

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Wacana pemerintah untuk menaikkan harga rokok menuai perdebatan di ruang publik. Pro-kontra kenaikan harga rokok, terutama argumen-argumen statistik yang berdiri pada alasan kenaikan harga rokok.

Tingginya angka perokok menempatkan Indonesia di peringkat keempat dunia, setelah Cina, Rusia, dan Amerika Serikat. Namun, sementara negara lain mengontrol ketat industri rokok, Indonesia justru hendak meningkatkan jumlah produksinya. Bukan tidak mungkin, Indonesia bakal menduduki peringkat pertama di dunia, dalam waktu satu dekade mendatang.

Data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), Survei Kesehatan Rumah Tangga (SKRT) dan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) menunjukkan terjadinya peningkatan prevalensi perokok usia 15 tahun ke atas yaitu; 27 % (Susenas 1995); 31,5 % (SKRT 2001); 34,4% (Susenas 2004); 34,7% (Riskesdas 2007) dan 36,3% (Riskesdas 2013). Walaupun proporsi perokok wanita lebih rendah dibandingkan pria, namun terjadi juga peningkatan sebanyak 5 kali lipat dari 1,7% (1995) menjadi 6,7% (2013). Data Global Youth Tobacco Survey 2014 (GYTS 2014) menyebutkan 20,3 % anak sekolah merokok (Laki-laki 36%, perempuan 4.3%), 57,3% anak sekolah usia 13-15 tahun terpapar asap rokok dalam rumah dan 60% terpapar di tempat umum atau enam dari setiap 10 anak sekolah usia 13-15 tahun terpapar asap rokok di dalam rumah dan di tempat-tempat umum. Data GATS

2011 juga menunjukkan prevalensi perokok di Indonesia sebesar 34,8%, dan sebanyak 67% laki-laki di Indonesia adalah perokok .

Wacana kenaikan harga rokok hingga Rp 50.000 per bungkus yang belakangan ramai dibahas di media sosial, sebetulnya berawal dari penelitian studi Fakultas Kesehatan Masyarakat (PKEKK) Universitas Indonesia. Studi yang melibatkan 1000 responden dan berlangsung dari Desember 2015 hingga Januari 2016 mendapati bahwa sejumlah perokok menyatakan akan berhenti merokok jika harga rokok dinaikkan dua kali lipat dari harga normal. Bahkan, 72% di antaranya menyatakan akan berhenti merokok jika harga rokok di atas Rp 50.000. Penelitian ini diacu menjadi argumen substansif menaikkan harga rokok.

Memasuki era globalisasi dan kemajuan, teknologi saat ini memiliki peranan penting dalam kesuksesan dan keberhasilan suatu tujuan yang ditetapkan. Sebagai saluran penyampai pesan, media menjadi alat yang paling ampuh untuk mempengaruhi, meyakinkan bahkan membentuk suatu opini di publik terkait isi-isi berita yang disajikan secara tulisan, audio maupun visual. Media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada khalayak ramai secara luas dan di sisi lain pesan tersebut dicari, digunakan, dan di konsumsi oleh publik.

Menurut H. Syaiful Rohim dalam teori komunikasi, Pusat dari komunikasi massa adalah media. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya, politik, ekonomi, media merupakan suatu system kemasyarakatan yang lebih luas (Rohim, 2009:160).

Perkembangan komunikasi massa dimulai oleh pers, disusul oleh film dan diikuti oleh radio, selanjutnya oleh televisi. Menurut sejarah pers surat kabar yang tertua adalah *notizie Scritte* di Venesia yang terbit pada tahun 1566, sedangkan majalah yang pertama-tama diterbitkan adalah *Gentlemen's Magazine* pada tahun 1731 di London dan sejak saat diterbitkannya surat kabar dan majalah itu sampai di akhir abad ke-19, kegiatan komunikasi massa hanya dilakukan oleh pers, terutama surat kabar (Effendy, 2000:56)

Marshall McLuhan (1964) dalam bukunya *understanding media* mengemukakan bahwa teknologi komunikasi memainkan peranan penting dalam tatanan sosial dan budaya baru membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Tiga bagian penting dari konsep ini yaitu *global village* (desa global) sebuah bentuk baru organisasi sosial yang muncul ketika media elektronik mengikat seluruh dunia dalam satu tatanan (Tamburaka, 2013:71).

