

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Tahun 2019 akan menjadi salah satu tahun bersejarah bagi dunia politik di Indonesia. Pasalnya perhelatan politik lima tahunan yang diadakan di Indonesia, yakni pemilihan umum serta pemilihan presiden yang akan kembali diadakan pada tahun 2019. Pemilihan umum adalah proses memilih seseorang sebagai kader partai untuk mengisi jabatan-jabatan politik yang beraneka ragam yang nantinya akan dilantik menjadi Dewan Perwakilan Rakyat. Pemilihan umum juga dilakukan untuk memilih kepala daerah dan kepala negara dan dilakukan untuk menjaga demokrasi bagi rakyat. Dalam pemilihan umum yang diadakan tahun 2019, nantinya juga akan dilaksanakan pemilihan presiden, masih dengan calon presiden yang sama dengan pemilihan presiden periode sebelumnya yakni Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

Menjelang pemilihan umum (Pemilu) 2019 khususnya pemilihan presiden, masa kampanye kedua capres dan cawapres pun sudah mulai dilakukan mulai bulan September 2018 hingga awal April 2019 mendatang. Berbagai bentuk kampanye dilakukan oleh dua pasang calon. Bahkan di awal masa kampanye pun baik kubu pertahanan Joko Widodo dan lawannya, Prabowo Subianto sudah menimbulkan beragam reaksi masyarakat, seperti ketika pemilihan wakil presiden oleh masing-masing calon presiden. Presiden Joko Widodo memilih ketua MUI Ma'ruf Amin,

sementara itu Prabowo Subianto memilih wakil gubernur aktif DKI Jakarta saat itu, Sandiaga Uno. Respon khalayak tentu sangat beragam, tidak sedikit yang kecewa dengan masing-masing pilihan para calon presiden, namun juga banyak yang turut mendukung pilihan masing-masing calon. Pemberitaan terkait kedua pasangan calon tidak henti-hentinya menjadi topik utama beberapa *platform* media daring yang beberapa diantaranya adalah *kompas.com* dan *viva.com*.

Pemberitaan yang santer terdengar dalam masa kampanye pilpres 2019 ini salah satunya adalah perkataan yang terlontar dari kedua masing-masing pasangan calon. Bukan masa kampanye namanya jika tidak penuh dengan berita-berita seputar calon presiden, sehingga satu kata yang terucap saja dapat menjadi boomerang untuk diri sendiri atau bahkan dapat menjadi sasaran bagi lawan untuk menyerang dan merusak strategi.

Dalam masa kampanye pilpres 2019 ini banyak sekali ujaran-ujaran yang dianggap kurang laik bagi sebagian orang. Beberapa diantaranya adalah “Politik Sotoloyo”, “Tampang Boyolali”, “Politik Genderuwo”, dan lain sebagainya. sementara itu, yang akan dibahas disini adalah perkataan yang diucapkan oleh presiden Joko Widodo tentang “Politik Sontoloyo”. Politik sontoloyo yang dimaksud disini menurut presiden Joko Widodo adalah politikus yang berperilaku buruk dan suka membohongi masyarakat dengan janji-janji. Dimuat dalam laman *kompas.com* pukul 19.30 WIB tanggal 23 Oktober 2018 dinyatakan olehnya saat membagikan sertifikat tanah pada tanggal 22 Oktober di

Kebayoran Lama, Jakarta Selatan di sela pidato yang disampaikan di depan masyarakat yang akan dibagikan sertifikat. Hal senada juga disampaikan di laman *viva.co.id*, meski dengan penulian yang berbeda. Di *kompas.com* selain memberitakan mengenai ujaran yang dikemukakan oleh presiden ini, juga menyertakan sisi lainnya yakni komentar dan kritik dari tokoh lain, diantaranya adalah Fadli Zon, Hidayat Nur Wahid, dan Wakil Menteri Keuangan Mardisimo. Kritik yang disampaikan berkenaan dengan aktivitas presiden yang lain yakni pengeluaran dana untuk kelurahan yang menurutnya sengaja dikeluarkan dalam masa-masa kampanye pilpres. Seperti diketahui Fadli Zon adalah salah satu elit lawan politik Joko Widodo. Sementara itu, di *viva.co.id* hanya diberitakan mengenai statement ‘Politik Sontoloyo’ yang terlontar dari presiden Joko Widodo.

