

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses pola komunikasi pada media terus berkembang dan selalu menciptakan hal yang baru. Hal ini pun mengubah bentuk media massa yang terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Menurut (Septiawan, 2005: 135) dalam bukunya menyebutkan, setiap model media terbaru tersebut cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model terdahulu. Dalam konteks ini, internet bukanlah suatu pengecualian.¹

Media *online* menjadi suatu kebutuhan bagi manusia saat ini. Keberadaan media *online* yang tidak terbatas ruang juga waktu memudahkan pengguna dapat mengakses dari mana pun dan kapan pun ia berada. Media *online* atau disebut *cybermedia* seperti yang dikutip Romli (2012:30) secara teknis atau fisik, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*), *radio online*, *TV online* dan email.²

Dalam dunia jurnalistik, media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik daripada jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-

¹ Septiawan, Santana. *Jurnalisme Kontemporer*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2005). h. 135

² Asep Syamsul, Romli. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia. 2012). h. 30.

kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Santana K, 2005:137)³

Hingga kini keberadaan media *online* begitu banyak jumlahnya yang tersebar di belahan dunia. Untuk di Indonesia, Dewan Pers mencatat, sebanyak total 44.300 media online yang ada di Indonesia. Meski diantaranya, hanya sedikit saja data perusahaan pers yang sudah diverifikasi oleh Dewan Pers.

Demi menunjang kelangsungan hidup media, maka banyak media yang berlomba-lomba untuk memikat pembaca atau pemirsanya. Namun, pada era modern saat ini percepatan dan kecepatan mengubah cara dan sudut pandang kerja jurnalis di media. Prinsip media pun berubah secara drastis. Kredibilitas media mulai digerosoti oleh kepentingan pemilik media, yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Hal ini yang dinamakan *Post Truth Era*.

Fenomena *Post Truth Era*, ini sudah berkembang sejak lama. Tahun 2016, Oxford menjadikan kata *post-truth* sebagai “*Word of the Year*”. Dan bila disandingkan dengan tahun 2015, penggunaan *post-truth* telah meningkat hingga 2000 persen. Kamus Oxford sendiri mendefinisikan istilah *post-truth* sebagai kondisi di mana fakta tidak terlalu berpengaruh dalam membentuk opini publik disbanding emosi dan keyakinan personal.⁴

³ Ibid

⁴ Dhimas Syuhada, Kharisma. 2017. “Etika Media di Era Post-Truth”. <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/8789/pdf>. Tanggal akses 25 November 2019, pk 19.34 WIB.

Selain merebaknya berita hoaks di media sosial, era *post-truth* juga ditandai dengan kebingungan media dan jurnalisme dalam menghadapi pernyataan-pernyataan bohong dari para politisi. Menanggapi hal tersebut, menurut Koordinator Liputan TIMES Indonesia, Yayat R. Cipasang, TIMES menghindari berita-berita yang saling tuding. Dalam artian, berita yang saling tuduh. “Kita punya indikator. Berita yang menuduh, hoaks udah pasti kita hindari,” ujarnya.⁵

Melihat prinsip media di Indonesia, umumnya banyak yang mengenal adagium “*Bad News is Good News*”. Kabar buruk adalah berita yang bagus. Sampai saat ini adagium tersebut masih terpatri pada pola pemberitaan—dalam memberitakan berita ke publik. Pandangan media, berita yang baik, tidak layak jual dalam pandangan bisnis media, namun sebaliknya berita yang mengeksplorasi sisi negatif atau buruk memiliki kecenderungan nilai pasar yang lebih dibandingkan dengan berita yang baik.

Belakangan ini peran tersebut tergantikan oleh prinsip baru yang berkembang dalam jurnalisme baru. Kehadiran jurnalisme baru ini disebut sebagai jurnalisme positif. Munculnya jurnalisme ini di Indonesia sudah dimulai saat Good News from Indonesia (GNFI) hadir ke publik pada tahun 2009 dan mengenalkan jurnalisme positif. Adapun paham yang disebarkan adalah memberikan sudut pandang positif dan bersifat membangun. Sejak saat itu, GNFI pun sudah bergerak sebagai media alternatif pertama yang mengusung perubahan positif pada media.