Kecanggihan dan perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan satu dinamika terbaru dalam segala hal, tak luput di dalamnya juga media pun kini telah bertransformasi dari media cetak kini memasuki masa media digital yaitu online. Seperti yang telah terjadi pada tahun 2011 yang lalu, salah satu topik terhangat pada industri media adalah rencana pembelian situs berita online Detik.com oleh grup para pimpinan pengusaha Chairul Tanjung yang diduga senilai dengan Rp. 533 miliar, menurut tempo edisi 10 Juli 2011 (Haryanto, 2014:28).

Seiring dengan laju pertumbuhan dan perkembangan di bidang teknologi kini internet mulai memasuki pelosok-pelosok desa dan sudah bisa dianggap

hampir merata di seluruh Indonesia. Munculnya internet di Negara ini membuat akses masyarakat dalam mendapatkan informasi semakin mudah. Di masa sekarang ini di mana internet sudah menyebar hingga ke pelosok-pelosok desa memberikan dampak kemajuan tersendiri khususnya dalam hal media massa.

Perubahan media lama ke media baru juga membawa perubahan dalam media massa dan jurnalisme. Perubahan teknologi informasi membawa perubahan yang sangat besar dalam dunia jurnalisme, batasan geografis semakin kecil, termasuk mereka yang berpartisipasi yakni kelompok anak muda yang melakukan aktifitas jurnalisme *online*, termasuk inovasi dalam teknologi ini dimana bukan hanya tulisan yang dapat di pampang beritapun secara individu dapat di sebar atau di bagi dengan media (Tamburaka, 2013:72).

Mediamassa saat ini yang punya banyak penggemar adalah media online. Hal tersebut karena sangat mudah di akses dan cukup efisien dalam menanggapi keinginan pembaca yang semakin modern. Keadaan inilah yang membuat media-mediamassa kini banyak yang membuat portal berita *online*, tak ketinggalan dua media besar di Indonesia yaitu vivanews dengan portal berita *onlinenya* yaitu viva.co.id dan Antaranews dengan portal berita *onlinenya* yaitu Antaranews.com.

Salah satu persoalan yang di hadapi media saat ini adalah kompetisi yang diantara sesama media. Kepemilikan media telah menimbulkan banyak masalah, yaitu merger yang mengharuskan penghematan biaya demi meningkatkan keuntungan namun di sisi lain merugikan pekerja media dan kepentingan publik secara luas.

Keadaan ekonomi maupun politik di Indonesia kini telah cukup memecah kekuatan koorperasi media-media di Indonesia. Perbedaan tentang pandangan media dalam mengemas sebuah beritapun kini cukup bisa di rasakan. Menurut DeFleur media massa telah menghadirkan seperangkat citra, gagasan, dan evaluasi darimana audience dapat memilih dan menjadikan acuan bagi perilakunya (Rohim, 2009:173).

Isu tentang kenaikan harga rokok akhir akhir ini cukup membuat masyarakat umum khususnya konsumen rokok menjadi resah. Isu yang pertama kali di muat di Kompas.com ini mendapatkan perhatian lebih dari konsumen media di Indonesia, Pro dan kontra akibat dari isu tersebut terus bergulir apalagi di media sosial, tanggapan masyarakat umum sangat beragam. Media-media online pun mengemasnya dengan cara yang berbeda beda. Kemasan media sangat beragam dengan judul, *lead*, dan fakta yang berbeda-beda pula. Hal tersebut sesuai dengan kepentingan masing- masing media. Meskipun seharusnya pers bersifat netral dan memberitakan informasi secara realita.idealisme lah yang menjadi hirarki pers bersama jurnalistiknya, yang menentukan tinggi atau rendahnya nilai pers. Tanpa idealisme pers hanyalah sekedar perusahaan biasa.

Seringkali kita menemukan berita baik di media dimana suatu topik berita secara sengaja di belokan dengan memberikan penekanan pada informasi penting lainnya, sehingga topik seharusnya diangkat menjadi berbelok maknanya.penekanan ini biasanya melalui foto, gambar tulisan atau apapun yang mengarahkan pada perspektif lainnya.

