

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi di zaman sekarang menjadikan khalayak ramai semakin mudah untuk mendapatkan berbagai jenis informasi melalui media digital. Beberapa media digital secara tidak langsung sudah mulai mengadopsi perkembangan ini dengan menyediakan berita berbasis *online* yang mudah di akses dengan cepat dan menyediakan berbagai macam informasi. Realitanya, media *online* ini dituntut agar dapat menyampaikan berita dan informasi lebih cepat dan juga objektif (Fahroci, 2021).

Objektif yang dimaksud yaitu bagaimana berita dan informasi yang disampaikan tidak memihak kepada salah satu sumber. Objektivitas berita sangat penting untuk dibahas agar bisa mengetahui apakah suatu media digital menyajikan berita secara netral atau memihak kepada salah satu sumber. Objektivitas sendiri sering dipertanyakan oleh khalayak ramai yang mengkonsumsi suatu berita ketika merasa ada yang sesuatu yang menjangkal dalam penyampaian berita tersebut. Sebagai contoh, pemberitaan mengenai pemilu presiden pada tahun 2019, banyak dijumpai perbedaan hasil survei antara media massa satu dengan yang lain. Hal ini menyebabkan banyak pertanyaan dikalangan masyarakat. Tak heran jika banyak masyarakat yang merasa heran saat mengonsumsi berita pada media massa yang memperlihatkan kecondongan pada salah satu pihak saja (Fahroci, 2021).

Objektivitas merupakan hal harus dimiliki oleh semua media massa, baik itu media cetak maupun media *online*. Kehadiran media *online* tentunya sangat mempermudah khalayak ramai dalam mencari berbagai informasi yang ada di belahan dunia. Oleh karena itu, peran seorang jurnalis dituntut untuk bisa bergerak secara sigap dan cepat dalam menyiarkan dan

menyampaikan informasi yang sudah mereka dapatkan sehingga bisa menjadi media yang tercepat dan teraktual. Faktor kecepatan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh seorang jurnalis. Ada kalanya tuntutan kecepatan membuat media menunda untuk melakukan konfirmasi atas informasi yang sudah mereka dapatkan (Toto, 2019).

Media *online* memiliki peran yang signifikan dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi proses sosial dan politik. Keberadaannya yang luas dan pengaruhnya yang kuat dalam menginformasikan dan membentuk persepsi masyarakat membuatnya menjadi subjek yang relevan untuk diteliti dalam konteks objektivitas. Dengan memfokuskan penelitian pada media online, Peneliti dapat mengeksplorasi dampaknya dalam mempengaruhi objektivitas berita dan informasi yang disajikan.

Dengan menjamurnya era digitalisasi, membuat media digital terus berlomba dalam menyampaikan berita secepat mungkin. Salah satunya media *online* yang mengutamakan kecepatan adalah Detik.com, yang dikenal sebagai pelopor jurnalistik *online* yang ada di Indonesia. Dilansir dari Databoks dalam *website* katadata.co.id pada tahun 2022, Reuters *Institute* baru saja merilis laporan *Digital News Report 2022* tentang lansekap media massa yang ada di Indonesia. Laporan itu menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mayoritas mengonsumsi media daring

Tabel 1.1 Media Daring Konsumsi, sumber: Databoks

Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak (2022) Oleh Databoks		
No.	Nama	Nilai/%
1	Detik.com	65
2	Kompas	48
3	CNN Indonesia	35
4	Tribunnews	32
5	TVOnenews.com	30
6	MetroTVnews.com	28
7	Liputan6.com	25
8	Okezone	23
9	Kumparan	21
10	Tempo.co.id	19

Sebagai sumber berita dengan persentase 65%, yang menjadikan Detik.com sebagai media daring dengan konsumsi terbesar pertama. Hal ini lantas menggambarkan bahwasanya Detik.com mempunyai dampak yang besar dalam penyebaran informasi berbasis media *online* di Indonesia.

