

Independensi Media dalam Pemberitaan Pilpres di Media Massa *Online*

Khalida Salma, Alex Sobur
 Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi
 Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 salmakhas12@gmail.com, soburalex@gmail.com

Abstract—The 2019 presidential election seems to be one of the hot topics to be covered on the news. During the 2019 presidential election, media and politics seems to clash with many media owners who jumped into the vortex of the event. This causes the public to lose their trusts to the independence of media, the neutrality of media, and the truth of its news. This study aims to find out how the independence of media reporting the presidential election to in the online media of Kompas.com and Republika.co.id. This study uses qualitative research methods with Norman Fairclough's Critical Discourse analysis approach. The subject of this research is the independence of the media in reporting the 2019 presidential election campaign published in the online mass media of Kompas.com and Republika.co.id. The research objects used were: Legal Team news 01 Denies Jokowi Contribute 19 Billion Rupiah For Campaign Funds published by Kompas.com, The Constitutional Court of the Republic of Indonesia news: Prabowo-Sandi's Proposition of Violate Campaign Funds by 01 is Not Proven published by Kompas.com, Legal Team 02 Questioning about Jokowi-Ma'ruf Campaign Funds published by Republika.co.id, Budget news Jokowi-Ma'ruf's Campaign on Legal Team 02 published by Republika.co.id. The result of this study is that the independence of Kompas Online media is not so visible with the short news that has been posted. Kompas Online tends to play it safe in reporting cases of alleged misappropriation of 2019 campaign funds while Republika Online does not show its independence through a word from its news text. But from the way the media provides detailed information and cover both sides with running news.

Keywords—*Media Independence, News, 2019 Presidential Election Campaign, Online Mass Media, Norman Fairclough Critical Discourse Analysis*

Abstrak—Pemilihan presiden 2019 menjadi salah satu topik hangat dalam pemberitaan. Pada pemilihan presiden 2019, media dan politik terlihat beradu dengan banyaknya pemilik media yang terjun ke dalam pusaran perhelatan pilpres 2019. Hal ini mengakibatkan masyarakat kehilangan kepercayaan pada independensi media, netralitas media, dan kebenaran beritanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana independensi media dalam memberitakan pemilihan presiden di media massa *online* Kompas.com dan Republika.co.id. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis wacana Kritis Norman Fairclough. Subjek penelitian ini yaitu independensi media dalam pemberitaan kampanye pilpres 2019 yang dipublikasikan dalam media massa *online* Kompas.com dan Republika.co.id. Objek penelitian yang dipakai yaitu: Berita Tim Hukum 01 Bantah Jokowi Sumbang Rp. 19 Miliar

Untuk Dana Kampanye diterbitkan Kompas.com, berita MK: Dalil Prabowo-Sandi Soal Pelanggaran Dana Kampanye 01 Tidak Terbukti diterbitkan Kompas.com, berita Tim Hukum 02 Persoalkan Dana Kampanye Jokowi-Ma'ruf diterbitkan Republika.co.id, berita Dana Kampanye Jokowi-Ma'ruf Disoal Tim Hukum 02 diterbitkan Republika.co.id. Hasil dari penelitian ini adalah independensi media Kompas *Online* tidak begitu terlihat dengan pendeknya berita yang diposting. Kompas *Online* cenderung main aman dalam memberitakan kasus dugaan penyelewangan dana kampanye 2019 sedangkan Republika *Online* tidak memperlihatkan independensinya lewat sebuah kata dari teks beritanya. Melainkan dari cara media tersebut memberikan informasi secara rinci dan *cover both side* dengan berita *running*.

Kata kunci—*Independensi Media, Berita, Kampanye Pilpres 2019, Media Massa Online, Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough*

I. PENDAHULUAN

Menjelang pemilihan umum 2019, sejumlah partai politik membuat media untuk menyampaikan kampanyenya dan beberapa pemilik media di Indonesia masuk ke dalam pusaran politik perhelatan pemilihan presiden 2019.

Setidaknya ada tiga nama petinggi media yang turut terjun ke dalam perhelatan pilpres 2019. Pertama, Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh yang juga sebagai pemilik kelompok usaha media massa Media Group (Media Indonesia, Lampung Post, tabloid Prioritas, Metro TV, Medcom.id, dll). Kedua, Ketua Umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo yang juga sebagai pemilik media grup MNC (MNC TV, RCTI, GTV, INews TV, MNC Trijaya FM, Global Radio, dll). Dan yang terakhir adalah pendiri Mahaka Group (Harian Reublika, Majalah Golf Digest Indonesia, Jak TV, Gen Fm, dll) Erick Tohir yang juga sebagai Ketua Tim Pemenangan Nasional Joko Widodo-Ma'ruf Amin.

