

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Informasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan banyak orang, yakni sebagai pelengkap akan kebutuhan sehari – hari dan membawa dampak yang besar untuk manusia. Tanpa informasi seseorang tidak akan berkembang secara pengetahuan dan akan ketinggalan zaman atau bisa disebut tidak *up to date*. Terlebih lagi di era perkembangan IPTEK saat ini, informasi bisa diperoleh melalui berbagai jenis media massa, khususnya media sosial. Dalam hal ini, media sosial memiliki peran yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat sebagai perantara komunikasi dan penyampaian informasi kepada masyarakat.

Keberadaan media sosial yang *up to date* membuat masyarakat mudah untuk mengakses dan menjadikan media sosial memberikan dampak atau pengaruh bagi kehidupan masyarakat. Dalam praktiknya, masyarakat luas menjadi sasaran dari pemberitaan yang disebar luaskan. Adapun pengaruh media sosial saat ini telah membangun pandangan masyarakat terhadap wacana berita yang berkembang melalui pemberitaan yang disajikan media sosial. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya, maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2003 : 11)

Melalui wacana pemberitaan dari media sosial, akan terbentuk opini yang dibangun oleh masyarakat. Pandangan masyarakat terkonstruksi oleh pemberitaan media, karena wacana yang berkembang dalam kehidupan masyarakat akan banyak dipengaruhi oleh pemberitaan media. Kondisi ini menyebabkan media memiliki kemampuan yang kuat dalam membentuk citra seseorang atau lembaga. Berkaitan dengan wacana berita melalui media sosial, khususnya *Twitter*. Dengan adanya fitur *trending topic* yang berada di *Twitter*, memudahkan masyarakat untuk mengetahui berita yang sedang banyak masyarakat bicarakan. Pemberitaan yang berkaitan dengan *public figure* selalu menjadi perhatian yang besar bagi masyarakat luas, karena merupakan panutan masyarakat dalam aspek kehidupan dalam segi sosial, gaya hidup dan sebagainya.

Tepat pada tanggal 7 Januari 2019, masyarakat dihebohkan dengan pemberitaan melalui media surat kabar *online tribun.com* dengan judul “Heboh Prostitusi *Online* Jerat Vanessa Angel, Muncul Tagar Menjemput Rejeki 2019 di *Twitter* Pagi Ini”. Pemberitaan ini berawal pada tanggal 5 Januari 2019 dari terbongkarnya kasus prostitusi *online* yang dilakukan oleh salah satu artis FTV Indonesia, Vanessa Angel yang diberitakan oleh berbagai media di Indonesia salah satunya adalah media surat kabar *online tribun.com* dengan modus operasi memasarkan diri melalui internet. Berbeda dengan prostitusi lainnya yang membutuhkan tempat tertentu untuk memasarkan dirinya, dengan memanfaatkan media *online* prostitusi, praktek ini bisa dilakukan dengan cepat, mudah dan nyaris tidak meninggalkan jejak. Menurut surat kabar *online tribun*, saat itu, Vanessa Angel ditangkap bersamaan dengan Avriella Shaqila di dua kamar hotel

berbeda di kawasan Kota Surabaya, Jatim dengan tarif Vanessa Angel 80 juta dan Avriella Shaqila dengan tarif 25 juta. Pemberitaan ini menjadi sorotan publik dikarenakan tarif yang begitu besar. Terlepas dari kasus prostitusi *online* ini, masyarakat berfokus pada kalimat Vanessa Angel di instastory-nya sebelum polisi menangkapnya. Dalam postingannya itu, Vanessa Angel menuliskan kalimat #MenjemputRejekiDiAwal2019, *statement* tersebut menjadi guyonan masyarakat. Vanessa Angel menggugah #MenjemputRejekiDiAwal2019 dengan maksud untuk menjadi MC di sebuah acara yang berada di Surabaya, setelah sejam menggugah postingan tersebut, Vanessa Angel pun ditangkap. Karena kasus tersebut. *Hashtag* Vanessa Angel pun menjadi topik teratas di *twitter*, masyarakat membuat *hashtag* tersebut guna menyindir lantaran kalimat “menjemput rejeki” adalah unggahan Vanessa Angel di hari ia tertangkap. (Surya, 2019)

