

**PERANAN KOMPAS.COM DALAM PEMBERITAAN BERITA
POLITIK TERKAIT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**



FIONA AMMAY MASIKU

E041201021



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PERANAN KOMPAS.COM DALAM PEMBERITAAN BERITA
POLITIK TERKAIT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

FIONA AMMAY MASIKU

E041201021



**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PERANAN KOMPAS.COM DALAM PEMBERITAAN BERITA POLITIK
TERKAIT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

FIONA AMMAY MASIKU

E041201021

UNIVERSITAS HASANUDDIN

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Ilmu Politik

Pada

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

PERANAN KOMPAS.COM DALAM PEMBERITAAN BERITA POLITIK
TERKAIT PEMILIHAN PRESIDEN 2024

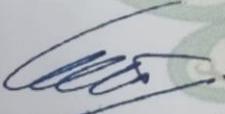
FIONA AMMAY MASIKU
E041201021

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana pada tanggal bulan
tahun dan dinyatakan telah memenuhi syarat keluluran Pada Mei 2024

Program Studi Ilmu Politik
Departemen Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Pembimbing tugas akhir,


Prof. Dr. Muhammad, M.Si
NIP. 19710917 199703 1 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi


Dr. Sakinah Nadir, S.IP., M.Si
NIP. 19791218 200812 2 002



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN KELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Peranan Kompas.com Dalam Pemberitaan Berita Politik Terkait Pemilihan Presiden 2024" adalah benar karya saya dengan arahan, dari Prof. Dr. Muhammad, M.Si sebagai pembimbing utama dan Dr. Ariana Yunus, S.IP., M.Si. sebagai pembimbing pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 28 Mei 2024



Fiona Ammay Masiku

NIM E041201021

Ucapan Terima Kasih

Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses dan skripsi ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi dan arahan dari Prof. Dr. Muhammad, M.Si sebagai pembimbing utama dan Dr. Ariana Yunus, S.IP., M.Si. sebagai pembimbing pendamping. Penghargaan yang tinggi juga saya sampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc., selaku Rektor Universitas Hasanuddin yang telah memastikan seluruh mahasiswa mendapatkan fasilitas dan kenyamanan yang layak selama menempuk pendidikan di Universitas Hasanuddin.

Ucapan dan doa saya kirimkan kepada Alm. Drs. Andi Yakub, M.Si., Ph.D. selaku mantan Ketua Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu, kesempatan dan fasilitas kepada penulis selama mengikuti Pendidikan Program Sarjana.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Sakinah Nadir, S.IP., M.Si selaku Ketua Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi izin dan kesempatan kepada penulis selama mengikuti Program Pendidikan Sarjana. Begitupun kepada seluruh staff departemen Ilmu Politik yang telah membantu peneliti dalam proses pengurusan berkas terkait kegiatan-kegiatan perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih kepada Prof. Dr. Phill. Sukri, S.IP., M.Si. dan Dr. Muh. Imran, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji yang memberi masukan serta saran dalam seminar proposal hingga ujian skripsi.

Ucapan terima kasih kepada informan serta pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua, Jusuf Daniel dan Esther Parimpung, beserta saudara-saudara penulis, Yusri, Evan, Asyer, dan Kak Malni yang telah memberi doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini. Begitupun kepada kerabat penulis, Patricia dan Putri yang senantiasa menemani.

Kepada teman-teman borsah; Aura, Regina, Fira, Feby, Ratih, Luthfi, Fauzan, Pangeran, dan Raehan yang telah memberi semangat dan membantu penulis baik dalam proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaannya selama beberapa tahun terakhir.

Kepada teman-teman penulis, May, Talia, Steffi, lin, Isel, Ratna, dan Hikmah yang menemani masa-masa sekolah menengah penulis dan memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini. Serta rekan-rekan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan serta dukungan yang telah diberikan.

Penulis,

Fiona Ammay Masiku

ABSTRAK

FIONA AMMAY MASIKU. **Peranan Kompas.com dalam pemberitaan berita politik terkait pemilihan presiden 2024** (dibimbing oleh Muhammad dan Ariana Yunus).

Latar belakang. Menjelang pemilu 2024 akan banyak informasi yang beredar melalui media terkait pemilu terutama pilpres 2024. Tetapi jika melihat pemilu-pemilu sebelumnya seringkali media tidak independen dan media menjadi alat politik bagi elit politik. Kompas.com merupakan salah satu media online yang aktif menyajikan berbagai berita politik. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji serta mendeskripsikan peranan Kompas.com melalui sajian beritanya dalam menjalankan fungsinya sebagai media politik dalam Pilpres 2024. **Metode.** Penelitian ini dilakukan dengan analisis terhadap wacana berupa berita-berita yang disajikan pada laman Kompas.com serta melihat komentar dari masyarakat pembaca. **Hasil.** Ditemukan bahwa pemberitaan Kompas.com terkait kandidat pilpres tidak begitu memengaruhi informan. Masyarakat pembaca saat ini mampu menganalisis berita dan tidak menerima berita yang disajikan begitu saja. Selain itu, Kompas.com tidak berafiliasi dengan partai politik dan kandidat manapun. Akan tetapi, pemberitaan terkait Ganjar-Mahfud sedikit lebih banyak dibandingkan dengan kandidat lainnya. **Kesimpulan.** Kompas.com berperan sebagai media pemberitaan politik yang menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat terkait pilpres 2024, akan tetapi masyarakat tidak menerima berita begitu saja melainkan mampu menganalisis kebenaran dari berita yang disajikan oleh Kompas.com.

Kata kunci: intensitas; pemilu; *website*; berita politik.

ABSTRACT

FIONA AMMAY MASIKU. **The role of Kompas.com in reporting the political news of 2024 presidential election** (supervised by Muhammad and Ariana Yunus).

Background. Approaching to the 2024 general election, there will be a lot of information circulating through the media regarding the general election, especially the 2024 presidential election. However, if we look at previous elections, the media is often not independent and becomes a political tool for elites. Kompas.com is an online media that actively presents various political news. **Aim.** This research aims to examine and describe the role of Kompas.com through the news reporting in carrying out their function as political media in the 2024 presidential election. **Method.** This research was carried out by analyzing discourse in the form of news on the Kompas.com page and looking at comments from readers. **Results.** It was found that Kompas.com's news regarding presidential election candidates did not really influence the informant. Nowadays, readers are able to analyze news and do not accept the news presented at face value. Apart from that, Kompas.com are not affiliated with any political party or any candidate. However, there is slightly more news regarding Ganjar-Mahfud compared to the other candidates **Conclusion** Kompas.com acts as a political news media that provides information needed by the public regarding the 2024 presidential election. However public does not accept the news at face value but is they are able to analyze the truth of the news that presented by Kompas.com.

