

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemunculan media baru berupa internet sebagai media *online* dapat membuat informasi berpindah dengan cepat. Internet yang kini menjadi bagian *primer* masyarakat Indonesia sudah tidak dapat dipisahkan lagi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan media *online* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya, yaitu sangat cepat dalam menyajikan informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses darimana saja dan kapan saja. Kehadiran media *online* membuat persaingan media tak terelakan, sehingga untuk mempertahankan posisinya dalam persaingan tersebut, beberapa perusahaan media berusaha membuat inovasi baru yang mampu menarik perhatian masyarakat dan menjangkau pasar yang lebih luas. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs web (website) internet. Website inilah yang berisi portal - portal berita *online* yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Karena kemudahan tersebut masyarakat saat ini lebih bergantung pada internet sebagai sumber utama untuk pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini didukung oleh riset Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, yang menjelaskan sepanjang tahun 2016 sebanyak 132,7 juta warga Indonesia telah terhubung ke internet dari total keseluruhan penduduk sebanyak 256,2 juta jiwa. Hal ini mengindikasikan adanya kenaikan yang sangat signifikan sebesar 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada tahun 2014 lalu. Survey terdahulu yang dilakukan APJII pada tahun 2014 hanya ada 88 juta warga Indonesia yang terhubung ke internet. Kenaikan tersebut didukung oleh perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan perangkat *smartphone*. (sumber : <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>). Dari hasil survey AJIP dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia cenderung meningkat setiap tahunnya, peningkatan tersebut

disebabkan karena adanya penambahan fasilitas pendukung seperti *free wifi* diruang publik/fasilitas umum sehingga memungkinkan masyarakat Indonesia dapat dengan mudah terhubung ke jaringan internet.

Dalam kancah politik, internet digunakan sebagai media komunikasi politik seperti kampanye partai politik, akses informasi pemilihan umum dan informasi politik terbaru dari pemerintah Indonesia serta luar negeri. Penggunaan internet sebagai media komunikasi politik kian nyata jelang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak yang dilaksanakan pada 15 Februari 2017 di 101 daerah di Indonesia. Salah satu daerah yang akan melaksanakan pilkada adalah Jakarta. Sebagai ibukota Indonesia Jakarta merupakan salah satu daerah yang menjadi sorotan publik dalam Pilkada kali ini, hal tersebut dikarenakan Pilkada DKI Jakarta dianggap sebagai cerminan untuk Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2019 mendatang.

Pilkada DKI Jakarta 2017 diikuti oleh 3 pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang diusung oleh partai-partai besar Indonesia, seperti : Demokrat, PDI-P dan Gerindra. Ketiga partai tersebut masing-masing mencalonkan satu *figure* politik yang sudah dikenal dengan oleh khalayak luas, paslon no urut 1 yang diisi Agus Harimurti Yudhyono - Sylviana Murni, paslon no urut 2 yaitu petahanan Basuki Tjahaja Purnama - Djarot dan paslon no urut 3 diisi oleh Anies Baswedan - Sandiaga Uno. Salah satu pasangan cagub dan cawagub DKI Jakarta nomor urut 3 Anies Baswedan dan Sandiaga Salahuddin Uno mempunyai elektabilitas yang cukup tinggi sehingga dapat bersaing ketat dengan paslon petahanan no 2. Dari data elektabilitas yang telah dikeluarkan oleh 3 lembaga survey yaitu Carta Politika, Poltracking Indonesia dan Lembaga Konsultan Politik Indonesia pada 03 Februari lalu menunjukkan hasil yang beragam.

Carta Politika mengeluarkan hasil survey elektabilitas yang menunjukkan jika paslon nomor urut 2 menempati posisi pertama dengan perolehan 36,5% , paslon nomor urut 3 berada diposisi kedua dengan perolehan 27% , dan paslon nomor urut 1 yang berada diposisi 3 dengan perolehan 25% . Kemudian dari lembaga Poltracking Indonesia menunjukkan paslon nomor urut 3 menempati posisi pertama dengan perolehan 31,5% , diikuti oleh paslon nomor urut 2 diposisi kedua dengan perolehan 30,13% , dan paslon nomor urut 1 yang berada

diposisi 3 dengan perolehan 25,75% . Sedangkan dari survey yang dilakukan oleh Lembaga Konsultan Politik Indonesia (LKPI) menunjukkan elektabilitas paslon nomor urut 1 menempati posisi pertama dengan perolehan 26,8% , paslon nomor urut 3 berada diposisi kedua dengan perolehan 26,2% , dan paslon nomor urut 2 menduduki posisi terakhir dengan perolehan 25,8%. (*sumber* : <https://news.detik.com/berita/d-3412622/membandingkan-hasil-survei-3-cagub-cawagub-dki-jakarta/4>)

