

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media memiliki kekuatan untuk menggambarkan identitas sebuah etnis. Media dapat merepresentasikan simbol-simbol budaya tertentu dalam pemberitaannya, termasuk etnis minoritas (Yusuf, 2005, p. 3). Media mampu menyebarkan informasi atau gambaran tertentu dari etnis minoritas (Jackson & Nesterova, 2017, p. 94). Selain itu, media juga memiliki peran utama dalam masyarakat untuk membentuk dan menyebarkan referensi budaya, media juga dapat mewakili dan memberi suara kepada anggota masyarakat dalam suatu etnis tertentu, termasuk etnis minoritas (Williamson & DeSouza, 2006, p. 20).

Secara luas, media mempunyai peran dalam memfasilitasi wacana multikulturalisme yang berbeda di dalam kehidupan sosial masyarakat (Melissa, 2013). Peran media dalam memberikan ruang terhadap etnis minoritas semakin kuat dengan kemampuan yang dimiliki dalam membingkai suatu peristiwa. Media memiliki kekuatan melalui beritanya untuk membingkai peristiwa tertentu sehingga media dapat menentukan bagaimana khalayak melihat dan memahami peristiwa dalam sudut pandang tertentu sesuai dengan pembingkaiannya yang dilakukan (Eriyanto, 2002, p. 27).

Lebih dari sekadar memberikan ruang bagi etnis minoritas, media dapat menekan prasangka terhadap suatu etnis. Penelitian Ramasubramanian (2015) dan Graf *et al.* (2020) menunjukkan bahwa pemberitaan positif terhadap kelompok minoritas dapat menekan prasangka kelompok mayoritas. Begitu pula sebaliknya, berita negatif dapat meningkatkan prasangka. Namun, yang membedakan penelitian keduanya terletak pada stimulus pada eksperimen yang diberikan. Penelitian Ramasubramanian (2015) menggunakan pemberitaan selebriti, sedangkan Graf *et al.* (2020) pemberitaan tentang suatu etnis secara umum. Pemberitaan media secara tunggal dapat memberikan efek sejalan sesuai baik atau buruknya berita terhadap suatu kelompok minoritas.

Namun, media kerap kali gagal menjalankan perannya dalam merepresentasikan kelompok minoritas, termasuk suatu etnis. Etnis merupakan istilah umum untuk identitas kolektif dengan menggunakan nilai dan keyakinan bersama untuk mendefinisikan diri sebagai bagian dari kelompok (Spencer, 2014, p. 55). Lebih lanjut, Spencer (2014, p. 58) menilai istilah etnis dapat menjadi manifestasi lain dari budaya dominan yang memarginalkan kelompok minoritas di tengah-tengahnya.

Jika fokus pada hubungan media dan minoritas, etnis minoritas cenderung jarang diberitakan, media berfokus pada minat dan perhatian kelompok etnis mayoritas (Hammer, 2007). Meski tampak tidak berkembang, budaya akan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, tidak mungkin dapat merepresentasikan sebuah budaya bebas dari stereotip atau prasangka (Cottle, 2000, p. 20). Artinya, media

yang belum bisa memahami perkembangan tersebut akan terjebak dengan stereotip yang ada. Bahkan, media secara tidak sengaja malah memperkuat wacana rasisme daripada melawannya (Ter Wal, 2002).

Sering kali stereotip yang berkembang di masyarakat, digunakan sebagai konsep yang dinormalisasi dalam kelompok dominan dan diterima begitu saja (Zhao & Postiglione, 2010). Keadaan semakin buruk, ketika suatu ruang redaksi didominasi oleh kelompok etnis mayoritas yang tidak memiliki pengetahuan atau wawasan tentang kelompok minoritas (Gray, 2000, p. 45). Dalam proses produksi berita pun, ruang redaksi masih belum terlepas dari diskriminasi, masih ada pengecualian terhadap etnis tertentu (Cottle, 2000, p. 16).

Salah satu etnis minoritas di Indonesia adalah etnis Tionghoa. Berdasarkan data World Economic Forum, jumlah populasi etnis Tionghoa di Indonesia mencapai 7,7 juta penduduk (*Indonesia, Populasi Etnis Cina Terbanyak Di Dunia*, 2016). Jumlah tersebut sekaligus menjadikan Indonesia sebagai negara dengan populasi etnis Tionghoa terbanyak di dunia (tidak termasuk negara Tiongkok). Sementara itu, jika dilihat pada tahun yang sama, jumlah penduduk Indonesia pada 2016 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) sebanyak 256 juta jiwa (*Usia Produktif Dominasi Penduduk Indonesia 2016*, 2016). Hal tersebut menunjukkan, meski menjadi negara dengan penduduk etnis Tionghoa terbesar di dunia, di dalam negeri sendiri etnis Tionghoa masih menjadi minoritas.

Sebagai kelompok minoritas, etnis Tionghoa tidak terlepas dari prasangka atau stereotip yang melekat dalam penduduk Indonesia. Revida

(2006, p. 24) dalam penelitiannya menemukan prasangka yang muncul terhadap etnis Tionghoa terbentuk atas kejadian masa lalu dan diperkuat oleh pengamatan pribadi seseorang secara sepintas yang umumnya bernotasi negatif. Etnis Tionghoa terkenal di bidang ekonomi karena mayoritas berprofesi sebagai pedagang atau pengusaha (Suryadinata, 2005, p. 135).