Berikut cuplikan berita yang dimuat oleh Website Tribun selama 3 hari *hashtag* Menjemput Rejeki menjadi *trending topic* di media sosial *Twitter* :





Gambar 1.1

Screenshoot Pemberitaan Vanessa Angel

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, tetapi juga mencakup radio, televisi, film dan bahkan juga sekarang ini media *online* internet (Sumadiria, 2005:65). Dalam membuat berita perlu memperhatikan aspek – aspek yang berhubungan dengan 5W+1H, agar informasi yang disampaikan bersifat utuh dan akurat.

Media massa (*mass media*) merupakan singkatan dari Media Komunikasi Massa yang merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri singkatan dari Komunikasi Media Massa, artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditunjukkan kepada orang banyak melalui media massa (*communicating with media*). (Romli, 2005:5).

Kecepatan akan informasi menjadi daya tarik dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, apalagi di zaman sekarang teknologi berkembang begitu pesat menghadirkan kreatifitas dan inovasi bagi media dan pekerjaannya untuk bisa menyajikan sesuatu yang bisa mempengaruhi masyarakat. Keberadaan media digital atau yang biasa disebut sebagai media berbasis teknologi saat ini lebih

banyak digandrungi sebagai media informasi. Media sosial, khususnya *Twitter*, masyarakatlah yang membangun berita sehingga menjadi *trending topic*.

Twitter bukanlah situs jejaring sosial tapi lebih ke jejaring informasi untuk menyebarkan berita terkini keseluruh belahan dunia. *Twitter* diluncurkan pada tahun 2006. Tujuan dari *Twitter* adalah untuk menyediakan layanan *online* untuk teman-teman, keluarga, atau rekan kerja agar selalu terjalin komunikasi dan tetap terhubung meski dipisahkan oleh jarak. Tidak hanya berguna sebagai layanan pembangun komunitas, **Twitter** juga merupakan alat marketing yang efektif di era bisnis dan sekarang sudah banyak perusahaan-perusahaan skala internasional yang sudah merambah ke layanan-layanan **Twitter**. Pengguna *twitter* juga dapat mengelompokkan kicauan menurut topik atau jenis dengan menggunakan [tagar](#) (*hashtag*), dengan adanya tagar, fitur *Trending topic* yang berada di *Twitter* jadi sangat berguna karena dapat mengelompokkan topik – topik sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui berita atau informasi terkini yang sedang banyak dibicarakan di media – media dan lingkungan sekitar. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>, 4 Maret 2019)

Proses terbentuknya teks tidak hanya bermakna bagaimana suatu teks dibentuk, proses ini memasukan informasi yang digunakan untuk menulis suatu bentuk wacana tertentu yang di dalamnya bagaimana peristiwa ditafsirkan, disimpulkan, dan dimaknai oleh wartawan yang akan ditulis dalam sebuah berita (Eriyanto, 2001:266). Menulis berita merupakan pekerjaan seorang jurnalis dalam menyampaikan informasi melalui kata, frasa, klausa dan kalimat yang mudah dipahami dengan baik. Media *online* dan surat kabar cetak memiliki kaidah

penulisan bahasa yang berbeda, hal itu disebabkan karena surat kabar cetak yang masih memperhatikan kaidah penulisan yang baik dan benar. Hal tersebut sangatlah penting karena berhubungan dengan citra seseorang, sehingga dapat dianggap baik atau buruk karena wacana berita yang dibuat oleh jurnalis dan medianya ketika menyampaikan informasi kepada khalayak sebagai pembacanya.