Kemudian pada berita berlanjut sehari setelahnya yakni tanggal 24 Oktober 2018, *kompas.com* memiliki judul berita “Jokowi: Karena Sudah Jengkel, Keluarlah Itu Sontoloyo...”¹ dan *viva.co.id* dengan judul “Jokowi Jelaskan Istilah Politik Sontoloyo”². Kedua berita sama-sama memberitakan mengenai penjelasan istilah yang dikemukakan oleh Pasangan calon presiden nomor urut 2. Peneliti memilih dua *platform* ini karena kedua media daring tersebut merupakan portal media yang *update* pada setiap pemberitaan di Indonesia.

¹ <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/24/19052101/jokowi-karena-sudah-jengkel-keluarlah-itu-sontoloyo>. Diakses tanggal 29 Oktober 2018 pukul 13.40 WIB.

² <https://www.viva.co.id/berita/politik/1087434-jokowi-jelaskan-istilah-politisi-sontoloyo>. Diakses tanggal 29 Oktober 2018 pukul 13.42 WIB.

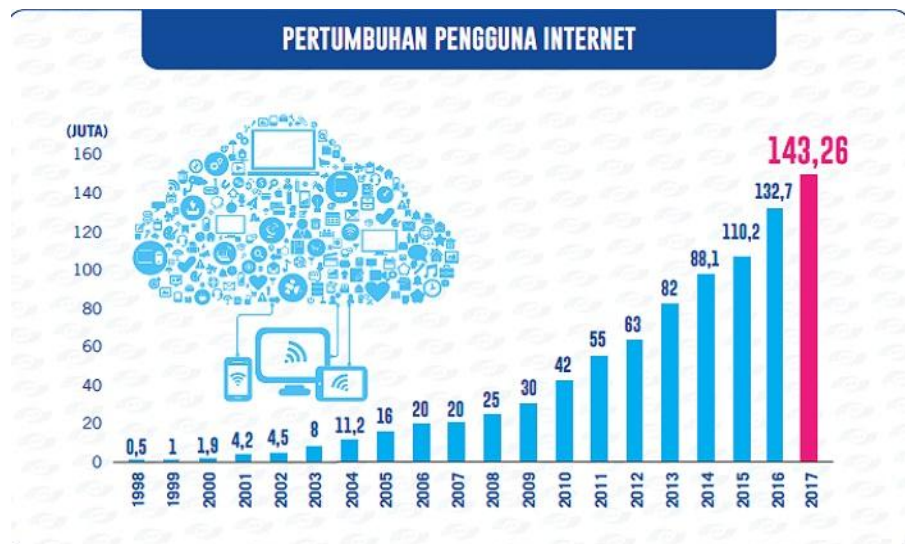
Salah satu media massa yang paling banyak digunakan saat ini adalah media daring. Menurut Foust media daring merupakan media massa yang tersaji secara online di situs web internet. Media daring merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik, dan sifatnya yang memiliki keunggulan dibanding media konvensional yang lain memiliki ketertarikan sendiri pada peminat media massa. Salah satunya karena kemampuan media massa konvensional seperti televisi, radio dan surat kabar mulai dibentuk untuk dapat diakses dalam bentuk online. Khalayak yang mengkonsumsi berita melalui surat kabar kini dapat menikmati berita dalam bentuk digital atau versi online³.