Keywords: intensity; election; website; political news.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
Ucapan Terima Kasih	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Politik	11
2.1.1 Definisi Komunikasi Politik	11
2.1.2 Proses Komunikasi Politik	12
2.2 Media Massa	13
2.3 Teori Jarum Suntik	15
2.4 Konsep Peranan	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Berpikir	20
2.7 Skema Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan, Tipe, dan Jenis Penelitian	21
3.1.1 Pendekatan Penelitian	21
3.1.2 Tipe Penelitian.....	21
3.1.3 Jenis Penelitian	21
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	22
3.2.1 Lokasi Penelitian	22
3.2.2 Objek Penelitian	22

3.3	Jenis dan Sumber Data.....	22
3.3.1	Data Primer	22
3.3.2	Data Sekunder	22
3.4	Teknik Pengumpulan Data	22
3.4.1	Wawancara	22
3.4.2	Observasi	23
3.4.3	Dokumentasi	23
3.5	Informan Data	23
3.6	Teknik Analitik Data	23
3.6.1	Reduksi Data.....	23
3.6.2	Penyajian Data	23
3.6.3	Penarikan Kesimpulan	24
BAB IV	GAMBARAN UMUM KOMPAS.COM	25
4.1	Sejarah Kompas.com.....	25
4.2	Visi Misi Kompas.com	26
BAB V	PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	27
5.1	Pemberitaan Kompas.com pada Pemilihan Presiden 2024	27
5.2	Tanggapan Masyarakat Pembaca	35
5.3	Intensitas Pemberitaan Ganjar Pranowo.....	39
BAB IV	PENUTUP.....	41
6.1	Kesimpulan.....	41
6.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....		43
LAMPIRAN.....		47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Laman <i>website</i> kompas.com.....	5
Gambar 1.1.2 Pemberitaan Ganjar Pranowo	6
Gambar 1.1.3 Pemberitaan visi misi kandidat.....	7
Gambar 1.1.4 Pemberitaan visi misi kandidat.....	8
Gambar 2.5.1 Skema penelitian.....	20
Gambar 5.1.1 Tiga pasangan capres-cawapres pemilu 2024 resmi ditetapkan, saatnya adu gagasan.....	29
Gambar 5. 1.2 Anies Ingin buat badan khusus tangani perubahan iklim	30
Gambar 5. 1.3 Prabowo : Saya anggap diri saya sebagai alat perjuangan rakyat..	31
Gambar 5.1.4 Ganjar kampanye di Jakarta hari ini, hadir acara pantekosta hingga dialog di dewan pers	32
Gambar 5.1.5 Capres dinilai tak fokus tangani korupsi dalam pernyataan pembuka debat pilpres 2024	33
Gambar 5. 5.6 Sikap politik Anies terkait penggunaan ganja medis di Indonesia	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu wujud dari demokrasi yaitu pelaksanaan pemilihan umum (pemilu). Pelaksanaan pemilu memungkinkan semua masyarakat untuk terlibat secara langsung dalam proses penentuan pemimpin negara. Pada saat ini, Indonesia tengah bersiap untuk memasuki tahun politik menjelang pemilihan umum 2024. Indonesia akan menggelar pesta demokrasi pada bulan Februari 2024, di mana masyarakat akan secara langsung memilih anggota legislatif serta presiden dan wakil presiden yang akan menjabat selama periode 2024-2029.

Menjelang pemilu 2024, akan banyak informasi serta berita yang beredar terkait pemilu 2024. Di era ini, informasi begitu mudah diperoleh melalui media massa. Media massa senantiasa menjadi sorotan masyarakat, terutama ketika akan terjadi peristiwa politik seperti pemilihan umum. Media massa mampu membentuk opini publik serta memengaruhi sikap masyarakat terhadap suatu peristiwa tertentu. Media massa sendiri merupakan sarana untuk menyampaikan hasil kerja aktivitas jurnalistik. Media massa bukan hanya dilihat sebagai sarana penyebaran informasi saja, tetapi peran media dalam proses pemerintahan membawa pengaruh yang besar. Hal tersebut karena media massa merupakan sarana komunikasi massa yang sangat efektif untuk dapat menyampaikan informasi kepada khalayak umum dengan jangkauan yang sangat luas. Maka dari itu media massa menjadi salah satu aktor dalam kehidupan bernegara sekaligus berperan sebagai *stakeholder* dalam proses pemilihan umum di Indonesia. Media massa sendiri dapat berupa media cetak, media elektronik, maupun media *online*. Media *online* sendiri dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web. Media *online* pada umumnya berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk dalam kategori media *online* adalah portal, website, radio *online*, TV *online*, dan *email*. Ciri khas dari media *online* yaitu tidak terbatas pada ruang seperti surat kabar dan tidak terbatas oleh waktu (durasi) seperti pada radio dan televisi. Media *online* dapat memuat semua komponen, baik berupa teks, video, audio, maupun foto. Selain itu, pembaca media *online* lebih mudah dalam menemukan informasi karena mereka dapat langsung menuju informasi yang dicari. Berdasarkan hasil survei dari Reuters Institute for the Study of Journalism pada tahun 2022, masyarakat Indonesia memiliki media *online* dan media sosial sebagai sumber berita paling populer. Di mana sumber berita yang diperoleh masyarakat Indonesia sebagian besar berasal dari

media *online* dengan presentasi 89%. Hal ini menunjukkan seberapa besar pengaruh media *online* sebagai sarana penyedia informasi.

Peranan media massa begitu terasa pada dimensi politik. Dalam kontestasi politik misalnya, tidak sedikit partai politik yang memanfaatkan media massa untuk menyampaikan pesan politik. Hal ini karena peran yang dimiliki media begitu besar hingga mampu menggiring opini masyarakat. Politik media juga seringkali dimanfaatkan oleh politisi untuk memobilisasi dukungan masyarakat sehingga dapat memengaruhi kemenangan dalam pemilu. Peranan media massa tentunya tidak terlepas dari tantangan yang dihadapi. Di mana menurut berbagai survei di Amerika, selama dua dekade terakhir kepercayaan publik terhadap media massa menurun. Masyarakat mulai meragukan kredibilitas dari media massa. Apalagi saat ini ada banyak informasi palsu yang beredar melalui internet. Arant dan Anderson (2001) mengemukakan bahwa hampir setengah editor media *online* mengaku tidak memiliki cukup waktu untuk meninjau kembali informasi sebelum memposting suatu berita. Maka dari itu kita tidak bisa serta merta menerima informasi yang tersedia di internet. Selain karena mudahnya penyebaran informasi palsu, faktor lain yang memengaruhi penurunan tingkat masyarakat kepada media yaitu karena adanya pandangan negatif masyarakat terhadap media yang mengangkat berita politik. Tidak dapat dipungkiri bahwa seringkali media massa dijadikan sebagai sarana oleh para politisi untuk mendongkrak popularitas mereka. Tidak menutup kemungkinan bagi pemilik media untuk terlibat dalam hal ini. Apalagi ketika pemilik media tersebut mulai terjun ke dunia politik atau memperoleh keuntungan tertentu dari segi materi misalnya. Di Indonesia sendiri, sejumlah pemilik media massa mulai terjun ke dalam dunia politik. Misalnya saluran TV yang berada di bawah naungan MNC Group seperti RCTI, MNC TV, INews, dan GTV dimiliki oleh yaitu Hary Tanoesoedibjo yang saat ini menjabat sebagai Ketua Umum Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Lalu ada Metro TV yang dimiliki oleh Surya Paloh yang saat ini menjabat sebagai Ketua Umum Partai Nasional Demokrat (Nasdem).