Kondisi tersebut mengakibatkan masyarakat kehilangan kepercayaan pada independensi media, netralitas media, dan kebenaran beritanya. Independen yang berarti merdeka atau tidak terikat dengan siapa pun, netral yang berarti berimbang, akurat dan tak memihak.

Di antara banyaknya media massa yang memberikan informasi seputar pemilihan presiden, media massa online Kompas.com dan Republika.co.id menjadi beberapa di

antaranya. Dalam menulis pemberitaan mengenai kampanye pilpres 2019, media massa Kompas.com dan Republika.co.id memiliki cara penulisannya sendiri. Kompas.com menyampaikan beritanya secara singkat, sedangkan Republika menyampaikan lebih secara merinci. Namun di luar dari cara menyampaikan informasi, kedua media tersebut memiliki satu kesamaan yaitu hanya memiliki satu narasumber yang peneliti nilai menjadikan berita mereka tidak seimbang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana independensi media yang dipresentasikan dalam pemberitaan pilpres di media massa online Kompas.com dan Republika.co.id?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui independensi media dalam pemberitaan kampanye pilpres 2019 di media massa online Kompas.com dan Republika.co.id.
2. Untuk Mengetahui praktik wacana independensi media dalam pemberitaan kampanye pilpres 2019 di media massa online Kompas.com dan Republika.co.id.
3. Untuk mengetahui praktik sosiokultural independensi media dalam pemberitaan kampanye pilpres 2019 di media massa online Kompas.com dan Republika.co.id.

II. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Analisis wacana menurut Brown dan Yule (dalam Haryatmoko, 2017:75) adalah analisis atas bahasa yang digunakan dan sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subjek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Dalam hal ini penganalisis wacana berkewajiban menyelidiki untuk apa bahasa dipakai. Dapat disimpulkan bahwa analisis wacana merupakan analisis mengenai pemakaian bahasa untuk menyatakan suatu pernyataan.

Menurut Fairclough dan Wodak (dalam Eriyanto, 2009: 7), analisis wacana kritis melihat wacana (pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan) sebagai bentuk dari praktik social [1]. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Analisis wacana kritis melihat bahasa sebagai faktor penting, yakni bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ketimpangan kekuasaan dalam masyarakat terjadi. Analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing.

Dalam teorinya Fairclough memusatkan perhatian wacana pada bahasa. Fairclough menggunakan wacana menunjuk pada pemakaian bahasa sebagai praktek sosial, lebih daripada aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu. Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga

dimensi; teks, discourse practice, dan sociocultural practice.

Dimensi pertama, yakni teks harus dianalisis melalui pendekatan linguistik yang mencakup bentuk formal seperti kosa kata, tata bahasa, dan struktur teks³ tual. Pada dimensi praktik wacana (discourse practice), analisis berhubungan dengan produksi dan konsumsi sebuah teks tersebut.

Setelah menganalisis teks dan kewacanaan selanjutnya ialah praktik sosial. Pertama perlu dilakukan eksplorasi hubungan antara praktik kewacanaan dan tatanan wacana. Kedua, menurut Fairclough dalam Jorgensen dan Phillips (2007:157) adalah tujuan yang ingin yang dicapai adalah memetakan hubungan kultural, sosial dan nowacana. Intinya situasi diluar kewacanaan dan teks. Situasi dalam pembuatan sebuah teks untuk memberikan informasi dapat dipengaruhi oleh praktik institusi yang berhubungan dengan masyarakat atau budaya. Misalnya, pengaruh dari politik, ekonomi, atau budaya tertentu sehingga mempengaruhi hasil tulisan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Teks Berita

Berikut adalah penelitian analisis berita kampanye pilpres di media massa online Kompas.com dan Republika.co.id.

Independensi media dalam pemberitaan kampanye pilpres 2019 yang diposting Kompas Online tidak begitu terlihat dengan pendeknya berita yang diposting. Kompas Online cenderung main aman dalam memberitakan kasus dugaan penyelewangan dana kampanye 2019. Kompas Online pun tidak melakukan cover both side dalam beritanya, hanya memposting pernyataan dari narasumber. Republika Online tidak memperlihatkan independensinya lewat sebuah kata dari teks beritanya. Melainkan dari cara media tersebut memberikan informasi secara rinci dan cover both side dengan berita running.