Media daring banyak dipilih dan digunakan karena kecepatan informasi yang diperoleh. Selain itu, kemunculan media baru ini juga menimbulkan perubahan pola konsumsi untuk mendapatkan informasi ataupun berita, yang semula sumber informasi dan berita diperoleh melalui media cetak seperti koran dan majalah ataupun media elektronik seperti radio dan televisi. Sementara saat ini para pencari berita dan informasi melakukan migrasi media menuju media baru, juga banyak surat kabar yang beralih menjadi edisi cetak daring (*online*). Fenomena yang terjadi saat ini adalah beralihnya berbagai media cetak ke media daring

³ Lihat Dewi Prawitasari, *Analisis Framing Pemberitaan Kompas.Com Dan Vivanews.Com Pada Peristiwa Runtuhnya Terowongan Tambang Pt Freeport Indonesia*, Commonline Departemen Komunikasi| Vol.2/ No.2.

(konvergensi media)⁴. Fenomena ini terus berkembang di Indonesia bahkan sejak era reformasi 1998 sampai sekarang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi⁵.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengakses internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sejak tahun 1998. Menurut perkiraan resmi APJII terhadap jumlah pelanggan dan pemakai internet selama ini dan perkiraan sampai akhir tahun 2017 adalah sesuai dengan tabel berikut:



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2017

Hal tersebut menunjukkan bahwa memang internet dipilih karena mampu memberikan layanan kecepatan informasi setiap saat, detail dan bebas biaya. Nyatanya hingga tahun 2017 saja pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Begitu juga

⁴ Konvergensi Media merupakan hasil dari irisan tiga unsur *new media* yaitu jaringan komunikasi, teknologi informasi, dan konten media. Konvergensi media mengukung pada konsep penyatuan berbagai layanan informasi dalam satu piranti informasi yang membuat satu gebrakan digitalisasi yang tidak bisa dibendung lagi arus informasinya.

⁵ Lihat Ido Prijana Hadi, *Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Era Jurnalistik Modern*, Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 1, Januari 2009: h. 69 – 84.

halnya dengan khlayak yang pindah situs berita lebih mudah di akses dari berita di televisi dan surat kabar. Selain itu, mencari satu topik berita di media daring akan lebih mudah, cepat dan tepat dari televisi, radio maupun surat kabar. Semua kemudahan dalam mengakses informasi yang saat ini dirasakan tidak lebih dikarenakan adanya media baru atau *new media*⁶. Perkembangan media baru sebenarnya merujuk kepada sebuah perubahan dalam proses produksi media, distribusi dan penggunaan. Media baru tidak terlepas dari *key term* seperti *digitality*, *interactivity*, *hypertextuality*, *dispersal* dan *virtuality*. Dalam konsep *digitality* semua proses media digital diubah (disimpan) ke dalam bilangan, sehingga keluarannya (*output*) dalam bentuk sumber *online*, *digital disk*, atau *memory drives* yang akan diubah dan diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk '*hard copy*'. Konsep *Interactivity* merujuk kepada adanya kesempatan dimana teks dalam media baru mampu memberikan users untuk '*write back into the text*'. Sedangkan konsep *dispersal* media baru lebih kepada proses produksi dan distribusi media menjadi *decentralised* dan mengandalkan keaktifan individu (*highly individuated*). Batasan *new media* sering disamakan dengan *digital media*, yang semestinya *new media* lebih pada konteks dan konsep budaya kontemporer dari praktik media daripada seperangkat teknologi itu sendiri (medium)⁷. Mudahnya, jadi yang dimaksud dengan *new media* disini adalah media-media baru yang

⁶ Definisi *new media* secara eksklusif merujuk pada teknologi komputer yang menekankan bentuk dan konteks budaya yang mana teknologi digunakan, seperti dalam seni, film, perdagangan, sains dan diatas itu semua internet. (Dewdney dan Ride. 2006: 8 & 20).

⁷ Lihat Ido Prijana Hadi, *Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Era Jurnalistik Modern*, Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 1, Januari 2009: 69 – 84.

berkaitan dengan internet. Dalam bahasan ini *new media* yang dimaksud secara khusus adalah media-media berita daring, yakni kompas.com dan viva.co.id. Ini berarti juga *new media* merupakan bagian dari media massa.