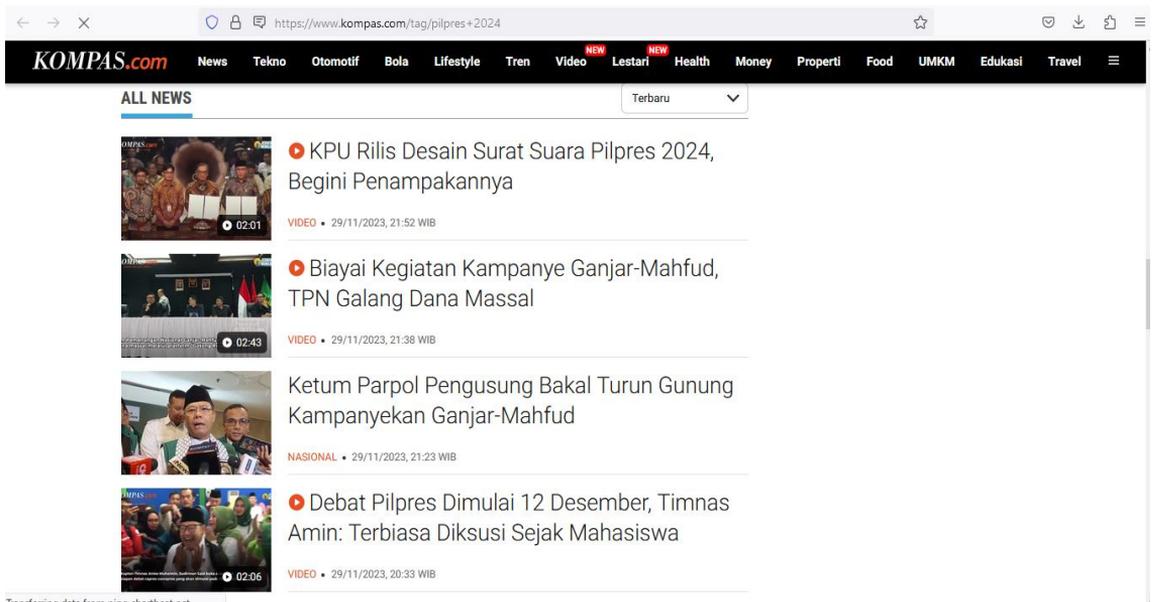
Walaupun tidak semua media dikuasai atau dimiliki oleh elit politik, tetap saja persepsi masyarakat terhadap media seringkali mengarah pada konotasi negatif. Bukan hanya pada media elektronik seperti televisi, tetapi juga pada media cetak bahkan media *online*. Sejatinya setiap media massa diharapkan mampu menjaga independensinya, terutama menjelang kontestasi pemilu. Perkara independensi dalam suatu media massa maupun pemberitaan yang disebarkan kepada publik menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Independensi berasal dari kata independen yang berarti berdiri sendiri dan tidak terikat pada pihak lain. Independen juga seringkali dikaitkan dengan sikap netral atau tidak berpihak kepada salah satu pihak, punya

kekuasaan sendiri dan tidak dikontrol oleh pihak lain. Jika dikaitkan dengan media, maka independensi media berarti bahwa dalam memproduksi isi media tidak ada tekanan dari pihak lain. Adapun faktor yang mengindikasikan independensi yaitu adanya sikap mental yang bebas dari pengaruh. Di mana media tidak dipengaruhi oleh kepentingan-kepentingan berbagai pihak sehingga mampu menghasilkan sebuah berita yang berkualitas. Lalu media tidak dikendalikan oleh pihak lain. Media dalam melakukan tugasnya bebas dari kendali pihak luar yang menginginkan sebuah hasil berita yang dikendalikan, sehingga tidak terdapat unsur rekayasa pada berita yang disampaikan. Selain itu, faktor lainnya yaitu tidak tergantung pada orang lain. Media pada masa penugasannya tidak bergantung pada pihak lain sehingga membuat berita yang dikeluarkan diragukan kebenarannya.

Terkait independensi media, hal tersebut juga telah diatur dalam kode etik jurnalistik. Di mana pada pasal 1 dituliskan bahwa “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak bertindak buru-buru”. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers. Lalu akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi, berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara, dan tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain. Menurut Aliansi Wartawan Independen Indonesia (AJI) yang menjadi masalah pokok dalam dunia jurnalistik *online* yaitu kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Di mana seringkali ditemui pelanggaran kode etik jurnalisme yang memberi dampak terhadap kehidupan masyarakat seperti penggiringan opini publik. Terlebih lagi publik seringkali memberikan opini sesuai dengan informasi yang diterima melalui media. Hal yang menjadi masalah yaitu ketika media *online* seringkali terjebak karena berupaya menyampaikan informasi secara cepat sehingga belum terverifikasi lalu kemudian menimbulkan mispersepsi dan misinterpretasi fakta. Maka dari itu masyarakat perlu berhati-hati dalam melihat kebenaran dari informasi yang diterima. Wartawan sebagai aktor dalam kegiatan jurnalistik juga perlu memahami lebih dalam terkait kode etik yang telah ditetapkan. Berangkat dari masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melihat bagaimana sajian berita yang diterbitkan oleh Kompas.com, apakah di dalamnya masih terdapat unsur independensi dan apakah sajian beirta tersebut mampu memberi efek kepada masyarakat.

Salah satu media yang menarik perhatian penulis adalah Kompas.com. Pada tahun 2022 Reuters Institute merilis laporan Digital News Report yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mayoritas mengkonsumsi media daring sebagai sumber berita dengan presentase 88%. Pada data tersebut,

Kompas Online menunjukkan presentase terbesar kedua yaitu 48%. Selain itu menurut data dari Website Traffic Demographics, Kompas.com telah dikunjungi sebanyak 162 juta kali sepanjang bulan Oktober 2023. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas merupakan salah satu media terbesar di Indonesia sehingga menarik perhatian penulis untuk meneliti Kompas.com sebagai media politik. Kompas.com merupakan salah satu media *online* di Indonesia dan pertama kali hadir pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Kompas.com bertujuan untuk memberikan layanan bagi pembaca harian Kompas yang berada di tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Kompas.com diterbitkan oleh PT Kompas Media Nusantara yang juga merupakan bagian dari kelompok Kompas Gramedia (KG). Setelah berganti nama dari Kompas Online menjadi Kompas.com pada tahun 1998, Kompas.com mulai berfokus pada pengembangan isi, desain, serta strategi pemasaran yang baru. Mengingat sebelumnya Kompas Online hanya berperan sebagai edisi internet dari Harian Kompas. Kompas.com kemudian mulai menyajikan informasi bukan hanya dalam bentuk teks, tetapi juga gambar, video, hingga *live streaming*. Media *online* Kompas.com menyajikan beragam informasi, mulai dari hiburan, edukasi, gaya hidup, bisnis, hukum, bahkan politik. Maka dari itu tidak heran ketika pembaca Kompas.com mencapai jutaan *page view* perbulan. Apalagi mengingat kemudahan dalam mengakses Kompas.com melalui perangkat elektronik juga menjadi faktor besarnya jumlah pembaca Kompas.com. Berdasarkan survei pada tahun 2022 dari Reuters Institute for the Study of Journalism, Kompas menjadi media yang mendapat tingkat kepercayaan tertinggi kedua setelah CNN Indonesia. Tingginya minat masyarakat untuk mencari informasi melalui media *online* seperti Kompas.com tentunya menuntut Kompas.com untuk menyajikan berita yang aktual dan terpercaya. Unsur independensi menjadi hal penting yang perlu diperhatikan agar media tidak terkesan menggiring opini publik dan cenderung berpihak pada salah satu kandidat. Gambar dibawah ini menunjukkan contoh laman *website* Kompas.com yang diakses pada 20 November 2023 pukul 00.15 WITA.