Berdasarkan konsep psikologi, framing dilihat dari penempatan informasi dalam konteks yang unik sehingga elemen tertentu suatu isu memperoleh alokasi sumber kognitif individu lebih besar (sobur,2012:163).Dengan melakukan analisis bingkai sebuah peristiwa yang diberitakan yakni berita soal isu kenaikan harga rokok di media online Viva.co.id dan Antaranews.com akan diketahui maksud dari pembingkaiian sebuah berita pada kedua media tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti memilih media *online* Viva.co.id dan Antarnews.com karena media online ini merupakan salah satu situs portal berita yang memberikan layanan informasi dan berita mengenai peristiwa diseluruh Indonesia. Khalayak sasaran dalam media *online* ini tidak terbatas, semua khalayak mampu mendapatkan informasi yang diberikan oleh media online ini.

Alasan peneliti memilih berita isu kenaikan harga rokok yang di muat di Viva.co.id dan Antaranews.com, karena berita ini sedang gencar-gencarnya di beritakan dan menjadi *headline* di berbagai media cetak, elektronik maupun *online* hingga saat ini. Karena dengan adanya permasalahan inilah peneliti ingin mengetahui bagaimana cara media *online* membingkai suatu peristiwa tentang ”isu kenaikan harga rokok” tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pembingkaiian berita tentang isu kenaikan harga rokok yang di lakukan oleh media *online* viva.co.id dan?

2. Bagaimana pembingkaiian berita yang di lakukan oleh Antaranews.com terkait pemberitaan tentang isu kenaikan harga rokok?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mendapatkan gambaran framing pemberitaan yang dilakukan oleh media dalam menyampaikan sebuah peristiwa, dalam hal ini tentang “Isu kenaikan harga rokok”.
2. Untuk mengetahui tujuan dari sebuah media melakukan Framing terhadap sebuah peristiwa.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai sumber pengetahuan mengenai pembingkaiian berita isu kenaikan harga rokok yang dilakukan oleh media massa *online* Viva.co.id dan Antaranews.com

#### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah penggambaran bagaimana pembingkaiian berita di lakukan media dalam memberitakan sebuah peristiwa. Hasil penelitian diharapkan dapat membawa pencerahan terhadap media dalam menjaga objektivitas dalam pemberitaan dan posisi netral dalam penyampaian berita.

## E. Penegasan Istilah

Agar didapatkan pemahaman yang sama tentang penelitian ini, maka definisi dari istilah pada judul "Analisis Framing Pemberitaan Isu Kenaikan Harga Rokok pada media massa *online* Viva.co.id dan Mediaindonesia.com" untuk menghindari kesalah pahaman dalam melakukan penelitian.

### 1. Analisa Framing

Framing pertama kali di kemukakan oleh Baterson tahun 1955 (sobur,2012:161). Mulanya frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standart untuk mengapresiasi realitas. Framing merupakan suatu metode untuk melihat cara bercerita media atas suatu peristiwa. Cara bercerita tersebut tergambar dari sudut pandang terhadap realitas yang di jadikan berita. Framing dapat di pandang sebagai penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapat alokasi lebih besar dari isu yang lain (Sobur, 2012:162).

### 2. Pemberitaan

Pemberitaan berasal dari kata berita yang menurut Gaye Tuchman dalam bukunya *Making News*(1978), menyatakan bahwa berita merupakan konstruksi realitas sosial. Tindakan membuat berita Kata Tuchman adalah serangkaian tindakan mengkonstruksikan berita itu sendiri, bukan penggambaran realita (J.Saverin,W.Tankard, 2011:400). Sedangkan pemberitaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia



adalah proses, cara, perbuatan memberitakan (melaporkan, memaklumkan); 2 perkabaran; maklumat. Merujuk pada arti kata di atas pemberitaan dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan melaporkan serta mengabarkan atau menyebarkan konstruksi realita sosial.

### 3. Isu

Isu menurut KBBI *online* berarti masalah yang dikedepankan (untuk ditanggapi dan sebagainya), kabar yang tidak jelas asal usulnya dan tidak terjamin kebenarannya; kabar angin; desas-desus.

