

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Media *online* merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak dan media elektronik atau biasa disebut sebagai *new media*. Media *online* yang disebut disini berupa *website* yang melakukan proses kerja jurnalistik. Perbedaan utama jurnalistik *online* dan jurnalistik konvensional adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update*, dihapus kapan saja dan adanya interaksi dengan pembaca. Jurnalistik *online* tidak mengenal tanggal waktu batas paling lambat (*deadline*) publikasi berita sebagaimana dikenal di media cetak. Dalam media *online* publikasi paling lambat dalam jangkauan menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung (Romli, 2018: 18).

Kecepatan pengiriman konten pada media *online* menjadi tantangan bagi pelaku jurnalistik *online*. Pelaku jurnalistik *online* harus tetap menjaga unsur kelayakan konten yang mereka bagikan. Salah satu produk media *online* adalah berita. Berita harus memenuhi unsur kelayakan berita salah satunya sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik Pasal 5 yang berisi:

“Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan nama jelas penulisnya.”

Berdasarkan ketentuan di atas berarti berita harus lengkap, adil, dan berimbang. Berita juga harus tepat dan cermat, dalam bahasa jurnalistik disebut akurat. Sedangkan, arti tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri disebut sebagai objektif (Kusumaningrat, 2007:47).

Disisi lain pengguna atau khalayak media *online* secara umum memiliki karakteristik membaca sepintas pada teks berita dan memilih pada bagian mana yang akan dibaca untuk diberi perhatian lebih atau bahkan diabaikan. Hal tersebut menjadikan naskah berita dibuat ringkas dan *to the point* agar mudah dipahami.

Namun, keringkasan berita tersebut tetap harus memenuhi unsur kelayakan berita (Romli, 2018:60).

Untuk membuat berita yang memenuhi kelayakan atau berita yang berkualitas tidaklah mudah. Media *online* harus memiliki sumber daya manusia yang terlatih untuk menyeimbangkan segala aspek-aspek yang berkaitan dengan dunia jurnalistik *online*. Konsep penting pada berita berkualitas salah satunya adalah sikap objektif, dengan sikap objektifnya maka wartawan akan memperoleh berita yang sesuai dengan kenyataan, tidak berat sebelah, bebas dari prasangka, dan lengkap.

Beberapa contoh hal yang memengaruhi dalam pemberitaan seperti penguasa politik, ideologi, pemilik saham, stereotip, prasangka, gender. Akan tetapi, pelaku jurnalistik atau yang biasa disebut jurnalis harus tetap menjalankan etika dalam berperilaku di industri media massa. Jurnalis semaksimal mungkin harus mengedepankan objektivitas dalam melakukan pemberitaan.

Setiap harinya banyak berita yang disuguhkan kepada masyarakat, baik itu berita ekonomi, politik, kesehatan, sosial dan lain-lain. Di antara banyak berita salah satu contoh pemberitaan yang tidak lepas dari sorotan media adalah berita politik. Jika membicarakan politik maka erat kaitannya dengan negara, kekuasaan, pengambilan keputusan, kebijakan umum, hingga distribusi kemakmuran. Tantangan dalam memberitakan berita politik sangatlah tinggi, apalagi berkaitan dengan perihal objektivitas. Politik selalu ada kubu pro dan kontra, dengan hal ini seorang wartawan dituntut objektif dalam pelaporan berita dengan tujuan pelayanan publik tanpa mengesampingkan kebenaran dari berita itu.

Berita politik yang selalu menjadi sorotan masyarakat seperti berita pemilihan presiden. Tahun 2019 merupakan tahun politik, dimana pada tahun ini berlangsung pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia serta pemilihan anggota legislatif secara bersamaan pada 27 April 2019. Pada momen ini, media massa menjadi salah satu penyambung antara kejadian-kejadian yang terjadi dimanapun yang tersorot media dengan masyarakat. Sehingga, pemberitaan politik ini dapat digunakan sebagai tolak ukur masyarakat untuk memilih siapa yang akan menjadi pilihan mereka

Pemberitaan khususnya pada media *online* dapat menjadi rekam jejak seseorang karena sifatnya terdokumentasi. Dalam dunia politik pasti banyak argumen-argumen para politisi yang banyak dikutip dan disorot oleh media massa. Hal ini juga menjadi ajang kampanye meningkatkan eksistensi untuk setiap pelaku politik. Namun, pemberitaan pada media massa juga dapat menjadi bumerang untuk seseorang dapat menjadi prestasi ataupun tidak konsisten orang dalam berargumen.