Gambar 1.1 1 Laman website Kompas.com

Sebelumnya yakni pada tahun 2019, Kompas.com tidak begitu memperlihatkan bagaimana independensinya karena berita yang diposting cukup singkat. Kompas.com cenderung main aman dan hanya memposting pernyataan dari narasumber. Kompas.com mengusung *tagline* “Jernih Melihat Dunia”. Di mana Kompas.com ingin menjadi media yang selalu menyajikan informasi dalam persepektif yang objektif, utuh, independen, dan tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, serta kekuasaan.

Menjelang pemilu 2024, berbagai pihak yang terlibat sudah mulai melakukan persiapan. Baik dari penyelenggaraan pemilu hingga peserta pemilu.. Partai politik juga sudah mulai melakukan pemetaan akan arah koalisi dan menentukan gambaran partai kedepannya. Pada tulisan ini, penulis akan berfokus pada pembahasan mengenai Pemilihan Presiden 2024. Di mana saat ini sudah ditetapkan pasangan calon yang akan maju pada Pilpres 2024. Pasangan calon nomor urut satu yaitu Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, pasangan calon nomor urut dua yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, serta pasangan calon nomor urut tiga yaitu Ganjar Pranowo dan Mahfud MD. Ketiga pasangan calon tersebut memperoleh dukungan baik dari masyarakat maupun partai politik untuk mencalonkan diri pada Pilpres 2024 mendatang. Sejumlah partai politik mulai melakukan pendekatan dan bahkan sudah mengumumkan kandidat yang akan diusung pada Pilpres 2024. Media massa juga sudah mulai

memberitakan hal-hal yang berkaitan dengan pasangan calon, entah itu latar belakang, jejak digital, ataupun hal-hal yang berkaitan dengan pribadi kandidat. Partai Politik dan kandidat juga sudah mulai memanfaatkan media untuk membangun *framing* kandidat Pilpres 2024 ini. Kompas.com sendiri sudah mulai menerbitkan berita-berita pada laman *website* nya seiring dengan berlangsungnya masa kampanye bagi kandidat Pilpres 2024.

Wacana-wacana yang diterbitkan oleh Kompas.com terkait Pilpres 2024 misalnya diberi judul “Cerita Ganjar Komitmen Tolak Korupsi hingga Pecat Anak Buah”. Berita ini diterbitkan pada 4 Desember 2023 pukul 14.32 WIB.

PALU, KOMPAS.com - Calon presiden (capres) nomor urut 3, **Ganjar** Pranowo bercerita soal pengalamannya yang pernah dianggap tidak bakal memberantas **korupsi** saat menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Awalnya, Ganjar bercerita mengenai *tagline* "Mboten **Korupsi**, Mboten Ngapusi" atau "Tidak Korupsi, Tidak Membohongi" yang diusungnya sebagai Gubernur Jawa Tengah.

"Dua kali kami maju sebagai cagub (calon gubernur), masyarakat memberi amanah dua kali juga, *tagline* itu tidak kami ubah, apa dalam bentuk tindakannya bapak ibu? Satu, yang mesti kita lakukan adalah memberikan komitmen itu kepada masyarakat," kata Ganjar saat berkampanye di Palu, Senin (4/12/2023).

Ganjar mengungkapkan, saat pertama kali menjabat, dirinya sudah mewanti-wanti kepada seluruh aparatur sipil negara (ASN) agar tidak melakukan praktik gratifikasi, jual-beli jabatan, dan suap-menyuap.

Baca juga: [Abuya Muhtadi Dukung Ganjar-Mahfud, Yenny Wahid: Kami Optimistis Raih Banyak Suara di Banten](#)

Namun, ia mengatakan, masih saja ada orang-orang yang berusaha menggodanya dengan memberikan sejumlah hadiah.

Gambar 1.1 2 Pemberitaan Ganjar Pranowo

Berita ini sebenarnya tidak bisa dibilang sebagai peristiwa terkini karena sudah terjadi beberapa waktu yang lalu. Akan tetapi Kompas.com berupaya menggali kembali cerita-cerita kandidat untuk menarik minat pembaca yang ingin mengetahui lebih jauh informasi tentang kandidat. Dari judul saja sudah terlihat

kelas upaya Kompas.com untuk menarik masyarakat untuk membaca wacana yang diterbitkan.

Contoh wacana lainnya yang diterbitkan pada tanggal 1 Desember 2023 yang berjudul “Bedah Visi-Misi Capres-Cawapres 2024”. Berita ini diterbitkan pada 1 Desember 2023 13.48 WIB.

Visi-misi capres-cawapres yang dibedah adalah dokumen resmi yang telah diserahkan ke KPU sebagai bagian dari kelengkapan persyaratan pencalonan.

Oleh BRIN, dokumen visi-misi pasangan capres-cawapres itu dianalisis dan diperbandingkan, khususnya terhadap tiga isu penting; kemiskinan, ketimpangan, dan perlindungan sosial di Indonesia.

Sehingga dapat memberikan gambaran kepada khalayak terutama terkait keberpihakan, orientasi, dan strategi yang ditawarkan capres-cawapres mengenai isu-isu yang dianalisis tersebut.

Sekalipun ada kesulitan dalam menimbang **visi misi** capres-cawapres melalui dokumen yang standar penyajiannya tak sama. Karena tidak ada format penulisan dari KPU, semisal jenis huruf, spasi dan ketebalan atau jumlah halaman tiap-tiap dokumen.

Namun dari hasil bedah dokumen visi-misi melalui analisis teks dan wacana, seperti yang dikemukakan peneliti BRIN, Yanu Endar Prasetyo, menunjukkan semua kontestan capres-cawapres menawarkan solusi dan pendekatan yang beragam serta berbeda.

Pasangan Anies-Muhaimin, misalnya, mereka menyebut kata kemiskinan hingga 30 kali, sementara Prabowo-Gibran menyebut sebanyak 17 kali, dan Ganjar-Mahfud hanya menyebut 12 kali.

Sedangkan untuk kata ketimpangan pasangan Anies-Muhaimin menyebut sebanyak 17 kali, Prabowo-Gibran 2 kali, dan Ganjar-Mahfud 1 kali.

Dari sisi frekuensi kata, yang menunjukkan fokus serta prioritas program capres-cawapres, terlihat Anies-Muhaimin lebih unggul dalam menekankan pentingnya isu kemiskinan dan ketimpangan.

Anies-Muhaimin secara umum memberikan penekanan signifikan terhadap bidang kesehatan, ekonomi, pendidikan dan desa dengan bobot yang merata dalam dokumen visi-misi mereka.