Media *online* yang dimiliki oleh Chairul Tanjung ini memiliki banyak kategori berita seperti politik, ekonomi, olahraga, makanan, teknologi dan masih banyak lagi. Tak hanya itu, Detik.com juga sangat mengutamakan kecepatan dalam menyiarkan suatu berita. Tentu hal tersebut merupakan hal yang baik, tetapi karena terblu mengutamakan kecepatan tersebut, Detik.com kerap mengabaikan akurasi dan juga kurang dalam melakukan validasi sebelum penyiaran berita tersebut. Misalnya saat facebook *Science Of Universe* menyiarkan berita tentang kisah Imanda Amalia, warga negara Indonesia yang dikabarkan meninggal di Mesir pada Kamis, 3 Februari 2011. Pada hari yang sama, Detik.com juga langsung menyiarkan informasi mengenai meninggalnya Imanda Amalia dengan judul "Inalillahi, seorang WNI tewas di Mesir", tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu. Padahal tidak lama setelah itu, pada laman facebook *Science of Universe* ditulis klarifikasi bahwa informasi tentang meninggalnya Imanda Amalia adalah sebuah kekeliruan alias tidak benar (Sambo & Jafaruddin, 2017).

Dalam menyampaikan berita, Detik.com menggunakan konsep 3W, yaitu apa (*what*), di mana (*where*), dan kapan (*when*), karena tujuan utamanya adalah menyampaikan berita dengan cepat kepada pembaca. Pendekatan ini berbeda dengan prinsip ideal jurnalisisme 5W+1H, yang mencakup apa (*what*), siapa (*who*), di mana (*where*), mengapa (*why*), dan bagaimana (*how*). Penggunaan pendekatan 3W (*what, where, when*) dalam penulisan berita sangat berisiko karena dapat menghasilkan informasi yang tidak lengkap (Mahendra, 2012). Hal ini berkaitan dengan objektivitas berita dalam hal kelengkapan faktualitas unsur-unsur berita.

Detik.com, selain menerapkan prinsip 3W, juga menggunakan dan mengembangkan metode pemberitaan tertunda dengan melibatkan kedua

belah pihak. Meskipun Detik.com menyadari bahwa ini melanggar prinsip-prinsip penulisan jurnalistik dan sering memicu protes dari pembaca, mereka mengklaim bahwa mereka tidak sepenuhnya melanggar aturan jurnalistik karena artikel berita yang berikutnya akan mencakup informasi terkait melalui tautan terkait (*related link*). Detik.com juga menyatakan bahwa saat ini hampir tidak ada lagi protes dari pihak eksternal terkait dengan metode pemberitaan tertunda yang melibatkan kedua belah pihak (Mahendra, 2012). Namun, antara Januari 2010 dan Agustus 2011, Dewan Pers menerima 18 pengaduan dari Lucky Aziza Bawazier terhadap Detik.com. Dewan Pers menilai bahwa Detik.com tidak melakukan konfirmasi kepada narasumber dalam penulisan berita dan informasi yang disajikan tidak akurat (Mahendra, 2012).

Dari pembahasan singkat di atas, peneliti mengetahui objektivitas berita dari Detik.com. Penelitian ini akan membahas mengenai pemberitaan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo pada artikel media online Detik.com. Dalam penelitian ini, saya menganalisis artikel berita pada media online Detik.com dalam rentang waktu 21-23 April 2023. Rentang waktu tersebut dipilih karena merupakan periode dengan trend tertinggi, yang ditentukan berdasarkan analisis menggunakan Google Trend. Tujuannya adalah agar mendapatkan hasil yang signifikan pada periode tersebut. menyatakan kesanggupannya jika diusung PDIP sebagai calon presiden (Capres). Nama Ganjar Pranowo moncer di beberapa hasil survei. Sering masuk tiga besar hasil survei sebagai figur potensial untuk calon presiden di 2024. Dilansir oleh Lebe (2021) dalam website kompasnesia, terdapat beberapa jumlah hasil survei calon presiden 2014 yang dilakukan oleh beberapa lembaga survei kredibel:

1. Survei yang dilakukan oleh lembaga Poltracking yang menunjukkan tingkat keterpilihan Ganjar Pranowo tertinggi yaitu 18,2 persen. Disusul Prabowo Subianto dengan 17,1 persen dan Anies Baswedan dengan 10,2 persen. Selengkapnya bisa baca

2. Survei Litbang Kompas dilakukan pada 26 September hingga 9 Oktober 2021. Menunjukkan elektabilitas Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo memiliki persentase yang sama dan berada posisi teratas dalam survei calon presiden untuk Pemilu 2024. Persentase elektabilitas Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo adalah 13,9 persen. Selengkapnya bisa baca
3. Lembaga Survei Independen Nusantara (LSIN) melakukan survei kedelapan nama yang berpotensi maju pilpres 2024. Hasil survei menunjukkan Ganjar memperoleh elektabilitas sebesar 27%, Anies Baswedan 21%, dan Prabowo Subianto 14%.

