

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan saluran untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Segala peristiwa yang ada di belahan dunia dan sulit terjangkau oleh manusia dapat diperoleh salah satunya melalui media massa. Hal ini membuktikan bahwa media massa membuka mata dan telinga untuk melihat peristiwa sebagai informasi yang sangat penting. Paradigma lama menyebut bahwa jenis media massa yaitu film, surat kabar, kaset atau CD, televisi, radio, buku dan majalah (Nuradin, 2007:13). Dari paradigma lama, televisi merupakan salah satu media paling diminati, karena dinilai lebih menarik dengan menampilkan paduan gambar dan suara secara bersamaan sehingga pesan yang disampaikan dapat ditangkap dan diinterpretasikan secara jelas oleh *audiens*. Televisi memiliki daya tarik yang kuat disebabkan oleh unsur-unsur audio yang berupa suara, dan visual yang berupa gambar hidup yang menimbulkan kesan mendalam pada *audiens*. Selain karena kelebihan tersebut televisi juga diminati karena adanya beragam pilihan, mulai dari stasiun televisi sampai program acara dengan berbagai macam jenis program yang dapat di akses dengan mudah dan cepat oleh *audiens* televisi (Effendy, 1993:177).

Di era konvergensi media saat ini, dinilai membantu pertelevisian di Indonesia untuk melebarkan sayap ke dunia digital. Banyak yang berfikir dengan kemunculan media digital dirasa akan membunuh media konvensional akan tetapi justru untuk melengkapi dan meningkatkan jangkauan *audiens* seperti masyarakat pelosok atau luar negeri yang belum terjangkau oleh media konvensional. Salah satunya contoh konvergensi media, yaitu *youtube* dinilai membantu acara televisi.

Youtube merupakan situs web berbagi video yang dapat membantu dalam menyebarluaskan acara setelah selesai penayangan di televisi. *Youtube* memiliki sarana *live streaming* yang berguna bagi televisi untuk penayangan secara langsung dalam menggunakan model digital, hal ini juga dilakukan oleh *NET TV* dan *Kompas TV*.

Keberhasilan sebuah televisi tanpa dipungkiri tidak jauh dengan program acara yang lebih berkualitas, seperti program hiburan dan program informasi. Program acara dinilai berhasil jika dilihat melalui rating acara. Setiap program memiliki masing-masing daya tarik tersendiri dalam mencari rating tinggi. Program hiburan memberikan siaran menghibur dalam berbagai bentuk seperti musik, permainan dan cerita. Adapun program informasi merupakan segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahukan dan menambah pengetahuan khalayak *audiens* (Morissan, 2009:207). Salah satu program informasi televisi yang selalu ada adalah acara berita. Acara berita merupakan penyebaran informasi mengenai peristiwa terbaru kepada masyarakat melalui televisi. Selain itu, acara berita menjadi sarana untuk membantu masyarakat dalam mencari kebenaran informasi. Akan tetapi, kebenaran informasi dapat terpengaruh dengan adanya ideologi suatu media, kepemilikan media atau pemegang saham dan kesalahan wartawan dalam membuat berita. .

Pada dasarnya kebenaran informasi kaitannya dengan netralitas berita sudah diatur dalam kode etik jurnalistik. Pada pasal 1 mengatakan bahwa wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Artinya esensi sebuah berita tergantung kepada wartawan dalam menciptakan sebuah berita, agar berita tersebut tidak mempengaruhi pembaca kedalam hal negatif. Menurut Panuju (2005:16-17) Netralitas lebih

diorientasikan pada fakta, *pertama* kelengkapan fakta berita mengungkapkan peristiwa dengan fakta-fakta yang lengkap dan tidak ada penambahan atau pengurangan. *Kedua* akurasi fakta berita menggambarkan peristiwa dengan bahasa yang jelas seperti penggunaan kata dan frasa yang harus sesuai dengan fakta yang ada. Dengan demikian, berita dikatakan netral apabila dalam melaporkan peristiwa fakta-faktanya lengkap, akurat dan relevan (Panuju, 2005:16-17).