Gambar 1.1 3 Pemberitaan visi misi kandidat

Misalnya, dalam visi pasangan ini terlihat lebih spesifik, bertekad menurunkan tingkat kemiskinan dari 9,36 persen (Maret, 2023) menjadi 4,0 persen-5,0 persen (2029) dan kemiskinan ekstrem nol persen (2026), dengan jargon "satu Indonesia, satu kemakmuran".

Dalam mencapai itu, ada sejumlah program yang menjadi senjata andalan Anies-Muhaimin, antara lain menciptakan lapangan kerja dan upah berkeadilan, mendukung korporasi Indonesia, "Jas Merah Putih" (jaringan pasar penyedia kebutuhan pokok murah).

Ada pula APBN pro kemiskinan dan reformasi birokrasi tematik. Sedangkan dalam hal data dan administrasi, Anies-Muhaimin menawarkan Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) yang saat ini ada di Kemensos, dan Registrasi Sosial Ekonomi (Regsosek) di BPS, menjadi basis data tunggal layanan publik.

Berbeda dengan Anies-Muhaimin yang menawarkan sejumlah menu baru, Prabowo-Gibran terbaca lebih nyaman melanjutkan program perlindungan sosial pada era pemerintahan Joko Widodo.

Hal tersebut tercermin dari visi-misi mereka secara keseluruhan nampak memberikan porsi sangat besar terhadap program-program pembangunan ekonomi.

Senjata andalan Prabowo-Gibran adalah melanjutkan dan menambahkan program kartu kesejahteraan sosial serta kartu usaha. Hal ini turut mengonfirmasi pidato perdana Gibran 25 Oktober 2023 dalam kapasitas sebagai cawapres.

Saat itu Gibran menunjukkan beberapa kartu Bansos (KIS Lansia dan Kartu Anak) yang tak lain merupakan perubahan nama atau pengembangan dari sejumlah program yang sejatinya telah ada saat ini.

Prabowo-Gibran memiliki jargon "membangun dari desa dan dari bawah" dan menjanjikan pemerataan ekonomi serta penggunaan Basis Data Terpadu (BDT).

Gambar 1.1 4 Pemberitaan visi misi kandidat

Pada wacana tersebut dapat kita lihat bagaimana Kompas.com netral dalam memaparkan visi misi kandidat tanpa memihak pada kandidat manapun. Kompas.com melakukan *review* terhadap visi misi setiap pasangan calon dan memaparkan fokus visi misi dari setiap pasangan calon. Berdasarkan kedua contoh tersebut maka penulis tertarik untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana pemberitaan-pemberitaan Kompas.com terkait Pilpres 2024 ini.

Seperti yang diketahui bersama bahwa sebenarnya yang tampil di media massa adalah penggalan-penggalan fakta pilihan yang telah dipilih oleh redaksi media massa. Media seringkali memilih, memilah, menonjolkan, menyembunyikan atau bahkan memberikan *frame* pemberitaan dari rangkaian peristiwa pemilu. Kedepannya media diharapkan mampu mengoptimalkan perannya sebagai penyuplai informasi dan kontrol sosial dalam pelaksanaan pemilu 2024. Apalagi pada masa kampanye yang akan dilaksanakan mulai 28 November 2023, media memiliki peran dan posisi strategis. Media perlu memilah informasi dan memberitakan apa yang memang perlu diketahui oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dibuat dengan tujuan guna mengetahui peranan media *online* dalam hal ini Kompas.com dalam memberitakan Pemilihan Presiden pada Pemilu 2024 nanti. Dalam hal ini, penulis akan berfokus pada intensitas pemberitaan Kompas.com terkait pasangan Ganjar Pranowo dan Mahfud MD kemudian mencoba membandingkannya dengan pemberitaan pasangan kandidat lainnya. Pengamatan pemberitaan Pilpres akan dimulai pada masa penetapan nomor urut Capres Cawapres (14 November 2023) hingga akhir Desember (31 Desember 2023). Selanjutnya penelitian ini akan diberi judul "Peran Kompas.com dalam Pemberitaan Pilpres 2024".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang muncul dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana Kompas.com melalui sajian beritanya menjalankan fungsinya sebagai media politik dalam Pilpres 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mendeskripsikan peranan Kompas.com melalui sajian beritanya dalam menjalankan fungsinya sebagai media politik dalam Pilpres 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat baik secara akademis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peranan media dalam bidang politik serta dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam pengembangan kajian Ilmu Politik.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang dapat memberi sumbangsih pengetahuan, pemikiran, serta evaluasi bagi instansi pers mengenai pemberitaan politik pada media *online*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan tentang teori, konsep penelitian, komunikasi politik dan media massa yang akan digunakan dalam menganalisis peran media massa dalam pemberitaan Pilpres 2024 dalam hal ini Kompas.com. Penulis juga akan mencoba mengaitkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang tentunya relevan dengan penelitian ini.

2.1 Komunikasi Politik

2.1.1 Definisi Komunikasi Politik

Dan Nimmo mengemukakan bahwa komunikasi merupakan pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan, pengorganisasian makna antara seseorang dengan khalayak, saling berbagi informasi, gagasan, atau sikap, saling berbagi unsur-unsur perilaku, atau modus kehidupan melalui perang aturan, proses penyampaian suatu pesan untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku baik langsung maupun tidak langsung. Sehingga jika dikaitkan dengan politik maka komunikasi politik merupakan penyampaian informasi politik untuk memperoleh tanggapan khalayak maupun untuk mengubah pandangan dan opini khalayak. Komunikasi politik merupakan kajian penting dalam politik. Di mana komunikasi politik menjadi kunci penting dalam pelaksanaan sistem politik di suatu negara. Komunikasi politik berkaitan dengan pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Komunikasi politik juga dilakukan untuk menarik simpati khalayak terhadap suatu isu politik. Proses komunikasi politik berfokus pada bagaimana pesan dari kelompok kepentingan terkait yang disalurkan melalui jalur langsung melalui jalur langsung atau tidak langsung atau tidak langsung. Menurut Nina. W. Syam, komunikasi politik merupakan salah satu cabang komunikasi organisasional berdasarkan pendekatan publik. Hal ini berarti komunikasi politik berlangsung dalam konteks organisasi dan dalam situasi publik.

Pengertian lainnya dikemukakan oleh Almond dan Powell (1978) yang menempatkan komunikasi sebagai fungsi politik bersama-sama dengan fungsi lainnya (artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen) yang terdapat dalam suatu sistem politik. Harsono Suwardi (1997) mengemukakan bahwa dalam arti sempit komunikasi politik dipandang sebagai bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapan, ataupun dalam bentuk isyarat yang memengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sementara itu, dalam arti luas, komunikasi politik merupakan setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan info politik dari suatu

sumber kepada sejumlah penerima pesan. Komunikasi politik memiliki dua fungsi utama. Pertama yaitu fungsi komunikasi politik yang berada pada struktur pemerintahan yang berisi informasi yang menyangkut seluruh kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Komunikasi ditujukan pada upaya mewujudkan loyalitas dan integritas nasional untuk mencapai tujuan negara yang lebih luas. Kedua, fungsi yang berada pada struktur masyarakat. Di mana komunikasi politik berfungsi dalam upaya agregasi kepentingan dan artikulasi kepentingan.

