

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini media massa memiliki peran yang strategis dalam menyampaikan informasi. Pada dasarnya, media massa memiliki fungsi penghantar dalam menyebarkan berbagai macam informasi kepada khalayak yang bisa dijangkau oleh masyarakat bebas. Seiring meningkatnya kebutuhan dan aktivitas masyarakat, mengakibatkan terjadinya perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih. Salah satunya adalah kebutuhan akan informasi, dalam hal ini teknologi komunikasi yang mampu mengimbangi tingginya keinginan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan aktual.

Teknologi komunikasi tersebut berupa situs media *online* yang dapat di akses dimana saja dan kapan saja, kecepatan berita menjadi salah satu aspek yang dibutuhkan. Kemunculan dan perkembangan teknologi media komunikasi melalui internet, kini publik dapat mengakses berita dan informasi dengan cepat. Perkembangan teknologi tersebut, juga menyebabkan perubahan dan perkembangan dalam dunia jurnalistik dengan munculnya jurnalisme *online*, yang mampu menyajikan informasi secara cepat dan mudah untuk di akses.

Berita didefinisikan sebagai laporan dari sebuah kejadian oleh para ahli. Tujuan dari pembuatan berita secara umum dapat dilihat dari siapa pemilik media massa dan apa visi-misi pada media massa yang memuat berita tersebut (Firdinata dalam www.academia.edu). Sebuah kejadian yang mempunyai unsur nilai paling tinggi pasti akan lebih diprioritaskan dibanding dengan peristiwa yang tidak memiliki nilai berita yang tinggi. Nilai berita bukan hanya menjadi ukuran dan standar kerja, melainkan juga telah menjadi ideologi kerja wartawan, nilai berita memperkuat dan membenarkan wartawan kenapa peristiwa tersebut diliput sedangkan yang lain tidak. Nilai berita berarti menjadi pedoman untuk mengarahkan dan mendisiplinkan jurnalis media ketika berhadapan dengan fakta atau informasi.

Nilai berita merupakan asumsi wartawan tentang apa yang menarik untuk disajikan kepada khalayak, yakni apa yang mendapat perhatian mereka. Nilai berita yang dimaksud diantaranya adalah aktualisme (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), keterkenalan (*prominence*), dampak (*consequence*), dan *human interest* (Kusumaningrat dalam Octavia, 14:2012). *Website* berita *online* yang saat ini mudah diakses dengan gadget tidak terlepas dari nilai berita tersebut, meskipun berita yang diinformasikan kepada khalayak cepat, namun para jurnalis tersebut tidak lupa memperhatikan nilai berita lain sesuai keaktualannya. Jurnalisme *online*, memiliki kelebihan lain dibanding dengan media konvensional. Selain mengandalkan kecepatan dalam memberikan informasi terbaru, jurnalisme *online* juga memberikan ruang kepada publik untuk memberikan respon atas pemberitaan yang ada. Dengan media *online*, pembaca tidak perlu menyediakan waktu khusus untuk membaca informasi, karena media *online* bisa dikonsumsi

dimana saja. Khalayak penerima berita juga dapat memilih, memberikan *feedback* secara langsung.

Dalam proses pembuatan berita, para awak media mengemas dan membingkai aspek tertentu dari peristiwa lewat bantuan kata, aksentuasi kalimat, gambar dan perangkat lainnya. Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. (Eriyanto, 2012:3) Pembingkai media terhadap suatu isu atau peristiwa yang sama mungkin berbeda, perbedaan tersebut terlihat dari pemilihan dan penggunaan kata, gambar, atau *angle* tulisan. Konstruksi realitas yang dilakukan media bisa dilihat melalui pemilihan narasumber, pemilihan narasi cerita, dan penonjolan nilai atau bagian tertentu sesuai dengan kepentingan media tersebut. Pembingkai tersebut juga dapat disebabkan karena faktor ekonomi politik media, yang mengejar rating yang tinggi serta untuk kepentingan penguasa dan pemilik modal yang kebanyakan bergulat di dunia politik.