Dari pemberitaan ini peneliti tertarik dengan pesan – pesan atau terbitan media sering diteliti menggunakan analisis *Framing* yang pelopori oleh Robert N. Entman yang berasumsi bahwa konsep *framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Frame* merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu ke dalam teks keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

Model Robert N. Entman memiliki 2 dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing* yaitu, seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek aspek tertentu. Dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana *frame* yang dibangun oleh situs berita – berita di *tribun.com* selama *hashtag* menjadi *trending topic* tepatnya dari tanggal 5 Januari hingga 7 Januari, karena situs berita *tribun.com* menyajikan berita – berita yang sedang ramai dibicarakan (*up to date*) dengan *tagline* “Berita Terkini Indonesia” dan menempatkan posisi ke tiga besar setelah Detik.com dan Kompas.com.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan tema Analisis *Framing* Pemberitaan *Hashtag* Menjemput Rejeki (Studi Deskriptif Kualitatif Pemberitaan *Hashtag* Menjemput Rejeki Vanessa Angel) karena peristiwa ini banyak menyita perhatian khalayak serta banyaknya isu - isu yang terkandung dalam kalimat *hashtag* menjemput rejeki. Dengan pemberitaan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti unggahan Vanessa Angel, selain karena pemberitaan tersebut menjadi *trending topic* di Indonesia juga karena Vanessa Angel merupakan salah satu *public figure* yang seharusnya mencontohkan kegiatan positif. Peneliti juga tertarik dengan pemberitaan *hashtag* menjemput rejeki karena kurangnya pembahasan mengenai *hashtag* di media – media sehingga peneliti ingin menggali lebih tentang fakta yang terdapat pada pemberitaan *hashtag* menjemput rejeki tersebut.

Penelitian ini penting karena topik dari pembahasan yang peneliti lakukan berhubungan dengan *public figure* dan pemberitaan ini menjadi salah satu berita yang *up to date* di lingkungan masyarakat, dengan hebohnya pemberitaan ini maka memunculkan isu – isu yang tersebar luas yang akan diteliti peneliti serta meneliti berita online terbesar ketiga di Indonesia.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada konteks penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah menganalisis pemberitaan “*hashtag* menjemput rejeki Vanessa Angel” pada Website Tribun.com

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan pada fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini dapat disimpulkan menjadi beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana seleksi isu pemberitaan “*hashtag* menjemput rejeki Vanessa Angel” pada Website *online Tribun.com*?
2. Bagaimana penonjolan aspek pemberitaan “*hashtag* menjemput rejeki Vanessa Angel” pada Website *online Tribun.com*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian di atas, maka maksud dan tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk menganalisis pemberitaan “*hashtag* menjemput rejeki Vanessa Angel” melalui media Surat kabar *online Tribun.com*

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seleksi isu pemberitaan “*hashtag* menjemput rejeki Vanessa Angel” pada Website *online Tribun.com*
2. Untuk mengetahui penonjolan aspek pemberitaan “*hashtag* menjemput rejeki Vanessa Angel” pada Website *online Tribun.com*

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian yang hendak dicapai peneliti, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap ilmu

pengetahuan dan pendidikan secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat – manfaat dari penelitian ini diantaranya :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, yaitu :

1. Memberikan sumbangan pemahaman atau konsep baru dalam bidang Ilmu Komunikasi.
2. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dengan metode analisis *framing*.
3. Sebagai referensi pada penelitian - penelitian selanjutnya yang saling berhubungan dengan penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, yaitu :

1. Bagi pengguna media sosial : Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dapat mengerti pesan yang terkandung dalam suatu wacana berita di media surat kabar *online*.
2. Bagi pembaca : Dapat memberikan gambaran mengenai proses penelitian analisis suatu wacana serta menjadi referensi untuk penelitian sejenis yang dilakukan.
3. Bagi lembaga : Dapat memberikan masukan/saran/evaluasi sebagai bahan pertimbangan lembaga untuk memilih bahasa atau kata guna membentuk isu yang sesuai dengan realita.