2.1.2 Proses Komunikasi Politik

Menurut Miriam Budiardjo, sistem politik demokrasi selalu mensyaratkan adanya kebebasan pers dan kebebasan berbicara. Di mana fungsi tersebut dapat ditemukan dalam kajian komunikasi politik. Dalam proses komunikasi politik, terdapat elemen-elemen yang terlibat. Seperti *elite* yang terdiri dari organisasi politik seperti partai, organisasi publik, dan pemerintah yang menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan program politiknya untuk disampaikan kepada pemilih. Dalam kajian Dan Nimmo juga dijelaskan komunikasi politik dengan melibatkan komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik, serta akibat-akibat komunikasi politik. Komunikator dalam hal ini berperan sebagai pembentuk opini publik. Komunikator politik menempati posisi utama dalam komunikasi politik. Di mana ada tiga kelompok yang termasuk dalam komunikator politik, mencakup politikus, profesional dalam hal ini jurnalis dan promotor, serta aktivis. Menurut Sosiolog Halloran, proses komunikasi ditentukan oleh situasi sosial di mana komunikasi bermula, berkembang, dan berlangsung terus. Sehingga situasi tersebut memerlukan keharmonisan hubungan antara komunikator dan komunikan. Lalu pesan politik seperti yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu berupa pembicaraan sebagai proses negosiasi untuk membentuk pengertian bersama antara berbagai pihak. Pesan juga dapat berkaitan dengan pembicaraan pengaruh. Di mana pesan dalam komunikasi politik dimaksudkan untuk memengaruhi khalayak dengan berbagai cara seperti nasehat, dorongan, permintaan, dan peringatan. Pembicaraan pengaruh berupaya memanipulasi persepsi atau pengharapan orang lain terhadap kemungkinan mendapat untung atau rugi. Selain itu ada juga media politik yang seringkali dimanfaatkan sebagai sarana untuk berbicara kepada publik dengan sasaran tertentu. Lalu akibat politik yang dapat berbentuk simpati, partisipasi ataupun perlawanan politik.

Penelitian ini akan berfokus untuk membahas unsur media dalam komunikasi politik yang juga memfasilitasi khalayak untuk menyampaikan opini mereka kepada pemerintah. Media massa menjadi kanal komunikasi antara khalayak dan pemerintah sehingga penting untuk dikaji lebih lanjut.

2.2 Media Massa

Media komunikasi yang digunakan dalam kegiatan komunikasi politik, dapat dibagi dalam tiga jenis. Bentuk yang pertama yaitu komunikasi tatap muka seperti jika seorang aktor politik berbicara di depan khalayak. Kedua yaitu adanya perantara antara komunikator dan khalayak dalam hal ini media, teknologi, dan sarana komunikasi. ketiga yaitu komunikasi organisasi yang menggabungkan penyampaian satu kepada satu dan satu kepada banyak. Pada penelitian ini, fokus kajian penulis adalah komunikasi politik melalui media massa. Media massa menjadi sarana untuk menyebarkan informasi kepada orang banyak di waktu yang bersamaan. Menurut Bungin (2006:7) media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak. Jika dilihat dari segi makna, maka media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isis berita, opini, komentaris, hiburan, dsb. Media massa merupakan aspek penting dalam aktivitas komunikasi politik. Di mana media massa memiliki jangkauan yang luas dan mampu membawa pengaruh yang besar bagi khalayak. Bagaimana sebuah pesan politik dapat sampai kepada publik akan sangat bergantung pada sejauh mana komunikator politik dapat menyertakan media massa dalam aktivitas politiknya. Erich Evert dalam bukunya mengemukakan unsur-unsur yang harus dipenuhi dalam pemberitaan politik yaitu publisitas, aktualitas, dan popularitas.

Menurut McQuail, media massa berfungsi sebagai pusat informasi yang berperan sebagai penyedia dan penyampai informasi terkait berbagai macam peristiwa, kejadian, realitas, dan banyak hal lain yang terjadi di tengah masyarakat. Beberapa ahli mengemukakan fungsi media massa. Menurut Dominick (2002) terdapat lima fungsi media massa, antara lain ;

- 1) Pengawasan (*surveillance*). Dalam hal ini ketika terjadi ancaman seperti bencana alam dan lain sebagainya, maka media massa akan memberi peringatan kepada masyarakat. Selain itu, media juga berperan dalam penyampaian informasi yang memiliki kegunaan untuk membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Penafsiran (*interpretation*). Dalam hal ini media berperan dalam memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting dengan tujuan mengajak khalayak luas untuk memperluas wawasan.

- 3) *Pertalian (linkage)*. Media massa mampu menyatukan anggota masyarakat sehingga membentuk suatu pertalian berdasarkan kesamaan kepentingan.
- 4) *Penyebaran nilai-nilai (transmission of value)*. Penyebaran nilai atau sosialisasi, di mana media massa berperan dalam menyebarkan nilai-nilai kepada masyarakat.
- 5) *Hiburan (entertainment)*.

Terkait dengan fungsi pengawasan, maka media massa berperan dalam mengamati dan kemudian melaporkan peristiwa-peristiwa penting kepada publik. Sehingga publik mengetahui peristiwa-peristiwa penting yang terjadi. Dalam pemberitaan peristiwa-peristiwa tersebut, media massa dapat menentukan apa yang hendak dipublikasikan atau bagaimana masyarakat seharusnya melihat peristiwa tersebut. Atau dengan kata lain, media massa dapat menyusun pemberitaan sedemikian rupa sehingga dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Apalagi, peristiwa politik senantiasa menjadi topik hangat ditengah masyarakat, sehingga menarik perhatian media massa. Dapat dikatakan bahwa kehidupan politik akan selalu berkaitan dengan media massa.

Dalam proses penyampaian berita, prinsip independensi dan netral menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Media massa yang profesional tentunya akan berupaya untuk menampilkan pemberitaan yang objektif dan netral sehingga memiliki tingkat independensi yang tinggi. Jika media massa tidak independen, maka pemberitaan akan cenderung bias dan tidak objek terhadap fenomena yang terjadi. Menjaga independensi media massa tentu bukan hal yang mudah. Independensi sejatinya merupakan ide bahwa media harus bebas dari bentuk campur tangan apapun ketika menyajikan berita yang ada. Kebebasan dari segala bentuk larangan dan tekanan pihak luar dalam menentukan arah kebijakan redaksional itulah yang kemudian dikenal dengan istilah independensi media. Tugas media massa bukan hanya soal menyajikan berita, tetapi di dalamnya mengandung ideologi memberikan informasi untuk khalayak umum. Maka dari itu sebenarnya penting bagi media massa untuk menerapkan independensi dalam proses pemberitaan.

Akan tetapi, Meadow (1980) mengemukakan bahwa sebuah berita tidak mungkin objektif dan tidak mungkin bebas dari kepentingan-kepentingan tertentu. Sebuah berita tidak mungkin menyajikan seluruh fakta sosial dalam halaman surat kabar yang terbatas dan terdapat proses seleksi terhadap fakta-fakta yang disajikan. Maka dari itu, melalui penelitian ini penulis mencoba mengkaji bagaimana media massa mampu memberi efek kepada masyarakat pembaca melalui pemberitaan politiknya.