Salah satu peristiwa yang menyita perhatian publik adalah perubahan harga BBM oleh presiden Joko Widodo. Sudah lima kali harga bahan bakar minyak (BBM) diubah. Dua kali naik, satu kali turun. Pertama kali harga BBM dinaikan pada 18 November 2014 menjadi Rp 8.500,00, namun pada 1 Januari 2015 pemerintah menurunkan harga BBM menjadi Rp 7.600,00 dan diturunkan kembali pada 19 Januari menjadi Rp 6.700,00. Pada 1 Maret 2015 pemerintah menaikkan harga BBM menjadi Rp.6.800,00, dan kembali menaikkan harga BBM pada tanggal 28

Maret 2015 menjadi Rp7.300,00. (DetikNews.com). Berikut ini tabel naik turunnya harga BBM :

Tabel 1. Fluktuasi harga BBM

BERLAKU		HARGA (RUPIAH PER LITER)					MASA KEPRESIDENAN
Tahun	Tanggal	Premium	%	Solar	%	Minyak Tanah	
<u>2015</u>	<u>28 Maret</u>	Rp7.300,00		Rp6.900,00		Rp2.500,00	<u>Joko Widodo</u>
<u>2014</u>	<u>1 Maret</u>	Rp6.800,00		Rp6.400,00		Rp2.500,00	
	<u>19 Januari</u>	Rp6.700,00		Rp6.400,00	▼ 15%	Rp2.500,00	
	<u>1 Januari</u>	Rp7.600,00	▼ 11.8%	Rp7.250,00	▼ 3.4%	Rp2.500,00	
	<u>18 November</u>	Rp8.500,00	▲ 31%	Rp7.500,00	▲ 36%	Rp2.500,00	

Pemberitaan ini banyak menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat terkait harga BBM yang naik turun, terutama saat harga BBM dinaikkan. Kenaikan itu dinilai tidak seperti seharusnya, dikarenakan kenaikan tersebut terjadi pada saat minyak dunia mengalami penurunan harga, BBM di Indonesia malah naik. Seperti di kutip pada Kompas.com, meskipun harga minyak dunia cenderung turun, harga bahan bakar minyak (BBM) di dalam negeri justru dinaikkan. (<http://print.kompas.com/baca/2015/04/07/Harga-Minyak-Dunia-Turun%2c-BBM-Domestik-Justru-Naik>).

Saat ini terdapat banyak *website* berita, dan salah satu *website* berita terpopuler di indonesia adalah Detikcom, berdasarkan portal www.alexacom yang menstratifikasikan berbagai macam situs seperti google.com, facebook.com, yahoo.com dan lain sebagainya, menunjukkan bahwa *website* berita Detikcom