Sebagai sarana komunikasi, kompas.com dan viva.co.id juga memiliki peran penting dalam mengontrol arus politik. Nyatanya memang disadari atau tidak dengan sengaja membungkus suatu berita dengan satu tujuan. Meski tidak semua namun beberapa media memiliki ciri khas yang dikemukakan secara tersirat.

Alasan peneliti memilih kedua media ini adalah karena dirasa terdapat perbedaan pada sudut pandang media dalam pemberitaan yang dinilai peneliti cukup menarik untuk diteliti lebih dalam. Peneliti juga menduga perbedaan sudut pandang ini dipengaruhi oleh kepentingan masing-masing media atas pemberitaan menggunakan analisis *framing*, yang ditinjau dari kepemilikan kedua media.

Karenanya, untuk membandingkan keduanya dalam sebuah bingkai berita, penelitian ini diberi judul “Studi Komparasi Pembingkai Statement 'Politik Sontoloyo' pada Media Daring Kompas.com Dan Viva.co.id”

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini dapat memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti berita mengenai statement presiden Joko Widodo tentang ‘Politik Sontoloyo’ di media daring kompas.com dan viva.co.id dan mengkomparasikan dua berita yang sama pada edisi 23 dan 24 Oktober 2018. Pemilihan waktu berita dimuat yakni 23 Oktober, karena pada edisi tersebut awal mula statement ‘Politik Sontoloyo’ mencuat ke publik oleh pidato presiden Joko Widodo, sementara edisi selanjutnya dipilih adalah untuk mengetahui bagaimana perkembangan berita selanjutnya. Berita yang dipilih adalah tanggal 24 Oktober 2018.

Berdasarkan uraian konteks penelitian dan fokus penelitian sebelumnya, maka fokus penelitian ini difokuskan:

Bagaimanakah media daring kompas.com dan viva.co.id membingkai pemberitaan tentang statement ‘Politik Sontoloyo’ yang diungkapkan oleh presiden Joko Widodo pada edisi 23 dan 24 Oktober 2018?

C. Tujuan Penelitian

Setelah permasalahan dipaparkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menemukan *framing* atau bingkai berita tentang statement ‘Politik Sontoloyo’ oleh Presiden Jokowi pada media daring kompas.com.

dan viva.co.id pada 23 dan 24 Oktober 2018, dengan mendeskripsikan perbandingan bingkai berita tentang statement ‘Politik Sontoloyo’ oleh Presiden Joko Widodo antara kompas.com dan viva.co.id.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian menggunakan perangkat framing terhadap pemberitaan statement ‘Politik Sontoloyo’ pada media daring kompas.com dan viva.co.id ini dapat dibagi ke dalam dua aspek, yakni antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi, memperluas, dan memperkaya pengetahuan dalam kajian studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada komunikasi massa khususnya bidang jurnalistik, dalam melakukan analisis pembedaan berita media daring dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi profesional media tentang bagaimana membandingkan dua media dalam sebuah berita yang sama (melalui satu perkataan dari seorang tokoh politik) sehingga media dapat mengkonstruksi sebuah pesan dengan idealisme tertentu sehingga dapat menghasilkan dampak yang diinginkan oleh khlayak serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa jurnalistik, khususnya penelitian yang terkait dengan berita-berita

keberimbangan, netralisasi serta mengenai bias keberpihakan dan ideologi suatu media.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian mutlak diperlukan dalam sebuah penelitian guna memandu peneliti tentang urutan bagaimana penelitian akan dilakukan.⁸ Berikut metode penelitian yang penulis gunakan:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penulisan kualitatif adalah penelitian yang hasil temuannya tidak berdasar pada hitung-hitungan angka statistik.⁹ Penelitian ini bersifat deskriptif karena hanya memaparkan situasi dan peristiwa. Peneliti tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi dan juga tidak menguji teori.

Peneliti bertujuan untuk menjelaskan satu fenomena atau kejadian dalam masa kampanye Pilihan Presiden 2019 yakni statement ‘Politik Sontoloyo’ yang di kemukakan oleh presiden Joko Widodo pada media daring dengan melalui pengumpulan data secara mendalam. Sehingga, fokus penelitian ini adalah pada teks yang ada pada media daring yang dipilih.