Selain itu, netralitas media merupakan fundamental pada suatu lembaga media. pada konteks ini media memainkan peran dan menempatkan dirinya sebagai mediator antara pihak yang satu dengan yang lain. Hal ini berarti media sebagai lembaga penerbit informasi tidak memihakkan dirinya pada kelompok tertentu dan keberadaannya menjadi kepentingan umum dan bersama. Oleh karena itu, agar media terhindar dari ketidaknetralan, maka media tidak boleh menggantungkan hidupnya dari kasus tertentu. Hal ini akan sangat rentan, terutama jika kehilangan kepercayaan dari publik. Netralitas menjadi tanggung jawab besar media demi menjaga kredibilitas lembaga. Ideologi yang menjadi ciri hakiki pers bersama jurnalistiknya, akan menentukan keberadaan pers (Effendy, 2008:36)

Di Indonesia, Pemerintah selaku penentu kebijakan bernegara juga berkontribusi dalam menjaga netralitas media. Aturan ini diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran yang berisi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu. Hal ini dikarenakan berita dinilai menjadi salah satu peranan penting untuk memajukan sebuah Negara. Indonesia yang merupakan negara dengan berbagai *culture*, agama, bahasa, dan ras yang berbeda menyebabkan

sebuah berita yang tidak berlaku netral dan condong ke *culture*, agama, bahasa, dan ras maka dapat menyebabkan negara Indonesia terpecah belah.

Pada saat ini, pada pertelevisian Indonesia terdapat beberapa hal yang menyangkut ketidaknetralan media dalam pemberitaan. Seringkali ketidaknetralan terjadi karena adanya kepentingan tertentu yang memanfaatkan media untuk mencari keuntungan. Sebagai contoh seperti *Metro TV* terlihat sekali bias atau kecenderungan yang diperlihatkan dalam menayangkan pemberitaan kedua pasangan kandidat Capres dan Cawapres pada pilpres 2019. Dari penayangan tersebut timbul kesan bagi masyarakat yang mendukung Joko Widodo cukup menonton saluran *Metro TV* karena lebih sering diberitakan daripada lawannya. Fenomena ini terjadi karena bos media tersebut berkoalisi dengan kandidat Capres dan Cawapres. *Metro TV* yang dimiliki oleh politisi Surya Paloh dengan bendera partai Nasdem yang berkoalisi dengan pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin seperti condong lebih memberitakan pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin ketimbang lawannya Prabowo-Sandiaga Uno. Dengan adanya keberpihakan suatu media akan merugikan bagi masyarakat sebagai sarana untuk mencari informasi yang benar.

Selain pemilik media yang dapat mempengaruhi netralitas sebuah media. Sebuah media juga dapat dipengaruhi dengan adanya ideologi media. Ideologi adalah sistem kepercayaan dan sistem nilai serta representasinya dalam berbagai media dan tindakan sosial, (Yasraf, 1999: 16). Pendiri media berpengaruh pada ideologi suatu media. Adanya pendiri media membuat sebuah sistem kepercayaan yang menjadikan ideologi media tersebut sebagai jati diri. Di Indonesia, ada beberapa pendiri media yang mempengaruhi sistem ideologi media seperti Republika. Republika adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan

komunitas muslim atau cendekiawan muslim ([https://id.wikipedia.org/wiki/Republika \(surat kabar\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Republika_(surat_kabar))) diakses Sabtu, 2 Maret 2019, pukul 18.41 WIB). Republika sering membaritakan hal-hal baik yang berkaitan dengan agama Islam. Sebagai contoh kasus acara reuni 212 yang terjadi di Monas, media Republika memberitakan dengan judul yang lebih menunjukkan bahwa agama Islam adalah damai, aman dan lain-lain.

Pada periode Maret hingga Mei 2018, salah satu pemberitaan yang banyak mewarnai media massa adalah terbongkarnya kasus penipuan dan penggelapan biro umroh yang dilakukan oleh First Travel. Masyarakat Indonesia dengan mayoritas penganut agama Islam dan penduduknya muslim terbesar di dunia pastinya tidak asing dengan istilah umrah. Bahkan umrah menjadi salah satu hal yang disarankan dilaksanakan jika memiliki kelebihan dalam hal materi. Namun demikian, pemberitaan agen umrah First Travel banyak memuat kasus penipuan dan penggelapan dalam bentuk perjalanan umrah sehingga pemberitaannya menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia dari berbagai media massa. Kasus agen umrah First Travel menjadi buah bibir di masyarakat sebab kasus ini menyebabkan korban mencapai puluhan ribu calon jemaah dengan kerugian hingga milyaran rupiah. Selain calon jemaah dirugikan hingga milyaran rupiah ternyata kasus ini juga menyebabkan kerugian terhadap patner kerja dari biro umrah first travel seperti tiket pesawat mencapai Rp 85.000.000.000, serta utang visa Rp 9.700.000.000 dan utang penginapan Rp 24.000.000.000 dan jika dijumlahkan kerugian korban hampir mencapai Rp 1 triliun (Sumber : <https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/22/08/2017/total-kerugian->

korban-first-travel-hampir-rp-1-triliun. Diakses Sabtu, 12 Desember 2018, pukul 9:28 WIB).