Pemilihan presiden 2019 ini diikuti dua pasangan calon (Paslon) presiden dan wakil presiden. Paslon dengan nomor urut satu yaitu Joko Widodo – Ma'ruf Amin dan Paslon dengan nomor urut dua yaitu Prabowo Subianto – Sandiaga Uno. Dalam Pilpres salah satu hal yang ditunggu oleh para pendukung dan masyarakat luas adalah debat, adu argumentasi antar dua paslon. Debat pertama Pilpres 2019 diadakan pada 17 Januari 2019 dengan tema hukum, HAM, korupsi dan terorisme.

Isi debat hingga segala serba-serbi debat menjadi perhatian media massa. Pemberitaan-pemberitaan mengungkap sisi lain dari isi debat. Seperti contoh data-data kebenaran tentang pernyataan kedua Paslon. Pemberitaan ini juga dapat menjadi tolak ukur masyarakat untuk memilih mana Paslon yang dianggap lebih baik dan dipilih pada hari pemilihan. Tentunya masyarakat harus selektif dalam memilih media mana yang menyajikan berita dengan objektif, agar konstruksi berita yang dibuat media sesuai apa yang terjadi di lapangannya.

Penelitian ini akan mencari seberapa besar objektivitas tiga media *online* terbesar di Indonesia. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 262 juta orang. Lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017 (www.kompas.com diakses 20 Januari 2019 pukul 19:43 WIB). Hal itu membuktikan bahwa banyak masyarakat sekarang lebih memanfaatkan internet salah satunya media *online*.

Menurut *Alexa Rank* diakses pada 31 Januari 2019 pada *websites* tiga media terbesar di Indonesia adalah *Detik.com*, *Tribunnews*, dan *Tempo.co*. *Alexa Rank* merupakan *tool* marketing yang menggunakan data *traffic* sebuah *website* untuk meranking *website* populer. Perankingan di *Alexa Rank* dihitung berdasarkan

jumlah pengunjung website dan jumlah *page view* yang didapatkan sebuah *website* dalam kurun waktu tertentu.

Jumlah pengunjung pada portal berita *online* yang banyak menandakan berita dari sebuah media itu menarik. Menurut Dr. Wiliam G. Blayerd berita terbaik adalah berita yang paling menarik perhatian bagi jumlah pembaca yang banyak. Berarti tiga media tersebut secara umum memiliki berita yang terbaik karena memiliki jumlah pengunjung yang banyak.

Namun, menjadi berita yang terbaik karena jumlah pengunjung yang banyak media massa harus tetap menyajikan berita yang objektif. Objektivitas merupakan hal penting yang harus disajikan dalam penyampaian berita, berita harus disajikan secara utuh dan tidak bersifat memihak salah satu sumber. Pentingnya menjaga nilai objektif berita agar masyarakat menerima laporan mengenai peristiwa sesuai apa yang terjadi dilapangan. Berita objektif adalah berita yang selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, dan bebas dari prasangka (Kusumaningrat, 2007:54).

Dengan demikian, penelitian ini akan berusaha menganalisis isi objektivitas media online yakni *Detik.com*, *Tribunnews.com*, *Tempo.co* dalam memberitakan debat pertama capres-cawapres 2019 edisi 17 Januari-18 Januari 2019. Alasan peneliti mengambil edisi berita 17-18 Januari 2019 karena pada dua hari tersebut terjadi tiga masa debat yaitu pra debat, debat, dan pasca debat. Pra debat kita dapat mengetahui bagaimana sebuah media menyoroti persiapan para kandidat, penyelenggara, dan serba- serbi persiapan. Pada debat media *online* sangat cepat dalam penayangan berita walapaun tidak real time seperti media elektronik. Adapun, pasca debat merupakan pemberitaan lanjutan dari debat yang telah berlangsung.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana objektivitas *Detik.com*, *Tribunnews.com*, dan *Tempo.co* dalam memberitakan debat pertama pemilu 2019 edisi 17 Januari-18 Januari 2019?

1.3 TUJUAN

Berdasarkan pemaparan di atas tujuan penelitian ini untuk mengetahui objektivitas *Detik.com*, *Tribunnews.com*, *Tempo.co* dalam memberitakan debat pertama pemilu 2019 edisi 17 Januari- 18 Januari 2019.

1.4 MANFAAT

1.4.1 Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menambah kajian ilmu komunikasi terutama penelitian analisis isi.

1.4.2 Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk:

- a. Untuk menambah pengetahuan tentang objektivitas dalam sebuah berita.
- b. Sebagai masukan untuk para pelaku jurnalistik agar tetap menjaga objektivitas dalam penyajian berita.
- c. Untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat agar selektif dalam mengakses berita.