Penelitian ini juga menggunakan metode analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kociski yang merupakan salah satu teori

⁸ Lihat Asep Saepul Hamdi dan E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014) h. 3.

⁹ Moelong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2006), h. 6.

alternatif untuk memperoleh gambaran isi pesan yang disampaikan dan mengetahui bagaimana media tersebut mengkonstruksi realitas.

Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu. Sasaran kajian dari pendekatan kualitatif adalah pola-pola yang berlaku sebagai prinsip-prinsip umum yang hidup dalam masyarakat.

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini terdapat dalam berita-berita yang dimuat dan ditulis di media daring seputar statement “Politik Sontoloyo” yang dikemukakan Presiden Joko Widodo dalam masa kampanye pilpres tahun 2019 yang tentunya banyak menimbulkan spekulasi dari berbagai macam pihak baik lawan politik maupun khalayak serta media-media pemberitaan. Penelitian ini juga akan terfokus pada perbandingan media daring kompas.com dan viva.co.id membongkai berita terkait hal tersebut dengan mulai menganalisa serta menganalisis.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer penelitian ini terletak pada teks berita yang dikumpulkan dari website situs berita online kompas.com dan viva.co.id membahas

mengenai statement “Politik Sontoloyo’ yang dikemukakan oleh presiden Joko Widodo dalam masa kampanye pilpres tahun 2019.

Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi berbagai literatur-literatur intelektual yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, seperti buku-buku, jurnal dan literatur lainnya yang relevan dengan materi penelitian untuk selanjutnya dijadikan bahan argumentasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini hanya menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi ini merupakan teknik pengumpulan data sekunder mengenai objek penelitian. Penelitian yang didapatkan dari sumber tertulis, seperti arsip, dokumen resmi, buku, tulisan-tulisan pada sistem internet, yang dapat mendukung analisa penelitian tentang analisis *framing* pada pemberitaan media dalam media daring.

Berikut adalah data berita yang digunakan dalam penelitian terkait dengan analisis *framing* pada kedua media daring, yaitu Kompas.com dan Viva.co.id:

Tabel 1.1 Data Berita yang Dimuat dalam Kompas.com dan Viva.co.id

No.	Media	Tanggal	Judul Berita
1.	Kompas.com	23 Oktober 2018	Jokowi: Hati-hati, Banyak Politikus Sontoloyo!
		24 Oktober 2018	Jokowi Sebut Banyak Politisi Sontoloyo, Ini Pesan dari Sekjen Demokrat
			Sebut Banyak Politisi Sontoloyo, Ini Penjelasan Jokowi
			Wiranto: Politik Sontoloyo Itu Ada

			Kritik Jokowi, Fadli Zon Sebut Sontoloyo Istilah yang Agak Kasar
			Jokowi Akui Sedang Jengkel dan Kesal Sebut Politisi Sontoloyo
			Kata Sekjen PSI, Sebutan Sontoloyo Ditujukan untuk Politisi yang Manipulatif
2.	Viva.co.id	23 Oktober 2018	Jokowi: Banyak Politikus Sontoloyo
		24 Oktober 2018	Jokowi Jelaskan Istilah Politik Sontoloyo
			Ciri – ciri Politik Sontoloyo versi Yasonna: Orang-orang asal Sembur
			Jokowi Akui Sedang Jengkel dan Kesal Sebut Politisi Sontoloyo

5. Teknik Analisa Data

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kociski yang memfokuskan pada konseptualisasi teks media ke dimensi yang bersifat empiris dan operasional. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kedua media daring akan membingkai berita ujaran ‘politik sontoloyo’ yang dilontarkan oleh Joko Widodo.

Terdapat empat struktur model Zhondang Pan dan Gerald. M.Kosicki, diantaranya yaitu: struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, struktur retorik.

6. Teknik Penulisan

Penulisan penelitian ini mengacu pada buku *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi* yang diterbitkan oleh Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata kunci yang pengertian dan pembahasannya perlu dijelaskan.