### 4. Kenaikan

Kenaikan berasal dari kata dasar naik yang artinya bergerak keatas atau ketempat yang lebih tinggi kenaikan dapat di artikan sebagai peningkatan atau bertambahnya sesuatu.

### 5. Harga

Harga adalah nilai barang yang di tentukan dengan jumlah uang

### 6. Rokok

Menurut KBBI *online* Rokok adalah gulungan tembakau (kira-kira sebesar kelingking) yang dibungkus (daun nipah, kertas)

### 7. Media online

Media *online* adalah media massa yang menyebarluaskan beritanya melalui jaringan internet menggunakan media digital atau elektronik. Media online ini berbentuk portal-portal berita yang dapat di akses dengan Handphone ataupun computer/PC dan Laptop.

## F. Landasan Teori

### 1. Komunikasi Massa

Menurut Efendy (2000:50) Komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang beragam, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Menurut Wright komunikasi massa bisa didefinisikan dalam 3 ciri:

- Komunikasi massa di arahkan kepada *audience* yang *relative* besar dan heterogen dan anonym.
- Pesan yang di sebarakan secara umum, sering di jadwalkan untuk bias mencapai sebanyak mungkin anggota *audience* secara serempak dan sifatnya sementara.
- Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (j.saverin,w tankard, 2011:4)

### 2. Framing

Menurut Sobur dalam Analisis Teks Media (2012:162), Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media dalam mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategiseleksi, penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, untuk mengiringi imterpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagai mana perspektif atau cara pandang yang di gunakan wartawan ketika

menyeleksi isu dan menulis berita. Menurut Eriyanto dalam Sobur, (2012:162), cara pandang atau perpektif itu pada akhirnya menentukan fakta, apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut. Karenanya berita menjadi manipulative dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang legitimate, objektif, alamiah, wajar, atau tak terelakan

### 3. Pers

Menurut Effendy, (2000:62) Pers adalah lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari system kemasyarakatan tempat ia beroperasi bersama sama dengan subsistem lainnya. Dengan demikian maka pers tidak hidup secara mandiri, tetapi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga lembaga kemasyarakatan lainnya. Bersama-sama dengan lembaga-lembagakemasyarakatanlainya itu, pers berada dalam keterikatan organisasi yang di sebut Negara dengan pemerintah sebagai perencana dan pelaksana pencapaian tujuan. Eksistensi pers dipengaruhi bahkan ditentukan oleh falsafah dan system politik Negara dan pemerintah tempat per situ hidup

Effendy menambahkan fungsi pers adalah sebagai:

- a. Fungsi menyiarkan informasi
- b. Fungsi mendidik
- c. Fungsi menghibur
- d. Fungsi mempengaruhi

#### 4. Analisis Efek

Sebagian besar studi mengenai media massa memusatkan perhatiannya pada efek atau dampak media massa. Menurut Griffin kategori efek media masa adalah

a. Hubungan media dan kebudayaan, terperinci dalam:

- *Tehnological determinism*
- *Cultivation theory*
- *Critical theory*

b. *Media effect*, terperinci dalam:

- *Social learning*
- *Agenda setting*
- *Spiral of silence*

#### 5. Online Journalism

Dr. Alo Liliweri dalam Komunikasi Serba Ada Serba Makna menyatakan, Online journalism memungkinkan penyebaran laporan berita dipercepat yang kadang harus dihadapi ketegangan dengan standar objektivitas. Beberapa pihak telah mengusulkan sistem sertifikasi dimana berita yang berbasis web dapat di akses oleh berbagai pihak.

Tim Berners-lee, mengakui penciptaan *world wide web*, namun menyatakan bahwa mereka khawatir kalau web disalahgunakan untuk menyebarkan informasi. “di web telah terjadi pemikiran kultus dan pemikiran ini dapat menyebar dengan sangat cepat dan tiba-tiba sebuah kultus baru dapat mengetahui masalah

pribadi yang mendalam meskipun sesuatu yang tidak benar namun sangat dipercaya.

Ada semacam teori konfirmasi yang anda dapat bayangkan dalam penyebaran informasi itu kepada ribuan orang sehingga mempunyai potensi sangat merusak. Objektivitas dalam *online journalism* dapat berakibat pada kerugian karena dari cara berfikir kelompok tertentu (Liliweri, 2011:930).