Pengusaha etnis Tionghoa dapat memiliki peran strategis untuk memajukan ekonomi Indonesia secara makro (Musianto, 2003, p. 197). Hal tersebut juga menjadi salah satu faktor warga negara Indonesia asli atau etnis non-Tionghoa selalu memiliki prasangka negatif kepada etnis Tionghoa (Revida, 2006, p. 24). Prasangka negatif tersebut mungkin terjadi karena pengusaha etnis Tionghoa yang memiliki peran strategis dianggap memiliki kedekatan dengan para pejabat atau politisi.

Penelitian Melissa (2013) menemukan bahwa media di Indonesia sudah mulai mencoba untuk membahas mengenai masyarakat etnis Tionghoa dengan cara yang lebih seimbang, tetapi terkadang media masih mengalami kendala untuk mempresentasikan fenomena yang kompleks. Penelitian ini akan menjabarkan bagaimana media daring merepresentasikan etnis Tionghoa dalam pemberitaannya. Dalam mendapatkan gambaran representasi etnis Tionghoa di media daring, penelitian ini berfokus pada pemberitaan di *Kompas.com* dan *Tribunnews.com*.

Data Similarweb menunjukkan kedua media ini juga masuk ke dalam lima peringkat teratas kategori berita dan media di Indonesia pada

Agustus 2021. *Kompas.com* berada di peringkat pertama dengan 206,8 juta kunjungan dan *Tribunnews.com* dengan 173,1 juta kunjungan (*Top News And Media Websites Ranking in Indonesia Agustus, 2021*). Selain itu, data Alexa (2021) menunjukkan kedua media tersebut masuk ke dalam lima peringkat sebagai situs teratas di Indonesia jika dibandingkan dengan portal berita lainnya. *Tribunnews.com* berada di peringkat tiga dan *Kompas.com* di peringkat empat (*Top Sites in Indonesia, 2021*).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan melakukan analisis isi terhadap pemberitaan tentang etnis Tionghoa di *Kompas.com* dan *Tribunnews.com* untuk mendapatkan gambaran representasi etnis Tionghoa di media daring. Diharapkan penelitian ini akan dapat memberikan gambaran bagaimana media daring di Indonesia merepresentasikan etnis Tionghoa.

1.2 Rumusan Masalah

Media kerap kali gagal menjalankan perannya dalam representasikan etnis minoritas. Etnis minoritas cenderung jarang diberitakan, sebab media lebih fokus pada pemberitaan yang diminati oleh etnis mayoritas (Hammer, 2007). Bahkan, media secara tidak sengaja malah memperkuat wacana rasisme daripada melawannya (Ter Wal, 2002). Ketika media gagal melawan wacana rasisme, konflik antar etnis mungkin muncul dan mengganggu kehidupan sosial masyarakat. Salah satu sumber munculnya konflik antarkelompok adanya wacana rasisme dan sikap diskriminasi (Ramasubramanian, 2015, p. 123).

Media di Indonesia sudah mulai mencoba untuk membahas mengenai masyarakat etnis Tionghoa dengan cara yang lebih seimbang, tetapi terkadang media masih mengalami kendala untuk mempresentasikan fenomena yang kompleks (Melissa, 2013). Oleh karena itu, rumusan masalah yang muncul penelitian ini ialah bagaimana media daring merepresentasi etnis Tionghoa sebagai etnis minoritas?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan dan tujuan penelitian hendak dicapai, maka pertanyaan penelitian yang tersusun ialah sebagai berikut.

- a. Topik apa saja dibahas dalam pemberitaan etnis Tionghoa di *Kompas.com* dan *Tribunnews.com* sepanjang 2019–2020?
- b. Siapa aktor yang muncul dalam pemberitaan etnis Tionghoa di *Kompas.com* dan *Tribunnews.com* sepanjang 2019–2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan akhir dalam penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan bagaimana media daring merepresentasikan etnis Tionghoa sebagai etnis minoritas di Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian mengenai representasi etnis Tionghoa di Indonesia khususnya di media daring, sehingga dapat menjadi referensi peneliti berikutnya yang akan melakukan riset tentang etnis Tionghoa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan gambaran penerapan Teori Representasi milik Stuart Hall dalam penelitian mengenai etnis minoritas di media daring.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi bagi jurnalis maupun institusi media dalam memproduksi berita yang berhubungan dengan isu rasial, khususnya ras minoritas di Indonesia. Diharapkan juga penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran jurnalis untuk dapat menjalakkannya peran media untuk merepresentasikan etnis minoritas secara berimbang, dalam konteks penelitian ini etnis Tionghoa sehingga terbentuk ruang untuk kelompok minoritas dapat menyuarakan pendapatnya.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini pada daftar artikel berita tentang etnis Tionghoa yang didapatkan dalam *Kompas.com* dan *Tribunnews.com* yang mungkin ada beberapa artikel berita tidak masuk ke dalam daftar. Hal ini mungkin terjadi, ketika *Kompas.com* dan

Tribunnews.com tidak mencantumkan kata kunci “Etnis Tionghoa” dalam pemberitaannya. Begitu pula sebaliknya, ada kemungkinan kata kunci “Etnis Tionghoa” tidak muncul secara khusus untuk pemberitaan etnis Tionghoa di Indonesia sehingga menjadi kurang relevan.