B. Praktik Wacana

Praktik kewacanaan berhubungan dengan institusi yang ada dibalik teks. Pada tahap ini peneliti menganalisis pihak-pihak yang terlibat dalam proses produksi teks itu sendiri. Produksi teks berhubungan erat dengan ideologi wartawan dan media yang menaunginya. Dengan tagline Jernih Melihat Dunia, Kompas Online ingin memosisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan. Karena itu, Kompas Online tidak hanya menyajikan informasi terkini dalam bentuk berita hardnews yang update mengikuti nature-nya media online, tetapi juga berita utuh dalam berbagai perspektif untuk menjelaskan duduknya perkara sebuah persoalan yang kerap simpang siur. Dalam mewujudkan visi dan tagline

yang dimilikinya Kompas Online memproduksi teksnya dengan cara menerima hasil social media listening dari tim media sosial kepada tim redaksi yang kemudian dipakai untuk bahan mentah untuk diolah di dapur newsroom. Selanjutnya, tim redaksi akan memfilter informasi, baik informasi di lapangan maupun informasi di media sosial, apakah fakta ataukah hoaks. Hal ini dilakukan karena harapan Kompas Online untuk bisa menjadi referensi pembaca untuk memvalidasi apakah sebuah informasi itu hoaks atau bukan.

Demi mendapatkan kebenaran jurnalistiknya, Kompas Online disiplin melakukan verifikasi atas fakta dan data yang didapatkan di lapangan atau di media sosial. Ada tiga hal yang menjadi perhatian dalam proses verifikasi, yaitu: observasi lapangan, narasumber, dan data. Observasi lapangan adalah prioritas pertama dilakukan Kompas Online untuk mendapatkan fakta orisinal. Semua informasi awal yang kami dapatkan, termasuk informasi dari media sosial, kami cek langsung ke lapangan.

Ideologi Republika Online adalah ideologi pemiliknya, PT Abdi Bangsa, yaitu kebangsaan, kerakyatan dan keislaman; dengan tujuan mempercepat terbentuknya civil society. Republika Online memiliki visi dan yaitu kebangsaan, kerakyatan dan keislaman. Melihat visi misi tersebut tentu pemberitaan Republika Online memuat ketiga hal tersebut sebelum berita tersebut diterbitkan. Dalam menampilkan corak jurnalisemnya yang khas, terutama pada poin tuntas, Republika Online mencoba untuk memberikan informasi yang lengkap. Lewat sebuah berita running, Republika Online berusaha melengkapi sebuah informasi yang akan mereka sebarluaskan nantinya.

Di Republika Online, sebelum berita tersebut dihasilkan, berita akan melalui dua ruang proses. Pertama, berita akan masuk ke dalam ruang newsroom. Ruang newsroom ini adalah ruang tempat bahan-bahan berita yang dihasilkan wartawan tersimpan. Selanjutnya, berita akan masuk kedalam ruang redaksi. Ruang redaksi adalah ruang redaktur memproses sebuah berita. Republika Online menggunakan sistem newsroom guna pengontrolan yang lebih kuat, agar tidak hanya satu orang yang mengendalikan satu berita.

C. *Praktik Sosio Kultural.*

Penerbitan berita di Kompas.com maupun Republika.co.id mengenai dana kampanye Pilpres 2019 tentu dipengaruhi oleh aspek situasional. Keempat berita yang peneliti analisa diposting pada bulan Juni 2019, sebulan setelah pengumuman presiden dan wakil presiden. Adanya tuduhan mengenai penyelewengan dana kampanye oleh salah satu tim pendukung kepada tim lawan membuat kondisi dan suasana memanas dari masyarakat, organisasi masyarakat, elite politik dan tentunya tim pendukung capres dan cawapres yang menjadi terduga.

Level Institusional melihat bagaimana persisnya sebuah pengaruh dari institusi organisasi pada praktik ketika sebuah wacana diproduksi. Masuknya Erick Thohir

kedalam TKN Jokowi-Ma'ruf menjadi ancaman bagi Republika dalam membuat publik percaya akan keseimbangan berita yang mereka proses. Erick Thohir memiliki jabatan sebagai direktur utama Republika Online. Meskipun tidak terjun secara langsung dalam proses pembuatan berita, hal ini tetap menjadi pengaruh terhadap kepercayaan publik. Sedangkan untuk Kompas Online, jajaran di dalamnya tidak ada yang turut turun dalam perhelatan Pilpres 2019. Maka dalam hal struktural Kompas Online sendiri baik pemimpin redaksi maupun direktur utama, tidak ada yang menjadi ancaman berarti bagi Kompas Online untuk membuat publik percaya akan keseimbangan berita yang mereka proses.