Data elektabilitas yang dikeluarkan oleh 3 lembaga survey tersebut memperlihatkan bahwa paslon nomor urut 2 dan paslon nomor urut 3 selalu bersaing ketat, dengan perolehan data *sampling* yang tidak terpaut jauh. Paslon nomor urut 3 pun konsisten menempati posisi kedua dalam survey tersebut. Hal ini, disebabkan karena paslon nomor urut 3 Anies Baswedan - Sandiaga Uno rutin untuk berkampanye massa dan bertemu langsung dengan warga Jakarta sehingga elektabilitas paslon nomor urut 3 meningkat dari hari ke hari. Konsep kampanye yang digunakan paslon no 3 pun terbilang sangat unik dan menarik, tidak seperti pasangan cagub-cawagub lain seperti berkampanye dengan menggunakan mobil VW combi, meluncurkan video klip kampanye, hingga menaiki delman untuk menyapa warga Jakarta. Selain itu, tingginya elektabilitas Anies Baswedan dan Sandiaga Uno karena latar belakang agama dan pendidikan yang kental dari masing-masing individu sehingga khalayak luas percaya, bahwa mereka dapat memimpin Jakarta ke arah yang lebih baik.

Pemberitaan tentang pasangan cagub dan cawagub no urut 3, Anies-Sandiaga sudah menjadi daya tarik untuk diikuti oleh warga Jakarta. Sama seperti paslon gubernur DKI Jakarta lainnya, paslon nomor urut 3 Anies-Sandiaga pun sering diberitakan diberbagai macam media. Mulai dari pemberitaan mengenai visi misi, program kerja, menanggapi program kerja paslon lain, dan masih banyak lainnya. Salah satu pemberitaan yang menarik perhatian publik adalah, ketika cawagub Sandiaga Uno mendapatkan Rekor Muri terkait kegiatan blusukannya yang sudah dilakukan ke 1.000 titik di Jakarta. Selain itu, berita lain yang menjadi kejutan khalayak luas adalah ketika paslon no 3 menggandeng artis muda Rafi Ahmad dan Nagita Slavina (Gigi) untuk menjadi pembawa acara dalam

program *youtube* “Santai Sore Bersama Anies-Sandi” yang diusung oleh tim pemenangan paslon tersebut. Program yang diluncurkan pada 30 Januari lalu melalui *channel youtube* Gerindra TV telah ditonton sebanyak 30 ribu kali oleh *netizen*. Pemberitaan terakhir yang saat ini sedang hangat menjadi perbincangan khalayak luas, terkait kasus dugaan penggelapan kwitansi saat melakukan penjualan sebidang tanah yang menyeret calon wakil gubernur no 3 Sandiaga Uno bersama rekan bisnisnya Andreas Tjahyadi. Berita tersebut sudah dipublikasikan secara massal diberbagai media *online* termasuk di *Republika online*,

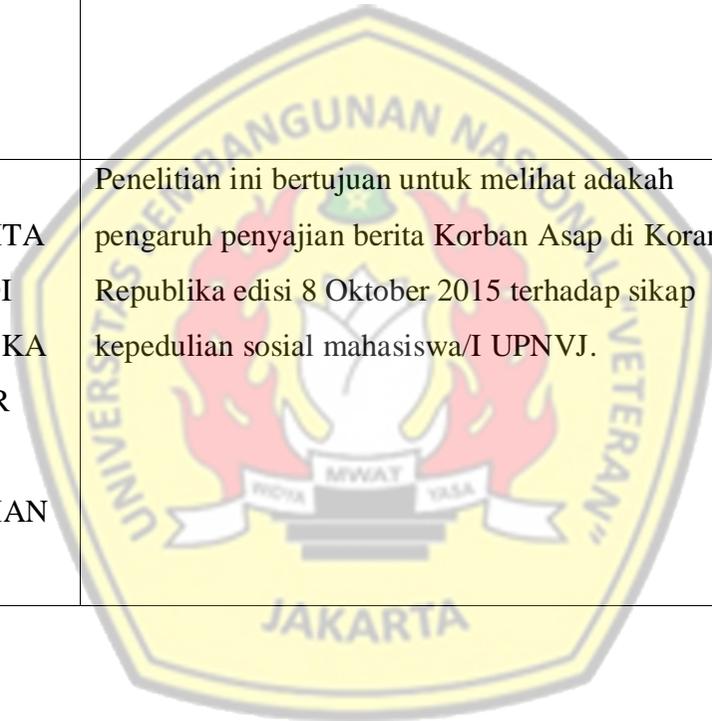
Republika online merupakan salah satu *website* berita yang dikeluarkan oleh perusahaan media cetak yaitu harian *Republika* untuk mempercepat penyebaran beritanya dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Pada tahun 2017 *Republika online* masuk ke dalam top 20 situs yang paling sering dikunjungi para pengguna internet di Indonesia menurut situs *Alexa.com*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Republika.com* merupakan situs berita terpercaya untuk menyajikan berita khususnya pemberitaan tentang politik Indonesia seperti pemilihan umum (pemilu) baik itu pemilihan presiden (pilpres) atau pemilihan kepala daerah (pilkada). Cara *Republika online* dalam mengkonstruksi sebuah pemberitaan juga berbeda dengan portal berita lain, hal itu dikarenakan ideologi media yang dipegang oleh *Republika online* yaitu nasionalis-agamis (islam) sehingga mempengaruhi segala aspek dalam sebuah berita seperti pemilihan kata, judul, narasumber dan isu berita yang ingin diangkat.

