

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap orang membutuhkan informasi dalam hidupnya, karena dengan informasi seseorang dapat mengetahui segala sesuatu yang terjadi di dunia ini. Selain itu informasi juga bermanfaat dalam mengambil keputusan, baik untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Untuk mendapatkan informasi tersebut maka masyarakat membutuhkan media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan internet, yang tentunya menyajikan informasi yang dibutuhkan.

Media massa saat ini menjadi salah satu alat penyebarluasan informasi secara cepat dan global, karena sesuai dengan fungsinya yaitu menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, mempengaruhi, serta mengontrol masyarakat dan pemerintah.

Salah satu informasinya ialah sebuah berita dimana berisi tentang sebuah peristiwa ataupun kejadian yang mempunyai sebuah pengaruh pada masyarakat. Hal ini di sebabkan isi sebuah berita yang berupa informasi penting dan mempunyai pengaruh maka perlu berita dipublikasikan ke khalayak luas.

Media massa berkembang dengan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, berkembangnya teknologi yang terjadi saat ini memaksa media massa juga ikut berkembang. apabila media massa yang tidak mengikuti perkembangan teknologi maka akan ditinggalkan orang sehingga media

massa harus sejalan dengan berkembangnya teknologi. Dalam memenuhi sebuah informasi yang cepat, media massa tidak lagi menggunakan pola lama namun harus mengikuti berkembangnya teknologi yang salah satunya media massa harus memanfaatkan internet.

Internet adalah suatu bentuk interkoneksi dari sebuah jaringan komputer, dimana dapat memberikan bentuk layanan informasi secara lengkap Menurut Sidharta (1996) internet merupakan sarana informasi paling lengkap yang bisa diakses di seluruh dunia. Laporan Tetra Pak Index 2017 mencatat terdapat 132 juta pengguna internet di Indonesia. Selanjutnya, dari 132 juta pengguna internet tersebut, pengguna media sosial adalah 40 persen. Tetra Pak Index juga mengungkapkan bahwa ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulan dan 85 persen di antaranya melakukan akses melalui perangkat selular. seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media online sebagai sarana memperoleh informasi di kalangan masyarakat umum semakin berjamur, hal itu dikarenakan media online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media lainnya, media online lebih cepat dalam menyajikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, serta memiliki audio visual.

Saat ini ada banyak media online yang menyajikan Berita Seperti media online Detik.com, Republika. Sindonews, Kompas. Tribunnews, Cnnindonesia, Liputan6.com, Vivanews Tempo dan Sebagainya. Salah satunya media online Detik.com. Detik.com adalah sebuah situs berita online yang menyajikan beragam informasi dan tips yang dibutuhkan oleh

masyarakat. Detik.com juga memiliki beberapa kanal utama di antaranya detikNews, detikFinance, detikHot, detik-Net, detikSport, detikOto, detikFood, detikHealth, detikFoto dan detikTV. Detik.com merupakan media online yang memiliki berbagai konten dalam menyajikan berita, salah satu konten yang di sajikan oleh Detik.com adalah konten politik.

Pada Masa mendekati pemilihan presiden 2019 terdapat isu yang berkembang di masyarakat yaitu kampanye #2019gantipresiden, Saat ini beberapa media online yang memuat berita terkait tentang tema Kampanye #2019gantipresiden yaitu pertama Detik.com memiliki pemberitaan terkait kampanye #2019gantipresiden sebanyak 220 berita, kedua ialah republika.com memiliki berita 213 berita, ketiga, sindonews.com 112 berita, keempat Tribunnews memiliki 100 berita kelima kompas.com memiliki 100 berita, dan liputan6 memiliki 26 berita. dari beberapa media online tersebut detik.com memuat berita tema kampanye #2019gantipresiden paling banyak sebesar 220 berita

Berita terkait kampanye #2019gantipresiden tahun 2018 sering mendapatkan porsi lebih dari berita yang lain daripada berita ekonomi pendidikan, kriminal dan lainnya, dalam rentan bulan April sampai oktober 2018. Hal ini tidak terlepasnya konstelasi politik yang akan terjadi di pemilihan presiden bulan juni 2019 yang akan datang, dimana calon presiden yang berkompetisi di pemilu ini sama dengan pemilihan presiden tahun 2014 silam, dimana Joko Widodo dan Prabowo Subianto maju kembali menjadi calon presiden 2019-2023 dimana tahun 2014 Prabowo kalah dengan Joko Widodo. Dalam pemilihan presiden 2019 ini calon presiden yang bersaing

memiliki pengaruh selain itu berita kampanye #2019gantipresiden tahun 2018. Salah Satu Media online yang mengangkat pemberitaan tentang kampanye #2019gantipresiden di tahun 2018 adalah Detik.com.

Pemberitaan media online Detik.com tentang kampanye #2019gantipresiden tahun 2018 yang di tampilkan setiap saat pada rentan bulan April sampai Oktober 2018, membuat sebuah peristiwa politik yang akan mendekati Pilpres tahun 2019 menjadi penting dan menarik perhatian, karena aksi #2019gantipresiden tersebut merupakan aksi sebagian tokoh politik oposisi pemerintah dan sejumlah sebagian masyarakat ataupun ORMAS yang ingin memenangkan calon presiden, selain presiden petahana Joko Widodo di pemilihan presiden di tahun 2019 . Seperti tokoh politik Partai Keadilan Sejahtera Mardani Ali Sera yang membuat dan memelopori #2019Ganti presiden (Detik.com diakses tanggal 20 November 2019).

Kampanye #GantiPresiden2019 mulai ramai beberapa waktu belakangan ini. Gerakan #2019GantiPresiden ini ingin melawan Joko Widodo agar tidak terpilih kembali di pemilihan presiden 2019. Soal ganti presiden 2019 sempat diutarakan oleh Ketua DPP PKS Mardani Ali Sera. Tagar itu ia sampaikan saat melakukan kuliah tweet tentang empat tahun pemerintahan Presiden Jokowi (Detik.com diakses 4 Desember 2019) oleh karena itu media online merupakan bagian dari media massa penting dalam mengkampanyekan atau mempengaruhi.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk membuktikan bahwa apa kah ada dampak membaca berita kampanye #2019gantipresiden di tahun 2018 yang menyajikan berita secara

terus menurus oleh media online Detik.com terhadap keputusan memilih Presiden 2019 bagi mahasiswa Universitas Sahid Surakarta.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah ada hubungan terpaan media online Detik.com melalui berita kampanye #2019gantipresiden terhadap Keputusan memilih presiden 2019 pada mahasiswa Universitas Sahid Surakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas dapat dikemukakan tujuan penelitian ini adalah adakah pengaruh terpaan media online Detik.com melalui berita kampanye #2019gantipresiden terhadap Keputusan memilih presiden 2019 pada mahasiswa Universitas Sahid Surakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penelitian adalah

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang jurnalistik dan memberikan gambaran mengenai pengaruh terpaan berita terhadap keputusan memilih di mahasiswa supaya untuk meningkatkan keputusan memilih sehingga mahasiswa dapat berpartisipasi dalam semua kegiatan politik dengan bijak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai indikator dalam melakukan penelitian mengenai mahasiswa Universitas Sahid Surakarta untuk menambah kajian keputusan Memilih presiden 2019 sehingga dapat berpartisipasi dalam politik yang lebih baik.