Pada level sosial, melihat pada aspek yang jauh lebih besar seperti sistem politik, sistem ekonomi atau sistem budaya masyarakat secara keseluruhan. Selama perhelatan pemilihan pilpres 2019, muncul fenomena bahwa umat Islam mendukung Prabowo. Tidak ada alasan jelas dan data pasti, mengapa fenomena ini bisa terjadi. Dalam hal ini, secara tidak langsung media massa dapat membentuk pola pikir khalayak bahwa Republika merupakan media yang pro akan nilai-nilai Islam. Sehingga banyak yang mengaitkan Republika dengan Prabowo. Padahal jika dilihat dari struktur keorganisasian, Republika adalah media yang dibawah oleh Erick Thohir, yang juga masuk kedalam TKN Jokowi-Ma'ruf.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Melihat keseluruhan dimensi teks dalam pemberitaan dana kampanye pilpres yang diposting oleh Kompas.com, independensi media Kompas Online tidak begitu terlihat dengan pendeknya berita yang diposting. Kompas Online cenderung main aman dalam memberitakan kasus dugaan penyelewengan dana kampanye 2019. Kompas Online pun tidak melakukan cover both side dalam beritanya, hanya memposting pernyataan dari narasumber. Republika Online tidak memperlihatkan independensinya lewat sebuah kata dari teks beritanya. Melainkan dari cara media tersebut memberikan informasi secara rinci dan cover both side dengan berita running.
2. Praktik wacana independensi di media Kompas Online terlihat dari visi medianya. Guna mencapai visinya sebagai media yang independen, Kompas Online melakukan filterisasi terhadap isi berita. Sedangkan praktik wacana indenpendensi Republika Online terlihat dari media tersebut melakukan cover both side guna memberikan informasi yang seimbang. Meskipun menurut wakil redaktur pelaksana Republika Online tidak ada media yang independen seutuhnya, melainkan media yang tetap mengedepankan visi dan misinya.
3. Dimensi sosiokultural yang meliputi konteks

situasional, institusional dan sosial sangat berpengaruh dalam mewacanakan berita yang diangkat. Keempat berita mengenai dana kampanye pilpres 2019 ini tentu dipengaruhi oleh aspek situasional. Kondisi dan suasana yang memanas dari kubu Prabowo-Sandi yang mencurigai adanya penyelewengan dana kampanye pasangan Jokowi-Ma'ruf. Aspek institusional pada Kompas Online dalam pemberitaan kampanye pilpres tidak begitu terlihat. Peneliti tidak menemukan adanya elite politik dalam jajaran Kompas Online. Sedangkan aspek insitusional pada Republika Online terlihat begitu jelas dengan masuknya Erick Thohir kedalam pusaran perhelatan pilpres yaitu menjadi TKN Jokowi-Ma'ruf.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Dengan adanya penelitian tentang analisis wacana kritis tentang teks berita dari kedua media online, yakni Kompas.com dan Republika.co.id ini, diharapkan dapat mengembangkan beritanya sesuai dengan kaidah jurnalistik dan kemudian dalam memberikan informasi kepada publik agar berita yang disajikan kepada publik dapat dipercaya tanpa adanya unsur intervensi dari instansi baik dari luar maupun dalam.
2. Untuk mengembangkan ilmu komunikasi terkait analisis wacana kritis khususnya di bidang analisis wacana kritis teks berita dalam hal independensi media online, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki keterkaitan untuk meneliti objek yang sama, agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut meneliti di luar faktor yang sudah disajikan dalam penelitian ini. Hal ini guna melengkapi penelitian dan menjadi keragaman dalam proses sebuah penelitian.

B. Saran Praktis

1. Untuk Media atau pers sebaiknya lebih berhati-hati lagi dalam menulis beritanya. Berita memang harus menarik, namun harus tetap dijaga agar apa yang dituliskan tidak menyinggung pihak lain dan tidak melenceng dari kode etik jurnalistik.
2. Media harus tetap independens agar berita yang dihasilkan berimbang, jangan terlalu berat sebelah. Tidak boleh memihak kecuali memihak kebenaran. Masyarakat membutuhkan informasi yang sebenar-benarnya, jangan sampai media merugikan pihak lain dengan menebang pilih informasi yang ada untuk kepentingan politik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Eriyanto. 2009. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta: PT. Lkis Printing Cemerlang.
- [2] Haryatmoko. 2017. Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [3] Jorgensen W. Marianne dan Louse J. Philips. 2007. Analisis Wacana. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.