Diangkatnya Ganjar Pranowo oleh Partai PDIP yang di ketuai oleh Megawati Soekarno Putri ini pun menuai banyak polemik, terlebih ketua umum PDIP ini memiliki relasi yang luas terhadap media-media yang ada di Indonesia termasuk Chairul Tanjung sebagai pemilik Detik.com

Penunjukan Ganjar Pranowo sebagai calon Presiden dari Partai PDIP yang dilangsir di Detik.com, Ganjar diangkat oleh PDIP ini muncul setelah Ketua Umum PDI Perjuangan Megawati Soekarnoputri menyematkan peci kepada Ganjar Pranowo di Istana Batu Tulis, Bogor, Jawa Barat, Jumat (21/04). PDI Perjuangan resmi menetapkan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024. Acara dihadiri oleh bapak presiden RI Joko Widodo, Prananda Prabowo, Ketua DPR Puan Maharani, itu terlihat sangat aman dan kondusif. Dalam acara itu, Ganjar menyampaikan apresiasinya atas keputusan PDIP dan Megawati yang memilihnya sebagai Bakal Capres Pada Pilpres 2024. Ia mengatakan bahwa tugasnya tidak mudah dan meminta dukungan dari segala belah pihak. Dalam acara tersebut, Presiden Jokowi juga memberikan komentar untuk Ganjar dengan mengatakan “Pak Ganjar ini adalah pemimpin yang dekat dengan rakyat, selalu turun ke bawah dan sangat ideologis.” Kata Jokowi.

Diusungkannya Ganjar Pranowo oleh PDIP lantas dilirik oleh banyak kalangan dan banyak pemberitaan yang beredar di sosial media. Tentu hal ini banyak menuai pro dan kontra oleh masyarakat maupun

netizen. Banyak netizen yang memberikan dukungan kepada Ganjar agar menjadi presiden di tahun 2024 mendatang. Namun, tak sedikit pula netizen yang tidak setuju dan menganggap bahwa ganjar hanya petugas partai PDIP yang pasti dituntut lebih taat partai dari pada rakyat.

Respon Kontra juga diperlihatkan oleh Ketua Ganjar Pranowo Mania, Immanuel Ebenezer menganggap, PDIP membatasi ruang gerak Ganjar untuk sosialisasi politik. Ia mengatakan PDIP membebaskan Puan Maharani bergerilya ke berbagai partai politik. "Sekarang ini, kaki Ganjar 'diikat' sementara Puan Maharani bebas melakukan apa saja bahkan secara tidak langsung menyatakan dirinya sebagai Capres dari PDI Perjuangan," katanya, Rabu 12 Oktober 2022. Respon dukungan pun banyak diberitakan dalam beberapa artikel yang dimuat di dalam Detik.com kepada Ganjar Pranowo. Berikut merupakan salah satu isi dari artikel yang terdapat di dalam Detik.com.



Gambar 1.1 Ganjar bersama Gibran

Sumber: Dokumentasi Detik.com, tahun 2023

Pemberitaan mengenai penunjukan Ganjar Pranowo Sebagai calon Presiden Indonesia dipublikasi oleh Detik.com dengan cepat bahkan dalam sehari dapat memuat 5 artikel yang membahas mengenai Ganjar Pranowo. Salah satu berita yang dilangsir di Detik.com pada 25 Mei 2023 pukul 18:58 WIB, menyajikan berita yang berjudul "Ganjar Ngaku Dapat Dukungan Relawan Gibran" hasil pertemuan itu kata Ganjar membahas mengenai

relawan. Ganjar menyebutkan “relawan Gibran mendukung saya” hal ini lantas menjadi sorotan dikarenakan Gibran merupakan anak dari presiden RI yang juga merupakan kader dari PDIP.