Dalam penelitian kali ini, penulis memilih mahasiswa/I UIN Syarif Hidayatullah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, karena secara psikologis mahasiswa/i memiliki jiwa muda, belum terpengaruhi oleh isu-isu media dan bebas dalam berpendapat terhadap semua pemberitaan yang dipublikasikan oleh media-media. Sedangkan dari segi akademis mahasiswa UIN jurusan KPI mempunyai kapabilitas dalam memahami dan menganalisis pesan/isi dari setiap pemberitaan yang ditulis dan ditayangkan oleh semua media, baik itu media konvensional maupun media *online*. Hal inilah yang membuat penulis tertarik membuat penelitian dengan judul **“PENGARUH NILAI BERITA PASANGAN ANIES-SANDIAGA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN PEMBACA REPUBLIKA ONLINE.”**

Tabel 1. Referensi Jurnal

NO	NAMA	JUDUL	PENELITIAN TENTANG	PERBEDAAN DENGAN PENELITI
1.	Geafaany Presentha & Ketie Sasenda	MENGUKUR TINGKAT KEPERCAYAAN PUBLIK INTERNAL TERHADAP ORGANISASI	Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengukur tingkat kepercayaan mahasiswa/I UI sebagai public internal terhadap Badan Rektorat Universitas Indonesia sebagai organisasi. Hal ini menjadi penting dikarenakan tingkat kepercayaan public internal mempengaruhi citra dan reputasi sebuah organisasi.	Penelitian ini mengukur tingkat kepercayaan publik internal terhadap organisasi (mahasiswa/I UI terhadap Badan Rektorat Universitas) . Sedangkan penulis ingin meneliti tingkat kepercayaan pembaca di Republika <i>Online</i> , kesamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengukur tingkat kepercayaan.
2.	Sonata Batoan Sehaputra Manurung	ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN BAKSO OPLOSAN PADA PORTAL BERITA REPUBLIKA <i>ONLINE</i> DAN	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis media Republika <i>Online</i> dan Kompas.com dalam mengkontruksi sebuah pemberitaan khususnya berita mengenai Bakso Oplosan yang terjadi pada tahun 2012 lalu.	Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana Republika <i>Online</i> dan kompas.com dalam mengkontruksi pemberitaan tentang Bakso Oplosan dengan menggunakan metode “Analisis

		KOMPAS.COM		Framing.” Sedangkan penelitian penulis dilakukan untuk mengukur kepercayaan pembaca di <i>Republika Online</i> tentang berita pasangan Anies-Sandiaga.
4.	Mintri Daniyanti	PENGARUH PENYAJIAN BERITA KORBAN ASAP DI KORAN REPUBLIKA EDISI 8 OKTOBER 2015 TERHADAP SIKAP KEPEDULIAN SOSIAL	Penelitian ini bertujuan untuk melihat adakah pengaruh penyajian berita Korban Asap di Koran <i>Republika</i> edisi 8 Oktober 2015 terhadap sikap kepedulian sosial mahasiswa/I UPNVJ.	Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh penyajian berita isu Korban Asap terhadap sikap mahasiswa. Sedangkan, penelitian penulis dilakukan untuk mengukur kepercayaan pembaca di <i>Republika Online</i> dengan menggunakan berita pasangan Anies-Sandiaga.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah menjadi :

“Seberapa besar pengaruh nilai berita pasangan Anies-Sandiaga terhadap tingkat kepercayaan Republika *Online* oleh pembaca?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepercayaan pembaca di portal berita Republika *Online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan serta dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik khususnya penggunaan nilai-nilai berita dalam pembuatan sebuah berita.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta hasil penelitian dapat dijadikan pelajaran bagi masyarakat umum terkait gambaran yang akurat mengenai tingkat kepercayaan pembaca terhadap portal berita Republika *Online*.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam membuat penelitian ini, agar dapat dilihat secara terperinci, maka peneliti membuat sistematika penulisan, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian-uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori dasar, definisi konsep, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas metodologi penelitian kuantitatif, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan tentang masalah dalam penelitian ini, serta mengaplikasikannya kepada analisis secara umum dan mendalam mengenai pengaruh “Nilai Berita Pasangan Anies-Sandiaga Terhadap Tingkat Kepercayaan Republika *Online* Oleh Pembaca (survei : Mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Jakarta).”

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan serta saran berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat refrensi sumber-sumber yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini.

LAMPIRAN