1. Studi Komparasi

Studi Komparasi adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui dan atau menguji perbedaan dua kelompok atau lebih. Penelitian komparasi juga adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan sebuah variabel atau objek penelitian antara subjek yang berbeda atau waktu yang berbeda dan menemukan hubungan sebab-akibatnya.

Komparasi menurut kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai perbandingan. Menurut Winarno Surakhmad dalam bukunya Pengantar Pengetahuan Ilmiah, Komparasi adalah penyelidikan deskriptif yang berusaha mencari pemecahan melalui analisis tentang hubungan sebab akibat, yaitu memilih faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki dan membandingkan satu faktor dengan faktor lain. Studi komparasi adalah suatu bentuk penelitian yang membandingkan antara variabel-variabel yang saling berhubungan dengan mengemukakan perbedaan-perbedaan ataupun persamaan-persamaan dalam sebuah kebijakan dan lainnya.

Menurut Nazir penelitian komparasi¹⁰ adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Penelitian komparasi dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Pada penelitian ini, variabelnya masih mandiri, tapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda. Dalam studi kasus peneliti mengkhususkan kasus yang dipilih untuk membantu ekplanasi atau penjelasan data penelitian, sementara itu dalam studi perbandingan, peneliti berfokus pada interpretasi dan pencarian aspek apa dan bagaimana di kasus-kasus yang diteliti.

Sementara itu, Metode Komparasi adalah suatu metode yang digunakan untuk membandingkan data-data yang ditarik ke dalam konklusi. Komparasi sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *compare* yang artinya membandingkan. Membandingkan yang dimaksud disini adalah untuk menemukan persamaan dari dua konsep atau lebih.

2. Statement ‘Politik Sontoloyo’

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *sontoloyo* berarti konyol, tidak beres, bodoh (dipakai kata makian). Sementara itu, menurut

¹⁰ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 58.

Bahasa Jawa, Sontoloyo adalah sebutan buat pemilik pekerjaan sebagai pengembara itik atau disebut juga tukang angon bebek.

Sementara itu sontoloyo yang dimaksud disini adalah sontoloyo versi presiden Jokowi sendiri. Maksud dari Sontoloyo yang di muat di kompas.com dan viva.co.id adalah soal para pejabat yang masih saja memakan uang rakyat, atau para pejabat yang masih belum dengan benar dan maksimal melakukan pekerjaan mereka sebagai wakil dari masyarakat. Sebelumnya presiden juga geram dengan beberapa politisi yang menyangkutkan apapun dengan hal-hal politik dan itu jadi salah satu trik politikus untuk memengaruhi masyarakat.

3. Media Daring

Media daring atau media *online* , dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web internet¹¹. Media Daring juga dapat dikatakan sebagai media *cyber*, *internet media*, ataupun *new media*. Hal itu dikarenakan sama dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers yang mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi Undang-undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Media daring dapat dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak (majalah, buku, koran, tabloid) dan media elektronik (Televisi, Radio, film), dan sifatnya memiliki keunggulan dibanding

¹¹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), h. 34.

media konvensional yang memiliki ketertarikan sendiri pada peminat media massa. Salah satunya karena kemampuan media massa konvensional seperti televisi, radio dan surat kabar mulai dibentuk untuk dapat diakses dalam bentuk daring atau online. Khalayak yang mengkonsumsi berita melalui surat kabar kini dapat menikmati berita dalam bentuk digital atau versi online¹².