2.3 Teori Jarum Suntik

Teori jarum hipodermik atau teori jarum suntik merupakan salah satu teori komunikasi massa dalam hal efek media massa. Teori ini dikemukakan oleh Harold Lasswell sekitar tahun 1920 dalam tulisannya yang berjudul "Propaganda Technique". Teori ini kemudian berkembang sekitar tahun 1930 hingga 1940. Teori biasa disebut *hypodermic needle* (teori jarum suntik), *bullet theory* (teori peluru), atau *transmission belt theory* (teori sabuk transmisi). Teori jarum suntik meyakini bahwa pesan media pencetus dapat meyakinkan pembaca dengan memasukkan ide secara langsung. Dalam artian, pencipta teori ini beranggapan bahwa mereka mampu memengaruhi pembaca dengan menyuntikkan pesan secara langsung kepada pembaca. Singkatnya media dalam anggapan teori jarum hipodermik, memiliki efek langsung yang "disuntikkan" pada ketidaksadaran pembaca. Penyampaian pesan bersifat satu arah serta memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Khalayak dianggap sebagai sekumpulan orang yang homogen dan mudah dipengaruhi. Berdasarkan teori ini, komunikator politik selalu memandang bahwa pesan politik apapun yang disampaikan kepada khalayak terutama melalui media massa, akan menimbulkan efek yang positif berupa citra yang baik, penerimaan, maupun dukungan. Teori ini meyakini bahwa media massa secara langsung, cepat, dan memiliki efek yang kuat atas pembaca.

Teori jarum suntik memiliki konsep-konsep yang beranggapan bahwa :

- 1) Media massa memiliki kekuatan suntik memengaruhi secara mendalam ide-ide ke dalam pikiran orang yang tidak berdaya.
- 2) Jika khalayak berpendapat sama terkait suatu masalah, hal tersebut karena mereka memperoleh pesan-pesan yang sama dari suatu media.

Teori peluru yang dikemukakan oleh Schramm pada tahun 1950 yang juga sama dengan teori jarum suntik ini berpandangan bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Dijelaskan bahwa jika pesan "tepat sasaran" maka akan mendapatkan efek yang diinginkan. Elihu Katz pada bukunya menjelaskan aspek-aspek menarik dari teori jarum suntik. Di mana media massa memiliki kekuatan yang luar biasa, sanggup menginjeksikan secara mendalam ide-ide ke dalam benak orang yang tidak berdaya. Selain itu, *mass audience* dianggap seperti atom-atom yang terpisah satu sama lain, tidak saling berhubungan dan hanya berhubungan dengan media massa. Jika individu-individu *mass audience* berpendapat sama terkait suatu persoalan hal ini bukan karena mereka berhubungan atau berkomunikasi satu dengan yang lain, melainkan karena mereka memperoleh pesan-pesan yang sama dari suatu media.

Beberapa hal yang dapat menjadi alasan mengapa media mampu memengaruhi pembaca dengan sangat kuat yaitu pertama, adanya pengulangan. Agar pesan yang disampaikan dapat mengubah perilaku pembaca, maka perlu diadakan pengulangan. Pengulangan disatu sisi menjadi bukti nyata bahwa pembaca tidak memiliki kekuatan untuk menolak pesan media massa, sementara di sisi lain media massa memiliki kekuatan yang luar biasa. Ketika media massa berulang kali memberitakan isu politik tertentu, maka tentu masyarakat akan tertarik membaca dan mengetahui lebih jelas terkait isu tersebut. Kedua, fokus pada target pembaca tertentu. Artinya pesan dalam media massa akan lebih terasa dampaknya jika berfokus pada sasaran tertentu dibandingkan jika pesan yang disampaikan bersifat umum. Misalnya jika media massa menargetkan pembaca yang berasal dari golongan pekerja maka media massa tentunya akan memberitakan berita-berita yang berkaitan dengan kebijakan untuk golongan pekerja. Atau kampanye-kampanye yang berkaitan dengan janji politik kandidat yang menysasar golongan pekerja. Melalui teori ini maka tidak jarang kita temukan fenomena “politik pencitraan” melalui media massa. Melalui penelitian ini, penulis hendak melihat bagaimana kemudian teori jika dikaitkan dengan pemberitaan Pilpres 2024 pada media Kompas.com. Apakah pesan-pesan politik dalam sajian berita Kompas.com mampu memengaruhi pembaca seperti “jarum suntik” yang diberikan kepada masyarakat pembaca.

2.4 Konsep Peranan

Peranan dapat dipandang sebagai tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan. Peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan. Jika seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dapat dikatakan bahwa dia menjalankan suatu peranan. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat individu maupun kelompok dalam suatu masyarakat. Peranan bertujuan agar individu atau kelompok yang melaksanakan peranan dengan orang-orang disekitarnya yang memiliki hubungan dengan peranan tersebut. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dinyatakan bahwa peranan berasal dari kata peran yang berarti seperangkat tingkat yang diharapkan dimiliki oleh seseorang yang berkedudukan di masyarakat. Peranan merupakan bagian dari sesuatu yang harus dilaksanakan berdasarkan ketepatan waktu, dalam hal yang menjadi bagian dari apa yang dilakukan dalam hal pemegang pimpinan. Hal ini sejalan dengan pengertian peranan menurut Darminto yang mengemukakan bahwa peranan diartikan sebagai sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa. Menurut Salbin T.r dan Allen dalam Miftah Thoha (2005:263), suatu peranan dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku yang teratur yang timbul karena suatu jabatan atau karena adanya suatu

kantor yang mudah dikenal. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa peranan merupakan kemampuan yang dimiliki individu maupun kelompok untuk mengendalikan sesuatu dalam kehidupan bermasyarakat untuk dapat hidup secara layak demi kehidupan yang sedang dijalankan.

Walaupun peranan berasal dari kata peran, kedua kata tersebut dapat memiliki makna yang berbeda. Di mana peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Sedangkan peranan dipandang sebagai tindakan yang dilakukan oleh seorang dalam suatu peristiwa. Atas dasar pengertian tersebut, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep peranan. Hal ini karena penulis ingin melihat tindakan media massa, dalam hal ini Kompas.com, dalam suatu peristiwa yaitu Pilpres 2024.

2.5 Penelitian Terdahulu

Melalui penelitian terdahulu, peneliti mencoba melihat perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inovasi baru untuk penelitian selanjutnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurwahyuni (2020) dalam bentuk skripsi yang berjudul *Independensi Media Online dalam Pemberitaan Politik Lokal (Analisis Terhadap "Beritatrends.com" Edisi Bulan Februari-Oktober 2018)*. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa Beritatrends.com tidak independen dalam pemberitaan politik lokal. Hal ini karena masih terdapat unsur *stereotype* yang membangun sudut pandangan masyarakat terhadap calon wakil Gubernur Jawa Timur Puti Guntur Soekarno. Selain itu, juga terdapat unsur personalisasi yang menonjolkan tokoh tertentu dalam pemberitaan politik lokal. Penelitian ini berfokus pada proses redaksi dalam produksi media online Beritatrends.com yang dianggap sesuai dan isi pemberitaan yang telah memenuhi unsur-unsur berita yang baik serta akurat karena mencantumkan waktu terjadinya suatu peristiwa, dokumentasi dan keterangan pendukung lainnya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah (2019) yang merupakan mahasiswi UIN Walisongo Semarang. Penelitiannya diberi judul *Tantangan Independensi Media dalam Pemilu : Kasus Kompas.Com*. Di mana penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan ideologi media serta melihat independensi media pada tahun politik 2019.