⁵ Wawancara Yayat R. Cipasang (Lampiran 3)

Seiring berjalannya waktu, peran sebagai media alternatif ini mengikuti media-media lainnya yang menganut hal serupa. Di Indonesia, tercatat hanya sedikit media yang bernada positif dan telah terverifikasi oleh Dewan Pers, salah satunya adalah media TIMES Indonesia dan Berita Satu yang menjalani jurnalisme positif. Kedua media ini mengusung misi sama yaitu menebar aura positif. Selain itu, rubrikasi politik saat Pemilu berlangsung, kedua media tersebut aktif dalam menyebarkan beritanya. Ideologi yang menjadi pembeda berita positif pada kedua media tersebut dengan media *online* lainnya.⁶

Prinsip “*Good News is Good News*” menjadi tolok ukur media tersebut yang cemas melihat banyaknya berita negatif di Indonesia pada media *mainstream*. Pertarungan media alternatif dengan media *mainstream* tak dapat dihindarkan, meski kenyataannya, saat ini media *mainstream* lebih digandrungi bagi masyarakat daripada media alternatif.

Menanggapi perihal media alternatif yang dijalani, Yayat R. Cipasang angkat bicara. Menurutnya, salah satu ciri berita positif pada TIMES Indonesia adalah lebih banyak mengambil isu-isu ke-daerah-an. “Jadi tidak fokus ke berita nasional, tapi fokus ke berita ke-daerah-an. Media *mainstream* kan enggak memberitakan. Hanya segelintir saja,” ungkap lagi Yayat.⁷

Jurnalisme positif ini dikategorikan Mc Intyre dan Gyldensted berhubungan dengan jurnalisme konstruktif.

“In their article, McIntyre and Gyldensted (2017) combine earlier given definitions and put it as follows: “Constructive journalism is an emerging

⁶ *Ibid.*

⁷ Wawancara dengan Yayat R. Cipasang, tanggal 27 Juni 2019 (Lampiran 3)

form of journalism that involves applying positive psychology techniques to news processes and production in an effort to create productive and engaging coverage while holding true to journalism's core functions" (p. 20).⁸

Penafsiran jurnalisme konstruktif dikutip penjelasan dari McIntyre dan Gyldensted menyebutkan:

Dalam artikelnya, McIntyre dan Gyldensted (2017) menggabungkan definisi yang diberikan sebelumnya dan meletakkannya sebagai berikut: "Jurnalisme konstruktif adalah bentuk jurnalisme yang muncul yang melibatkan penerapan teknik psikologi positif pada proses dan produksi berita dalam upaya menciptakan liputan yang produktif dan menarik juga memegang teguh fungsi inti jurnalisme" (hlm. 20)

Dikutip dari (Pranz, & Sauer, 2017, hlm. 104) dalam buku Ulrik Haageerup yang berjudul "*Constructive News: Why bad news destroy the media and democracy*" berpendapat bahwa dalam jurnalisme zaman digital harus mendapatkan kembali perhatian dan kepercayaan *audiens*-nya dengan menyediakan keseimbangan baru antara fungsi kritis dan pendidikan jurnalisme di satu sisi dan solusi. Contoh praktik terbaik dan stimulus untuk bertindak di sisi lain.⁹

Kehadiran jurnalisme positif ini menawarkan perspektif baru dalam pemberitaan. Jurnalisme positif menekankan peran pers sebagai pencerahan, dan bisa menumbuhkan optimisme sebagai bangsa. Selain itu, juga bertujuan mengembangkan nilai-nilai positif Indonesia sebagai bangsa dan menghindari berita-berita yang justru melemahkan semangat. Hadirnya media *online* ini pun

⁸ Marije, Poort. 2017. "*Constructive Journalism: An Answer to the Negativity of the News*". Thesis. Swedia: Institute of Journalism Master's of Södertörns University.

⁹ Ulrik, Haageerup. 2014. "*Constructive Journalism: Why Negativity Destroys the Media and Democracy*". http://www.innovatio.de/pdf/constructive_news_web_teaser.pdf. Tanggal akses 23 April 2019, pk 23.14 WIB.

diharapkan dapat menutupi banyaknya berita tendensius yang merugikan banyak pihak.

Banyaknya berita tendensius sudah mulai terlihat saat tahun politik tiba yaitu Pemilu Presiden dan Wakil Presiden beserta Pemilihan Legislatif 2019 digelar serentak. Media secara sigap memusatkan perhatiannya Pemilu 2019 lalu. Pemberitaan sepihak, hingga saling menjatuhkan Paslon 01 dan 02 beredar di mana-mana. Publik pun seakan dibuat bingung atas informasi yang diduplikasinya; memilih mana yang benar atau mana yang salah. Independensi media pun terancam direnggut oleh pemerintah.

Untuk media yang beraliran jurnalisme positif, mempunyai perspektif yang berbeda dalam menyambut Pemilu 2019. Menurut Koordinator Liputan TIMES Indonesia wilayah DKI Jakarta, Yayat R. Cipasang mengatakan, saat Pemilu berlangsung TIMES menghindari berita-berita yang saling tuding. Berita yang saling tuduh, dan mengedepankan berimbang.

Melansir dari *cnnindonesia.com*, dalam Pemilu 2019 ini sejatinya pers Indonesia harus bisa menjadi wasit dan inspektur pembimbing yang adil, menjadi pengawas yang teliti dan seksama, dan bukan menjadi “pemain” yang menyalahgunakan ketergantungan masyarakat terhadap media.¹⁰

¹⁰ Anonim. “Dewan Pers: Dua Kubu Pilpres Klaim Kemenangan, Media Terbelah”. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190424205335-32-389392/dewan-pers-dua-kubu-pilpres-klaim-kemenangan-media-terbelah>. Tanggal akses 25 April 2019, pk. 20.10 WIB.

Berita-berita hoaks menyita perhatian dunia bahkan Indonesia. Berita hoaks telah memantik gejolak sosial yang bukan tak mungkin dapat berujung pada aksi kekerasan. Informasi dan berita hoaks ini mulai marak di Indonesia saat Pemilu Presiden tiba. Hal ini didukung dengan adanya sejumlah pemilik media yang mengafiliasi dalam partai tersebut dan menggunakan media sebagai ajang kampanye.

Beragam upaya dilakukan oleh Dewan Pers, yaitu media yang telah terintegrasi dan terverifikasi oleh Dewan Pers. Karena itu, media yang bersangkutan telah memenuhi syarat UU No 40 Tahun 1999 dan isi pemberitaannya memenuhi standar jurnalistik dan kode etik jurnalistik. Untuk itu, masyarakat dapat mengetahui media mana yang dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada berita yang diteliti di media TIMES Indonesia dan Berita Satu. Berawal dari sana, peneliti bermaksud mengetahui isi pesan yang ditampilkan secara nyata dengan melakukan perbandingan bagi kedua media bernada positif ini. Apakah kedua media tersebut telah memenuhi syarat sebagai jurnalisme positif? Penelitian ini dilakukan dengan menghitung frekuensi berita-berita yang mengandung indikator positif.

Berdasarkan latar belakang dari penelitian ini, maka peneliti menggunakan judul “Implementasi Pesan Jurnalisme Positif Pada Media Online Terhadap Agenda Pemilu 2019” (Analisis Isi Media TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam Menyebarkan Berita Positif Pasca Pemilu Edisi 21 – 22 Mei 2019).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek fokus positif (*positive focus*)?
2. Bagaimana penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek keberhasilan (*successful story*)?
3. Bagaimana penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek kebenaran (*truth*)?
4. Bagaimana penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek kelengkapan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti mengemukakan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek fokus positif (*positive focus*).

2. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek keberhasilan (*successful story*).
3. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek kebenaran (*truth*).
4. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek kelengkapan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi ide atau gagasan baru tentang jurnalisme positif yang dapat diaplikasikan di Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya ilmu jurnalistik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan menjadi saran untuk media TIMES Indonesia juga Berita Satu untuk lebih baik kedepannya dalam menjalankan prinsip jurnalisme positif.

1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.5.1 Ruang Lingkup

Pada ruang lingkup, untuk memudahkan bahasan juga analisis, maka penelitian ini dilakukan beberapa batasan yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan pada teks secara *manifest* atau nyata dalam pemberitaan Pemilu 2019 edisi 21-22 Mei di media *online* TIMES Indonesia dan Berita Satu.
2. Untuk media yang akan diteliti yaitu TIMES Indonesia dan Berita Satu dengan keseluruhan jumlah sampel sebanyak 159 berita.
3. Penelitian ini berfokus pada penerapan jurnalisme positif pada media TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam konteks Pemilu 2019.
4. Penelitian ini meneliti empat aspek dalam mengukur jurnalisme positif yaitu fokus positif, keberhasilan, kebenaran dan kelengkapan.

1.5.2 Pengertian Istilah

Pada pengertian istilah, peneliti akan memaparkan istilah baru untuk kemudian ditafsirkan agar tidak multitafsir pada penelitian ini. Maka peneliti bermaksud untuk mendefinisikan istilah yang diuraikan agar nantinya dapat dicerna untuk mengantisipasi adanya kekeliruan. Pada penelitian ini terdapat beberapa istilah atau konsep yang digunakan seperti:

1. Analisis Isi

Menurut Berelson & Kerlinger, analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak.¹¹

2. Jurnalisme Konstruktif

Jurnalisme konstruktif merupakan sebagai pelaporan yang ketat dan meyakinkan yang mencakup elemen positif dan berfokus pada solusi untuk memberdayakan khalayak dan menghadirkan gambaran yang lebih lengkap tentang kebenaran, sambil menjunjung tinggi fungsi dan etika inti jurnalisme.¹²

3. Media Baru (*New Media*)

Menurut Denis Mc Quail, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.¹³

4. Berita *Straight News*

Berita *straight news* adalah berita yang ditulis atau disajikan secara singkat, lugas, dan apa adanya. Pola penyajiannya menggunakan

¹¹ Rachmat, Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), hal 232-233.

¹² Chrsyi, Dagoula. 2018. "Constructive Journalism", dalam *Journal of Applied Journalism & Media Studies* Vol.7, No.3, 2018 (hal. 570).

¹³ Denis, McQuail. *Teori Komunikasi Massa*. (Jakarta: Erlangga, 2000).

piramida terbalik. Sifat tulisannya juga padat, singkat dan jelas, memenuhi unsur-unsur 5W+1H.¹⁴

5. Jurnalisme Positif

Jurnalisme positif adalah konsep pemikiran tentang bagaimana aktivitas jurnalistik dijalankan dengan baik dan benar sesuai kaidah jurnalistik dan asas kemanusiaan agar berita yang disajikan tidak saja objektif dan bermakna, melainkan juga menumbuhkan optimisme dan perilaku positif pada publik pembaca.¹⁵

6. Media Online

Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.” (Romli, 2018:34)

7. Media Alternatif

Media alternatif adalah media yang berbeda dari bentuk media yang dominan dari segi konten, cara produksi, ataupun cara distribusi mereka.

¹⁴ Zaenuddin. *The Journalist: Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Para Mahasiswa Jurnalistik*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011).

¹⁵ Berita Satu Media Holdings. 2012. *Jurnalisme Positif: Panduan Kerja Para Jurnalis Berita Satu Media Holdings*. Jakarta: Berita Satu Media Holdings.