Pemilihan berita kasus penipuan dan penggelapan agen umroh First Travel sebagai objek penelitian karena sebelumnya sudah ada kasus yang sama yang menyangkut agen umrah di Indonesia, seperti Abu Tours, Hannien Tours, dan Solusi Balad Lumampah (SBL). Akan tetapi, kasus First Travel lebih mendapat perhatian masyarakat Indonesia ketimbang pemberitaan kasus serupa sebelumnya karena kasus tersebut cukup memprihatinkan. Kaitan netralitas dengan kasus First Travel yaitu seringnya media dalam memberitakan kasus First Travel, apakah prinsip dasar jurnalistik, kode etik jurnalistik, serta UU nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran masih diterapkan oleh media atau wartawan dalam pemberitaan kasus tersebut. Hal ini dikarenakan pemberitaan kasus First Travel menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia jika dalam berita tidak bersikap netral atau mengesampingkan prinsip dasar jurnalistik, kode etik jurnalistik, serta UU nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran maka akan merugikan masyarakat Indonesia dalam mendapatkan informasi tentang kasus tersebut. Netralitas menjadi bahan evaluasi bagi media dalam menjalankan tugasnya untuk menjadi media yang netral. Netralitas menjadi tanggung jawab besar bagi media untuk menjaga kredibilitas agar tidak kehilangan kepercayaan dari publik. Selain itu, kasus First Travel ini telah memenuhi nilai dalam berita, dari segi keluarbiasaan kasus ini menimbulkan keresahan pada masyarakat Indonesia puluhan ribu orang menjadi korban dari penipuan First Travel. Selain itu kasus ini mengakibatkan seorang korban menjadi depresi hingga meninggal. Segi ketokohan, pelaku penipuan bos dari First Travel ini merupakan salah satu perancang baju terkenal di Indonesia yang karyanya sudah

ikut sertakan di New York *Fashion Week* dan ada selebriti yang namanya tersangkut dalam kasus First Travel. Nilai berita terakhir yang dikandung dari kasus ini adalah *human interest*, dimana orang yang mengkonsumsi berita mengenai kasus ini akan merasa tersentuh seluruh jiwa, emosi dan empatinya contoh saja orang yang memiliki niatan untuk beribadah tapi kenyataannya tertipu (Sumadiria, 2005:81).

Untuk mengetahui netralitas media dalam kasus First Travel, penelitian ini menggunakan netralitas Mc Quail. Netralitas ini diukur berdasarkan empat hal yaitu *sensasionalisme, stereotype, juxtaposition, dan linkages* (Kriyantono, 2006: 224). Selain itu, media yang digunakan adalah *Kompas TV* dan *NET TV*. Hal ini didasarkan pada kedua media tergolong media nasional yang memiliki siaran frekuensi di Indonesia dan berita menjadi salah satu kontennya. *Kompas TV* dan *NET TV* memandang bahwa kasus tentang penggelapan dan penipuan First Travel sebagai hal penting yang berdampak cukup besar di Indonesia. Apalagi dengan tersangkutnya nama artis seperti Syahrini, Vicky Shu, Ria Irawan, dan Almarhumah Julia Perez menjadi sorotan penting bagi kedua media dalam pemberitaan. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk melihat netralitas pemberitaan oleh media televisi di Indonesia dengan menjadikan *Kompas TV* dan *NET TV* sebagai sumber datanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Seberapa besar tingkat netralitas *Kompas TV* dan *NET TV* dalam memberitakan kasus First Travel periode Maret hingga Mei 2018?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur netralitas *Kompas TV* dan *NET TV* dalam pemberitaan kasus First Travel.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat Teoritis

Untuk menambahkan kajian dalam bidang ilmu komunikasi terutama penelitian analisis isi dalam berita. Selain itu, sebagai referensi keilmuan media massa tentang pemberitaan yang netral pada media televisi.

Manfaat Praktis

1. Dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi jurnalis serta institusi, dalam penelitian ini yakni *Kompas TV* dan *NET TV* dalam penyampaian berita kepada khalayak harus bersifat netral. Sebab, Netralitas menjadi tanggung jawab besar bagi media untuk menjaga kredibilitas agar tidak kehilangan kepercayaan dari publik.
2. Menjadi tambahan pengetahuan bagi masyarakat dalam mewakili pembaca sekaligus sebagai pengontrol media massa, dalam hal pemberitaan yang netral pada kasus First Travel.