Menurut Lumbu (2020) dalam jurnalnya yang membahas mengenai analisis pemberitaan penunjukan Basuki Purnama sebagai Komisaris Utama Pertamina. Objektivitas pemberitaan berdasarkan 2 aspek yaitu Imparsialitas dan Faktualitas. Aspek Imparsialitas dapat diukur berdasarkan aspek *balance* dan netralitas yang diturunkan kedalam tujuh unit analisis yaitu *sensationalism* (Personalisasi, *emotionalism*, dramatisasi), *stereotype*, *juxtaposition*, *linkage*, *source bias*, *cover both side* dan *slant*. Sedangkan aspek faktualitas diukur berdasarkan unsur kebenaran (*truth*) dan relevansi, kemudian dibagi menjadi lima kategori yaitu *checkability*, *readability*, *accuracy*, *completeness* dan *relevance*.

Hasil temuan data dalam penelitian itu menunjukkan unsur keberimbangan (*balance*) Detik.com yang masih cukup rendah karena jumlah artikel beritanya yang hanya menyajikan satu sumber dan tidak mengandung unsur *cover both side*. Meskipun demikian, Detik.com tetap menjaga netralitas dalam pemberitaan penunjukan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden. Selain itu, unsur kebenaran (*truth*) dan relevansi dalam penelitian ini mendapat hasil yang tinggi karena jumlah artikel berita Detik.com yang aktual dan memenuhi unsur 5W+1H serta dapat diverifikasi atau dicek kembali kebenarannya (Superi, 2020).

Dalam jurnal lain mengenai objektivitas media *online*. Yang membahas mengenai objektivitas berita Pilkada DKI Jakarta putaran pertama pada media Detiknews. Dimensi faktualitas diukur melalui dua variabel yaitu kebenaran dan relevansi. Variabel ini diukur melalui 3 indikator yaitu faktualisasi, akurasi, dan kelengkapan berita. Sedangkan Dimensi Imparsialitas diukur menggunakan 2 variabel yaitu keberimbangan dan netralitas. Hasil dari penelitian yang dilakukannya ditemukan bahwa

dari dimensi Faktualitas telah terpenuhi kelengkapan berita (5W+1H). Pada dimensi imparzialitas ditemukan hasil bahwa Detiknews masing tergolong rendah alam menampilkan *cover both side*, tetapi Detiknews masi tetap menjaga keseimbangan dalam pemberitaannya (Mutiara,2017).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah Objektivitas Pemberitaan Detik.com tentang penunjukan Ganjar Pranowo sebagai calon Presiden dari Partai PDIP?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Objektivitas pemberitaan yang dipublikasikan oleh Detik.com mengenai penunjukan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden dari partai PDIP.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan dalam memahami isi dan objektivitas media *online*.

1.4.2 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang dan juga sekaligus untuk menambah ilmu tentang objektivitas media *online* dalam menyampaikan berita.

1.5 Sistematka Penulisan

Untuk merangkum pembahasan dalam peneltian ini secara keseluruhan dan agar mudah ditemukan, maka dari itu perlu dibuat sebuah sistem yang menjelaskan kerangka dalam penulisan karya. Peneliti akan memaparkan gambaran sistematis penulisan penelitian ini, adapun itu yaitu:

BAB I: Merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II: Bab II ini berisi landasan teori yang memuat tentang tinjauan teoritis yang di gunakan dalam pembahasan masalah, terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian. Adapun teori yang digunakan merupakan teori yang relevan dengan ilmu komunikasi.

BAB III: BAB III berisi mengenai metodologi penelitian yang diantaranya tentang desain penelitian, partisipan, populasi, sampel, definisi operasional variabel, instrumental penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data.

BAB IV: Pada BAB IV ini berisi mengenai uraian gambar hasil analisis dan bukti-bukti dari penelitian dan pembahasan yang terdiri dari temuan penelitian yang berdasarkan pengolahan dan analisis data yang telah diperoleh dan pembahasan atau analisis yang ditemukan teoritis dan empirik yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilaksanakan.

BAB V: Pada BAB V terdapat penutupan sistematika bab sekaligus berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan berupa rangkuman dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang.