

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran media massa sebagai pilar keempat demokrasi tidak hanya sebagai penyebarluas informasi kepada masyarakat, tetapi juga merefleksikan fungsi kontrol, fungsi kritik, sekaligus memberi wadah bagi keikutsertaan publik. Sebagai agen demokrasi media dipaksa agar tidak memelintir berita guna menyukseskan kepentingan sendiri. Sejalan dengan fungsinya sebagai institusi yang mendiseminasikan informasi bagi masyarakat, media turut diwajibkan untuk mengedepankan profesionalisme dan idealisme. Tugas media diharapkan tidak menyeleweng dari fungsi semestinya dan berjalan selaras dengan tanggung jawabnya sebagai agen sosialisasi informasi bagi publik.

Norris (dalam Simarmata, 2014: 5) mengatakan bahwa pada praktiknya media tidak melulu menyalurkan pesan/informasi kepada khalayak, tetapi juga ikut terlibat secara aktif dalam melaksanakan observasi, pengamatan serta evaluasi terhadap proses politik yang dinilai penting untuk diketahui masyarakat. Peranan inilah yang diharapkan dapat ditunaikan oleh media guna menyuarakan demokrasi.

Namun, media memiliki kemampuan untuk mengonstruksi dan membingkai sebuah isu atau peristiwa, seperti yang diungkap Eriyanto (dalam Sobur, 2012: 40) bahwa berhubungan dengan taktik media dalam melaporkan peristiwa, menyeleksi dan menampilkan fakta serta dengan cara apa fakta itu disuguhkan, baik secara langsung atau tidak langsung, berpengaruh dalam merekonstruksi kejadian. Poin

terpenting dari memahami media adalah dengan cara apa media melantaskan politik pemaknaan, yang tidak bergantung pada struktur makna melainkan kepada praktik pemaknaan itu sendiri.

Fenomena ini sering kali berkaitan dengan masalah kebebasan pers yang datang bukan hanya dari eksternal media, melainkan dari media itu sendiri. Terdapat beberapa faktor yang membuat sebuah berita dapat tampil dalam media, atau bahkan sebaliknya. Sedikitnya ada empat hal yang memengaruhi konten/isi sebuah media massa yakni: ideologi media, kepemilikan media, ekonomi media dan individu dalam media (Kuswarno, 2013: 476).

Berdasarkan keempat pengaruh tersebut, sudah bukan sesuatu yang diragukan lagi jika terdapat praktik propaganda dalam pemberitaan media. Severin & Tankard mengutip definisi propaganda yang dikemukakan oleh Lasswell, bahwa propaganda merupakan cara memengaruhi tindakan individu atau kelompok dengan memanipulasi penyajian (representasi). Dari hal ini terlihat bahwa penggunaan propaganda tidak berpatokan pada waktu, kondisi dan situasi tertentu (Munthe, 2010: 41).

Media memanglah tidak bisa bersifat netral. Pesan yang disampaikan media dapat dikondisikan oleh atribut-atribut tertentu dari media. Terlebih apabila disadari bahwa di balik pesan-pesan yang didistribusikan melalui media sudah pasti terselip berbagai mitos. Dan mitos sebagai sistem signifikasi, mengandung muatan ideologis yang memihak pada kepentingan elit penguasa (Sobur, 2012: 36).

Media punya strategi pemberitaan khusus untuk menyatakan sikap politik atau keberpihakannya, mulai dari pilihan objek berita, sumber berita, tipe jurnalistik dan jenis teras beritanya (Simarmata, 2014: 3). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menilik sikap politik berita adalah dengan mengidentifikasi posisi pernyataan narasumber berita yang dimuatnya. Ketika media cenderung meluluskan pandangan elit politik, maka media hanya menjadi alat bagi para elit untuk melanggengkan kepentingan mereka. Sebaliknya, ketika media mengakomodir keberagaman sudut pandang dalam wacana media, maka terbuka peluang untuk terjadinya dialektika pendapat, termasuk pertentangan antar perspektif yang bisa muncul dari luar struktur politik itu sendiri. Simarmata (2014: 21) berpendapat bahwa sikap keberpihakan media tak terlepas dari dimensi filosofisnya yang dapat dilihat dengan mengkaji latar belakang pendirian, pemilik atau motto sebagai bentuk ekspresi keberpihakan tersebut.

Effendy (2018: 162) berpendapat bahwa praktik propaganda juga kerap digunakan pada perang propaganda (disebut juga perang urat saraf) yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat, sikap dan perilaku sasaran. Di era digital saat ini, operasionalisasinya diwujudkan secara lebih efektif karena difasilitasi oleh hasil kemajuan teknologi, terlebih teknologi media mampu mencapai khalayak dalam jumlah besar secara serentak dan tepat sasaran.

Awal Februari 2021 politik Indonesia dikejutkan oleh pernyataan Ketua Umum Partai Demokrat, Agus Harimurti Yudhoyono (AHY). Berdasarkan catatan

detik.com (01/02/2021),¹ AHY menyebut bahwa terdapat pihak yang terindikasi berusaha melakukan pengambilalihan secara paksa kepemimpinan Partai Demokrat. Manuver yang disebut-sebut mengincar tampuk kekuasaan tertinggi partai itu dilayangkan pada Moeldoko yang kini menduduki posisi sebagai Kepala Staf Presiden (KSP) dan merupakan pihak dari lingkup eksternal Partai Demokrat.

Isu kudeta ini terkait kekecewaan beberapa kader Partai Demokrat yang marah dengan elitisme pimpinan partai. Mereka merasa tak dilibatkan, dikhianati dan merasa bahwa yang mendapat kesempatan hanya Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), keluarganya dan orang-orang terdekatnya. Seperti pernyataan yang dilayangkan oleh politikus senior Partai Demokrat yang juga merupakan mantan Ketua Komisi Pengawas Partai Demokrat, Ahmad Yahya, dalam konferensi persnya di Jakarta yang dikutip dalam catatan Suara.com (02/02/2021).² Ia mengatakan, kader Demokrat secara umum menghendaki adanya transfigurasi lebih baik ke depan dan partai kembali menjadi partai besar, serta kesan buruk sebagai partai politik eksklusif dan milik keluarga mesti dihilangkan. Dugaan adanya praktik nepotisme inilah yang menjadi salah satu penyebab munculnya aktor-aktor internal partai yang berencana menggulingkan kepemimpinan AHY sebagai Ketua Umum Partai Demokrat, dan mengusung Moeldoko sebagai pimpinan Demokrat yang baru.

¹ <https://news.detik.com/berita/d-5356747/pernyataan-lengkap-ahy-soal-upaya-kudeta-pd-dan-benang-merah-pilpres-2024>

² <https://www.suara.com/news/2021/02/02/173918/senior-demokrat-kader-pd-di-daerah-kecewa-pengangkatan-ahy-dipaksakan?page=all>

Moeldoko merupakan Kepala Staf Presiden Indonesia yang menjabat sejak 23 Oktober 2019 lalu pada Kabinet Indonesia Maju Pemerintahan Presiden Joko Widodo. Ia pernah menjabat sebagai Panglima TNI dan Kepala Staf TNI Angkatan Darat.³ Jenderal TNI (Purn) Moeldoko merupakan salah satu pihak eksternal partai yang aktif dalam gerakan mengambil alih kepemimpinan Partai Demokrat.

Sejalan dengan yang disampaikan AHY dalam konferensi persnya pada 1 Februari 2021 lalu, kudeta ini disebut-sebut sebagai kendaraan politik bagi Moeldoko untuk maju dalam kontestasi Pilpres 2024 mendatang. Diperkirakan ada keuntungan dari aspek popularitas bagi Moeldoko, AHY dan Partai Demokrat dalam meningkatkan elektabilitasnya. Publikasi berita yang diulang-ulang detik.com mengenai isu ini dapat mengarahkan kesadaran serta perhatian publik yang merujuk kepada anggapan seberapa penting isu ini, dan mampu bertindak sebagai pembentuk opini publik terhadap tokoh yang diberitakan.

Isu politik sering kali diwarnai dengan propaganda, baik dari pihak yang berkecimpung di bidang politik maupun dari pihak media massa yang memberitakan. Media semestinya memberitakan fakta jujur bagaimana adanya, tanpa ada tujuan dan kepentingan tertentu serta menerapkan prinsip keberimbangan tanpa berusaha menjatuhkan salah satu pihak.

Penetapan detik.com sebagai media yang akan dianalisis didasarkan pada kedekatan dan hubungan antara Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang merupakan pimpinan majelis tinggi Partai Demokrat dengan Chairul Tanjung (CT)

³ Biografi Moeldoko, lihat <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Moeldoko>

selaku pemilik media. Meskipun tidak masuk ke dalam jajaran partai, sedari dulu Chairul Tanjung dinilai “sangat dekat” dengan orang-orang Partai Demokrat. Berdasarkan catatan Kompas.com,⁴ saat menjabat sebagai presiden keenam, SBY pernah dibantu CT dalam kabinet Indonesia Bersatu Jilid II sebagai Menteri Koordinator bidang Perekonomian. Pun sebaliknya, dalam catatan Republika.co.id,⁵ SBY turut ambil andil sebagai *International Chairman* CT Corp untuk membantu CT dalam mengembangkan bisnisnya di luar Indonesia. Kedekatan hubungan seperti ini rentan sekali menimbulkan kepentingan pemilik media, sebagaimana yang telah disinggung pada paragraf awal bab ini bahwa kepemilikan media dapat memengaruhi konten sebuah media. Media bisa saja kehilangan daya kritisnya dalam memberitakan suatu peristiwa, yang membuat berita cenderung berpihak pada salah satu sisi.

Keberpihakan pemberitaan detik.com terhadap SBY pernah ditemukan dalam hasil penelitian yang dilakukan Wilda Zulfiansyah dengan judul “Pencitraan SBY dalam RUU Pilkada: Analisis *Framing* Pemberitaan RUU Pilkada di Media Online Kompas.com dan detik.com Periode 26 September-2 Oktober 2014”.⁶ Dari keseluruhan hasil analisis *framing* terhadap berita RUU Pilkada, ditemukan bahwa detik.com memihak terhadap SBY dengan hanya menggunakan satu sumber berita saja dari pihak SBY dan Demokrat tanpa memperhatikan keberimbangan informasi

⁴ <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2014/05/19/1023208/chairul-tanjung-resmi-menjadi-menko-perekonomian>

⁵ <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/njt31r>

⁶ https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104484/jurnal_eproc/pencitraan-sby-dalam-ruu-pilkada-analisis-framing-pemberitaan-ruu-pilkada-di-media-online-kompas-com-dan-detik-com-periode-26-september-2014-2-oktober-2014.pdf

dan data. Keberpihakan dalam menyeleksi sudut pandang penyampaian berita kentara ditemukan. detik.com berupaya memengaruhi konstruksi realitas sosial melalui media massa di masyarakat agar berpihak kepada tokoh SBY dan menjelaskan bahwa SBY memang tidak bersalah. Sedangkan pemberitaan Kompas.com ikut menyertakan sumber lain sebagai penyeimbang informasi dalam pemberitaannya. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas.com berupaya mempertahankan objektivitasnya dan memosisikan diri sebagai pihak yang netral.

Selain faktor di atas, kepopuleran portal berita detik.com juga menjadi pertimbangan bagi peneliti dalam menetapkannya sebagai media yang akan dianalisis. Portal ini merupakan situs berita ketiga yang paling sering dikunjungi menurut Similarweb.com.⁷ Dalam kurun waktu enam bulan terakhir per Juni 2021, detik.com mampu meraih 182,17 juta pengunjung.⁸ Sehingga isi berita pada media tersebut dapat berdampak pada aspek pengetahuan, emosional dan perilaku pembaca. Portal ini juga merupakan salah satu media yang menaruh perhatian lebih terhadap pemberitaan kudeta Partai Demokrat yang dibuktikan dengan banyaknya pemberitaan yang disajikan mengenai isu ini.

Di era keterbukaan informasi saat ini, sangat penting bagi khalayak untuk memahami pola pemberitaan yang disajikan oleh media agar mampu terhindar dari sasaran pegiat media dan pemegang kepentingan. Oleh karenanya khalayak dituntut untuk lebih kritis dan mampu menyaring pemberitaan serta mengecek kebenaran

⁷ Similarweb.com adalah suatu *platform* atau situs penyedia analisis dan perbandingan *website*, lihat <https://id.technisia.com/similarweb-alexa-perbandingan-website>

⁸ <https://www.similarweb.com/website/detik.com/>

informasi yang disampaikan oleh media. Senantiasa mengumpulkan dan membandingkan informasi dari banyak pihak merupakan sebuah keharusan agar terhindar dari paradigma politik konglomerasi media. Khalayak juga dituntut untuk berhati-hati dalam menerima dan menginterpretasi informasi yang diperoleh dari media.

Praktik konglomerasi media dapat menjadi kekuatan besar sebagai alat kepentingan politik atau alat tawar politik. Kepemilikan media memiliki andil dan pengaruh yang besar dalam penentuan isi media. Banyak sekali temuan yang mengindikasikan adanya peran ‘penguasa’ yang berada di balik media mengintervensi isi media. Salah satunya yaitu pemberitaan pada masa kampanye Pemilu 2014, ketika Hary Tanoesudibjo (HT) bergabung dengan Partai Hanura dan menjadi cawapres untuk Wiranto. Beberapa media yang dimiliki HT seperti RCTI, Global TV, dan MNC TV menyajikan banyak berita dan iklan tentang kedua pasangan. Narasi berita yang menunjukkan kebaikan pasangan calon, pengadaan kuis berhadiah serta ikutnya Wiranto dan HT dalam acara *reality show* mendominasi isi siaran. Namun, di pertengahan Mei 2014, HT mengundurkan diri dari Hanura yang mendukung Jokowi-Kalla berubah haluan mendukung pasangan Prabowo-Hatta. Sejak saat itu, berita, iklan dan kuis atau *reality show* terkait Wiranto maupun Hanura tidak lagi ditayangkan (Valerisha, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa isi pemberitaan dikontrol oleh pemilik media. Penyajian informasi dan berita yang disampaikan media sarat akan kepentingan pemilik,

sehingga media tidak lagi independen, objektif, jujur dan netral dalam melaksanakan peran yang semestinya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis praktik propaganda dan bentuk propaganda yang diterapkan detik.com dalam menyajikan berita mengenai isu kudeta Partai Demokrat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media mengonstruksi dan membingkai peristiwa yang dapat dilatarbelakangi oleh lingkungan eksternal maupun internal media, sehingga sering kali muncul pemberitaan yang mengandung propaganda, terutama berita yang mengandung isu politik. Di samping itu, media massa khususnya media *online* dapat berperan sebagai agen signifikan yang mampu memengaruhi kognisi, afeksi hingga konasi individu maupun kelompok terhadap suatu isu atau fenomena (Hikmat, 2010: 59-60). Sehingga pemberitaan yang mengandung propaganda dapat memengaruhi sikap dan pola perilaku masyarakat.

Seperti yang tergambar pada hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Noor Adha Utomo dan Much. Yuliyanto (2018). Penelitian ini menganalisis propaganda dalam pemberitaan Voa-Islam.com terhadap kepemimpinan Jokowi. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Voa-Islam.com melakukan propaganda tersembunyi yang mengabaikan prinsip keberimbangan dengan tidak menghadirkan narasumber dari pihak Jokowi serta sebagian besar beritanya tidak menyebutkan subjek Jokowi. Dengan target utama kalangan muslim di Indonesia, Voa-Islam.com berperan sebagai motor penggerak di balik dampak besar kebangkitan emosi massa yang berwujud pada tindakan gerakan di media sosial

seperti penyampaian aspirasi simbolik berupa tagar #2019GantiPresiden sebagai bagian dari oposisi Jokowi.

Praktik propaganda yang berperan dalam memengaruhi sikap dan pola perilaku individu atau kelompok masyarakat juga dapat terlihat dari hasil penelitian Atik Dinarti Ary (2017) yang melakukan analisis terhadap pemberitaan pasangan calon Anies-Sandiaga dalam kanal Pilkada DKI di portal berita Okezone.com. Teknik propaganda *plain folks*⁹ menjadi temuan dengan frekuensi paling tinggi di antara teknik lainnya, karena pemberitaan mengenai usaha-usaha yang sedang diupayakan Anies-Sandiaga dalam memperjuangkan hak-hak rakyat dominan disajikan. Pemberitaan seperti ini dapat memengaruhi opini publik sehingga dapat mengubah pandangan yang akan diikuti oleh tindakan yang sesuai dengan pandangan tersebut. Sikap mendukung atau penolakan dari individu atau kelompok juga dapat diperoleh melalui pemberitaan semacam ini karena hanya memfokuskan pemberitaan pada upaya perjuangan Anies-Sandiaga terhadap hak rakyat, sedangkan pemberitaan mengenai pasangan calon lain sedikit sekali ditemukan.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi awal dengan cara pengujian lembar *coding* terhadap 10 sampel berita, unit analisis judul berita dan isi berita mengenai pihak Partai Demokrat cenderung baik (propaganda putih). Dari total 10 berita, hanya tiga judul berita dan isi berita yang membahas mengenai Partai Demokrat, dengan temuan 2 berita berbentuk propaganda putih, dan 1 berita

⁹ *Plain folks* adalah metode yang dipakai oleh propagandis dalam upayanya meyakinkan khalayak audiens bahwa dia dan gagasannya baik karena mereka adalah 'bagian dari rakyat'. Lihat hal. 37.

berbentuk propaganda hitam/terselubung. Sedangkan 7 berita lainnya membahas mengenai Moeldoko, aktor kudeta dan respon pihak lain. Ditemukan bentuk propaganda hitam pada 5 berita dan propaganda terselubung pada 2 berita pada sorotan pemberitaan terhadap Moeldoko.

Pada unit analisis narasumber, 7 pemberitaan detik.com hanya menggunakan satu sumber saja dan 3 berita lainnya menggunakan 2 narasumber. Berita-berita yang hanya menggunakan satu sumber cenderung menunjukkan pernyataan positif terhadap pihak yang didukungnya. Empat berita dengan narasumber dari pihak Demokrat menunjukkan *statement* yang positif terhadap Demokrat dan *statement* negatif terhadap pihak Moeldoko. Begitu pula sebaliknya, berita dengan narasumber yang hanya dari pihak Moeldoko menunjukkan *statement* positif terhadap Moeldoko dan *statement* negatif terhadap pihak Partai Demokrat. 3 berita lainnya yang menggunakan dua narasumber sama-sama menunjukkan *statetment* negatif terhadap pihak Partai Demokrat dan Pihak Moeldoko.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Praktik Propaganda di Media Online (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Isu Kudeta Partai Demokrat pada detik.com Periode 1-11 Februari 2021).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan di atas, penulis merumuskan permasalahan penelitian, yaitu bagaimana propaganda dalam

pemberitaan detik.com mengenai isu kudeta Partai Demokrat periode 1 sampai 11 Februari 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk melihat propaganda dalam pemberitaan mengenai isu kudeta Partai Demokrat di media *online* detik.com periode 1 sampai 11 Februari 2021.
2. Untuk mengetahui bentuk dan teknik propaganda yang dilakukan detik.com pada pemberitaan mengenai isu kudeta Partai Demokrat periode 1 sampai 11 Februari 2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangan pengetahuan pada bidang studi ilmu jurnalistik dan analisis media *online* terutama analisis isi.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi mahasiswa komunikasi dalam kajian media *online* dan jurnalistik untuk dapat dianalisis dan diteliti serta dikembangkan lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan memberikan pandangan kepada masyarakat terhadap pemberitaan yang

mengandung unsur propaganda dan memuat kepentingan-kepentingan tertentu khususnya pada media *online*.

