanya banjir yang jadi topik populer di Twitter, tetapi juga Anies Baswedan. Peristiwa ini terus diulas sebagai kesalahan dari Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan. Persepsi negatif khalayak dapat dilihat dari beberapa *cuitan* bernada menyindir, bahkan ada juga yang secara terang-terangan menyebut bahwa banjir adalah kesalahan Gubernur DKI Jakarta.

Gambar 1.2 Anies Bawedan Jadi *Trending Topic* Twitter



Sumber: *Twitter.com*

Gambar 1.3 Cuitan Warganet



Sumber: *Twitter.com*

Gambar 1.4 Cuitan Warganet



Sumber: *Twitter.com*

Gambar 1.5 Berita Banjir Jakarta

Mobil Ketua MPR Terendam, Anies Sebut Kemang Tak Banjir

Reporter: M Yusuf Mananung

Editor: Aditya Budiman

Minggu, 5 Januari 2020 14:48 WIB



Sejumlah mobil terendam banjir di Jalan Kemang Raya, Jakarta Selatan, Rabu, 7 Januari 2020. Hujan deras yang menggenangi DKI Jakarta membuat sejumlah wilayah di ibu Kota terendam banjir. ANTAFA. FOTO: Giga Kumawan

Sumber: *Tempo.co*

Gambar 1.6 Berita Anak-anak Bermain Banjir



Sumber: *cnnindonesia.com*

Terpaan berita di media daring soal banjir dan percakapan mengenai penanganan banjir di media sosial membentuk persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan. Ardianto dan Lukiati dalam bukunya yang berjudul

Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (2007, p. 167) mendefinisikan terpaan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu dan kelompok atau intensitas dimana khalayak mendapat masukan informasi yang disebarkan oleh media. Terpaan media dapat memengaruhi perubahan sikap perilaku seseorang.

Selain itu, persepsi khalayak yang terbentuk akan berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Persepsi khalayak dapat terbentuk tergantung pada bagaimana individu memaknai berita atau peristiwa yang sedang terjadi serta dari mana individu memperoleh berita tersebut (Krech, Crutchfield, & Ballachey, 1986, p. 27) – dalam hal ini media daring dan media sosial. Penelitian ini juga dikaitkan dengan Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa, di mana teori ini merupakan pendekatan sistematis untuk mempelajari mengenai efek media massa pada khalayak dan interaksi antara media, khalayak, serta sistem sosial (Lin, 2021). Teori ini berfokus pada hubungan antara media dan khalayak. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi khalayak terhadap Gubernur DKI Jakarta, yaitu Anies Baswedan, yang sumber informasinya diperoleh dari media daring dan media sosial. Peneliti juga ingin mengetahui media mana yang lebih berperan dalam membangun persepsi khalayak terhadap Gubernur DKI Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, maka ditemukan rumusan masalah, yaitu: Adakah pengaruh terpaan berita banjir di media daring dan media sosial mengenai banjir di media sosial terhadap persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, berikut pertanyaan yang akan dijawab melalui penelitian ini:

1. Seberapa tinggi terpaan berita banjir di media daring?
2. Seberapa tinggi terpaan berita banjir di media sosial?
3. Bagaimana persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh terpaan berita banjir di media daring dan media sosial terhadap persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta?
5. Media manakah yang lebih berperan dalam membangun persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi terpaan berita banjir di media daring.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi terpaan berita banjir di media sosial.
3. Untuk mengetahui persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan berita banjir di media daring dan media sosial terhadap persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta.
5. Untuk mengetahui media mana yang lebih berperan dalam membangun persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan, fakta, serta data mengenai pengaruh terpaan berita banjir di media daring dan media sosial terhadap persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya yang memiliki topik mengenai terpaan berita, berita di media daring maupun media sosial, serta persepsi khalayak.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan agar media daring lebih mengutamakan kaidah jurnalistik yang berlaku, termasuk dalam penulisan judul, serta *headline* berita, sehingga tidak menggiring opini khalayak atau pembaca. Selain itu, media sosial diharapkan dapat terus memperbaharui diri, misalnya penambahan fitur filtrasi, sehingga berita atau konten bernada negatif atau provokatif tidak dapat dengan mudah tersebar. Hal tersebut juga dilakukan sebagai tindakan preventif

terhadap maraknya berita bohong atau *hoax* yang sering kali beredar di media sosial.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literasi media bagi masyarakat, terutama bagi kaum muda. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat agar dapat mencerna berita dengan baik, tidak hanya melihat berita dari judul atau *headline*-nya saja, tetapi juga membaca keseluruhan isi berita, sehingga dapat mencegah kegaduhan di dunia maya. Selain itu, agar masyarakat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, sehingga tidak mudah terprovokasi dengan berita-berita bernada negatif tentang peristiwa yang sedang terjadi. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberi penjelasan mengenai media mana yang lebih berperan dalam membangun persepsi khalayak tentang Gubernur DKI Jakarta.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, yakni:

1. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form*, sehingga tidak dapat dipastikan bahwa responden menjawab semua pertanyaan dengan sepenuh hati.

2. Rentang waktu yang cukup jauh dari peristiwa yang terjadi, sehingga mengharuskan responden mengingat kembali bagaimana peristiwa yang dimaksud terjadi.
3. Terdapat kesalahan dalam menafsirkan rujukan dari variabel 'terpaan berita'. Hal ini juga berdampak pada pengembangan item kuesioner pada variabel tersebut.
4. Pengembangan item kuesioner pada variabel 'persepsi' juga terdapat salah penafsiran.