Objek yang diteliti adalah kasus pemberitaan pemilu di Kompas.com dan metode penelitian dilakukan dengan *library research* kualitatif. Pada penelitian tersebut, ditemukan bahwa pemberitaan Kompas.com terkait kampanye akbar yang digelar masing-masing paslon cenderung kurang berimbang karena pada berita di paslon 01, terdapat stereotype yang menyinggung paslon 02. Sehingga penelitian tersebut menarik kesimpulan bahwa media memiliki kecenderungan tertentu dalam memberitakan tokoh politik atau dengan kata lain media akan selalu mengambil posisi tertentu dalam meliput seorang tokoh politik.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Riyan Alghi Fermana dan Aidinil Zetra (2021) yang merupakan mahasiswa Universitas Andalas. Penelitian tersebut berjudul *Relasi Media Massa dan Politik pada Pemilihan Umum Presiden 2019*. Penelitian tersebut berupaya menganalisa dan menjelaskan kecenderungan pemberitaan Republika dalam konteks Pilpres 2019. Penelitian dilakukan dengan metode analisis *framing* model Robert N. Entman. Hasil penelitian tersebut mengemukakan bahwa keikutsertaan pemilik media dalam politik praktis akan sangat memengaruhi independensi media massa dalam membuat berita politik. Misalnya Republika yang dimiliki oleh Erick Thohir. Dalam pemberitaannya, sumber berita seringkali tidak proporsional. Republika melakukan pengutipan langsung pada pemberitaan capres nomor urut satu. Sementara itu pada pemberitaan capres nomor urut dua, Republika hanya mengutip pernyataan dari anggota tim pemenangan capres tersebut. Hal ini menunjukkan tidak independensinya pemberitaan yang dikemukakan oleh Republika. Kecenderungan pemberitaan ini kemudian mengakibatkan adanya unsur *framing* yang dilakukan media dalam proses pemberitaanya.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Khalida Salma dan Alex Sobur (2020) yang merupakan mahasiswi Universitas Islam Bandung. Penelitian tersebut berjudul *Independensi Media dalam Pemberitaan Pilpres di Media Massa Online*. Penelitian tersebut ingin melihat independensi media dalam memberitakan pemilihan presiden di media massa *online* Kompas.com dan Republikas.co.id dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan analisis wacana Kritis Norman Fairclough. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa independensi media Kompas *online* tidak begitu terlihat dengan pendeknya berita yang di posting

serta tidak melakukan *cover both side* dalam beritanya sehingga hanya menampilkan pernyataan dari narasumber. Walaupun demikian dalam praktik wacananya, media Kompas *online* melakukan filterisasi terhadap isi berita. Pada Republika Online, media tersebut berupaya memberi informasi yang seimbang dan tidak memihak pada paslon tertentu. Kemudian penelitian ini juga menemukan adanya aspek institusional pada pemberitaan oleh Republika *online* karena adanya Elit politik di dalamnya.

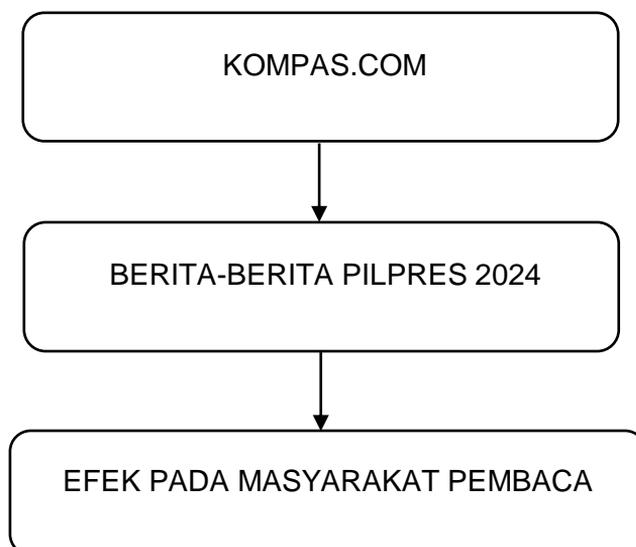
5. Penelitian yang dilakukan oleh Salvatore Simarmata (2017) yang merupakan mahasiswi Unika Atma Jaya. Penelitian tersebut berjudul *Paralelisme Politik Media dalam Pemberitaan Pemilu 2014 di Indonesia*. Di mana penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis bentuk paralelisme dan kualitas pemberitaan media pada pemilu di Indonesia tahun 2014. Subjek penelitiannya yaitu surat kabar nasional yang meliput pelaksanaan pemilu 2014. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya paralelisme politik pada dua media yang di observasi, dalam hal ini Koran Sindo dan Media Indonesia. Di mana kedua media tersebut memiliki afiliasi politik dengan partai politik dan ditemukan *framing* dalam pemberitaan politiknya. Paralelisme politik media yang tinggi akhirnya menyebabkan pemberitaan atas pileg dan pilpres lebih berorientasi pada kepentingan politik partai, caleg, maupun capres dan cawapres yang dicalonkan oleh partai afiliasi kedua media.

Dari kelima penelitian yang di atas dan yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, penulis melakukan penelitian yang cukup berbeda dengan kelima penelitian tersebut. Penelitian sebelumnya rata-rata melakukan analisis berita pada media *online* terkait pemberitaan politiknya. Namun tidak ada yang melakukan wawancara dengan masyarakat pembaca. Sehingga data yang digunakan pada penelitian berasal dari analisis pribadi peneliti terhadap sajian berita media. Sehingga pada penelitian ini penulis bukan hanya mengambil data sekunder dari analisis berita dan studi literatur, tetapi penulis juga mengambil data sekunder dari hasil wawancara dengan masyarakat pembaca Kompas.com. Sehingga dalam penelitian ini dapat mencantumkan berbagai sudut pandang baik dari penulis maupun dari masyarakat pembaca dan kita dapat melihat lebih jelas bagaimana peranan Kompas.com dalam melakukan pemberitaan politik.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Sehingga kerangka berpikir memuat teori, dalil maupun konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Dalam kerangka berpikir, variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti sehingga dapat menjadi dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Independensi media sejatinya merupakan instrumen penting dalam mewujudkan pemilu yang demokratis. Dengan mengacu pada teori jarum suntik, kajian Komunikasi Politik dan Konsep Peran dalam Ilmu Politik, maka penulis berupaya melihat bagaimana media *online* dalam hal ini Kompas.com mampu menjalankan perannya sebagai media politik dalam pemberitaan Pemilihan Presiden 2024 nanti. Apakah Kompas.com dalam menjalankan perannya dengan menyajikan berita politik mampu independen tanpa intervensi dari pihak yang berkepentingan dalam kontestasi politik? Sehingga dapat dikatakan independen atau tidak serta apa efek politik yang ditimbulkan oleh Kompas.com melalui sajian berita politik terkait Pilpres 2024.

2.7 Skema Penelitian



Gambar 2.5.1