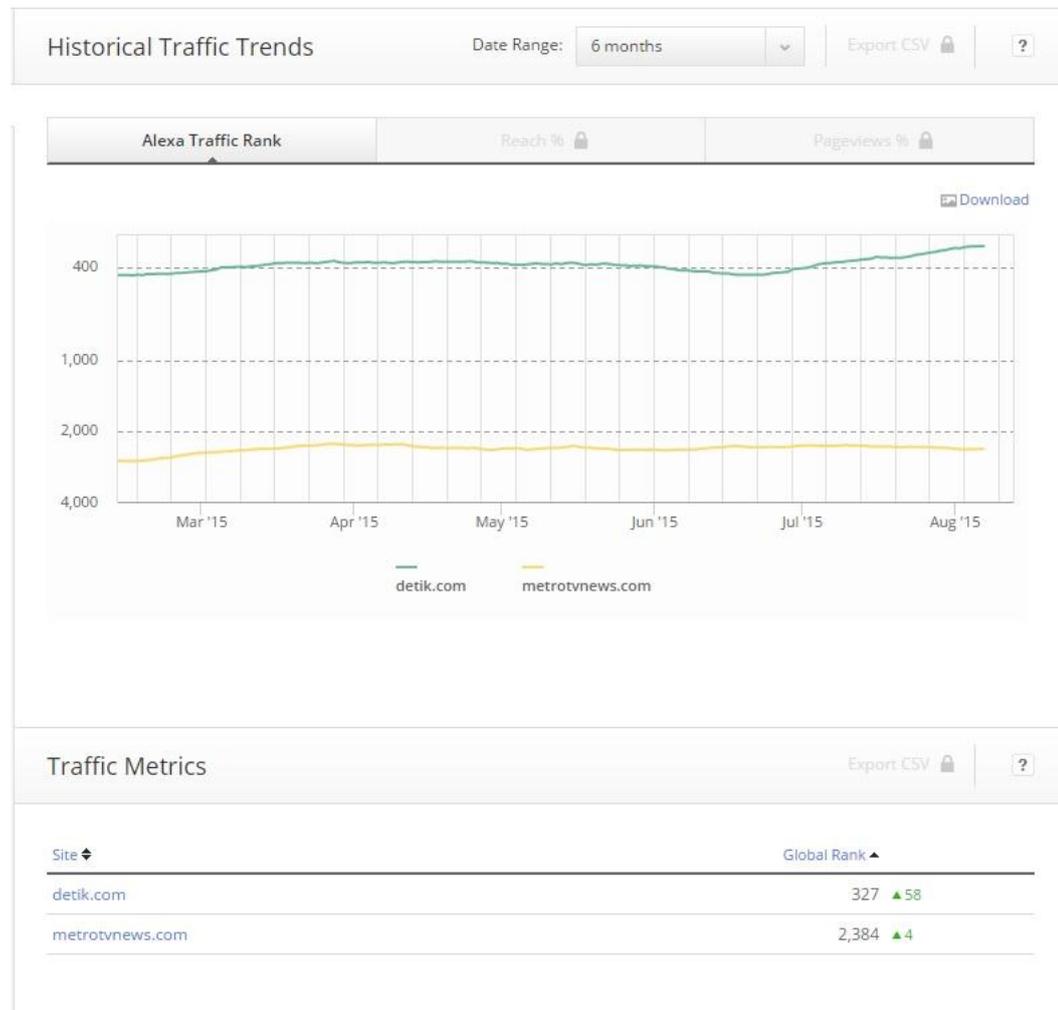
berada pada urutan nomor satu di antara dua belas *website* berita terpopuler di Indonesia seperti kompas.com, viva.co.id, dan Tempo.co.

Berikut ini ditampilkan urutan *website* berita yang sering di akses berdasarkan situs www.alex.com pada tanggal 20 Maret 2015 :

1. Detikcom
2. Kompas.com
3. Liputan6.com
4. Viva.co.id
5. Tribunnews.com
6. Merdeka.com
7. Suara.com
8. Republika.com
9. Okezone.com
10. Tempo.co
11. Jpnn.com
12. Metrotvnews.com

Berdasarkan pernyataan di atas peneliti memilih media Detikcom dan Metrotvnews.com, karena peneliti melihat adanya kesenjangan pengguna yang mengakses penggunaan kedua situs tersebut.

Gambar 1. Peringkat Website Detikcom dan Metrotvnews.com berdasarkan jumlah pengunjung. (Alexa.com)



Kedua media tersebut dimiliki oleh pemilik media yang memiliki latar belakang yang berbeda. Detikcom yang berada di bawah kepemilikan Chairul Tanjung yang tergabung dalam Transcorp. Sedangkan Metrotvnews.com yang dimiliki oleh Surya Paloh. Chairul Tanjung tidak ikut dalam kabinet dan tidak berkoalisi dengan presiden Joko Widodo sedangkan Surya Paloh merupakan ketua partai Nasdem yang juga merupakan koalisi Indonesia hebat pada pilpres 2014 yang lalu (<https://id.wikipedia.org>), dalam hal ini, peneliti mengkaji pemingkai berita

Presiden Joko Widodo tentang harga BBM pada *website* berita Detikcom dan Metrotvnews.com.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diteliti adalah, bagaimanakah situs berita Detikcom dan Metrotvnews.com membingkai pemberitaan presiden Joko Widodo tentang harga BBM pada periode 15 November 2014 - 18 April 2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimanakah *website* berita Detikcom dan Metrotvnews.com membingkai pemberitaan presiden Joko Widodo tentang harga BBM pada periode 15 November 2014 - 18 April 2015.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki berbagai manfaat, antara lain:

1. Manfaat akademis dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran bagaimana *website* Detikcom dan Metrotvnews.com membingkai pemberitaan presiden Joko Widodo tentang harga BBM oleh *website* beria Detikcom dan Metrotvnews.com.

2. Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah dapat menjelaskan bagaimana *website* berita Detikcom dan Metrotvnews.com membingkai pemberitaan presiden Joko Widodo tentang pemberitaan harga BBM.