Media daring juga bisa dikatakan produk jurnalistik online yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi atau didistribusikan lewat internet. Mengambil konsep dari Mc Luhan, dimana *medium is the message*, maka bila diaplikasikan pada internet atau bentuk World Wide Web (WWW) bisa berupa situs berita online. Dimana analogi dari pernyataan McLuhan dengan melihat perkembangan kemajuan bidang teknologi informasi, maka *technology is the message*. Teknologi itulah yang menghasilkan medium baru atau melahirkan *the new media*¹³. Jadi bukan bermaksud untuk melebih-lebihkan pengaruh media, tetapi adanya kemajuan teknologi, media menjadi sangat maju. Media telah berubah menjadi subyek komunikasi yang interaktif dan menjadi sahabat baru manusia. Pola interaksi sosial yang terbentuk melalui media telah menciptakan ruang baru bagi kehidupan manusia. Ruang dimana manusia bisa berimajinasi dan berinteraksi. Sementara apabila dikaitkan dalam konteks media

¹² Lihat Dewi Prawitasari, *Analisis Framing Pemberitaan Kompas.Com Dan Vivanews.Com Pada Peristiwa Runtuhnya Terowongan Tambang Pt Freeport Indonesia*, Commonline Departemen Komunikasi| Vol.2/ No.2

¹³ Ido Prijana Hadi, *Perkembangan Teknologi*..... h. 69 – 84.

jaringan atau komputer yang kemudian melahirkan cybercommunity atau komunitas siber juga turut andil dalam membentuk suatu pola hubungan sosial yang tanpa batas, sangat luas dan transparan. Dengan demikian, dapat dikatakan dengan munculnya media baru (*new media*) saat ini memudahkan akses informasi khlayak ramai. Selain murah, mudah, dan cepat, media daring juga dapat menembus ruang dan waktu.

4. Kompas.com

Kompas.com adalah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia dan menjadi satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Kompas.com hanya mempunyai edisi daring dan merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru atau *breaking news*. Sejak tahun 1995, kompas.com sekarang menjadi bagian dari Kompas Gramedia. Kompas.com pertama kali muncul di dunia internet pada tanggal 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*¹⁴.

Awalnya, *Kompas Online* atau KOL yang diakses dengan alamat kompas.co.id hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit hari itu saja. Tujuannya adalah buat memberikan layanan ke para pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Melalui kehadiran Kompas Online, para pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit

¹⁴ <https://inside.kompas.com/about-us>. Diakses 4 Febuari 2019 Pukul 22.01 WIB.

dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Hadirnya Kompas Online, dinyatakan dalam situs resmi kompas.com adalah juga supaya pembaca yang berasal dari Indonesia bagian Timur dan di luar negeri dapat menikmati harian Kompas dan tidak perlu menunggu beberapa hari seperti sebelumnya, yaitu menunggu harian Kompas yang aksesnya tidak secepat *Kompas Online*.

Pada 29 Mei 2008, portal *Kompas Online* bertransformasi dan *rebranding* dirinya menjadi *Kompas.com*, hal ini merujuk kembali pada brand Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Dalam wajah barunya, kemudian kanal-kanal baru ditambah, produktivitas sajian berita ditingkatkan.

5. Viva.co.id

Viva.co.id sebelumnya dikenal dengan nama *Vivanews.com*. Viva.co.id adalah portal berita daring yang dikelola oleh PT. Viva Media baru, anak perusahaan PT Visi Media Tbk yang juga mengelola bisnis penyiaran seperti Antv dan tvOne. Situs berita viva ini lahir pada tahun 2008.

Berita di viva, disampaikan dengan analisa mendalam yang sebagaimana diterapkan di media cetak, tapi diciptakan dan didesain untuk bacaan cepat. Di portal viva.co.id tetap menampilkan dan mencerminkan karakteristik media¹⁵.

¹⁵ <https://id.vivagroup.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan/>. Diakses 4 Februari 2019 Pukul 22.36 WIB.

G. Sistematika Pembahasan

Berikut pembahasan yang akan disusun secara sistematis:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Pada bab ini akan membahas mengenai kajian pustakanya. Pada bab ini terdiri dari Deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian.

BAB III Pada bab ini akan menjelaskan metode penelitian yang nanti isinya adalah tentang rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisa data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Pada bab ini akan memaparkan temuan dan analisis penelitian, akan mendeskripsikan data, juag temuandalam penelitian, dan analisis data.

BAB V Pada bab ini adalah penutup dan saran.