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat diskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya. Secara holistik dengan cara diskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah (moleong, 2014:6)

### **2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah pemberitaan media online tentang “isu kenaikan harga rokok” yang di muat di Viva.co.id dan Mediaindonesia.com

### **3. Tehnik Pengumpulan Data**

- a. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kajian yang dilakukan dengan teori yang berhubungan dengan topic penelitian, dalam studi pustaka data bersumber dari buku, jurnal, dan sumber-sumber lainnya. Dalam penelitian ini peneliti mencari data dari penelusuran terhadap teori-teori seperti analisa Framing, media massa, pers, komunikasi massa, yang dapat di jadikan pendukung penelitian

b. Metode Dokumentasi

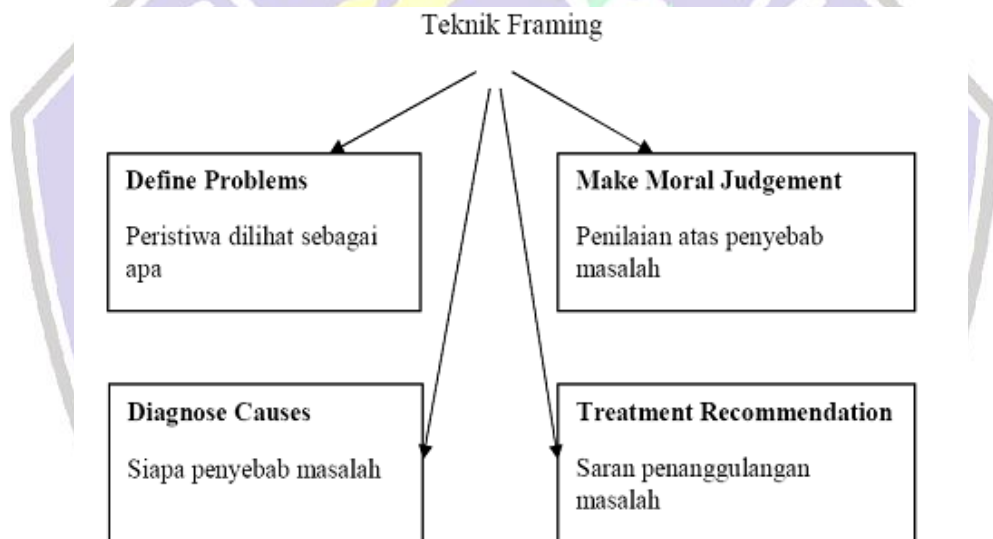
Ada beberapa buku yang menganggap dokumentasi sebagai sebuah metode pengumpulan data. Anggapan ini biasanya terjadi dalam riset historis, yaitu bertujuan untuk menggali data masa lampau secara sistematis dan objektif. Dokumentasi merupakan instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data (Kriyantono, 2006:118)

**H. Tehnik Analisa Data**

Analisa secara sederhana dengan menggunakan framing dapat di gambarkan sebagai analisis untuk mengetahui realitas di bingkai oleh media. Secara teknis, tidak mungkin bagi seorang jurnalis untuk mem-framing seluruh bagian berita. Artinya hanya bagian dari kejadian (*happening*) penting dalam sebuah berita saja yang menjadi objek framing jurnalis (Sobur, 2012:172).

Menurut Entman framing dalam berita di lakukan dengan empat cara yakni:

1. Pada identifikasi masalah (*problem identification*) yaitu peristiwa dilihat sebagai apa dan dengan nilai positif atau negative apa.
2. Identifikasi penyebab masalah (*causal interpretation*) yaitu siapa yang dianggap penyebab masalah.
3. Pada evaluasi moral (*moral evaluation*) yaitu penilaian atas penyebab masalah.
4. Saran penanggulangan masalah (*treatment recommendation*) yaitu menawarkan suatu saran penanganan masalah dan kadang kala memprediksikan hasilnya(Sobur, 2012:172).



**Tabel 1.1 Teknik Framing Entman**

Menurut Abrar sekurangnya ada tiga bagian berita yang bias menjadi objek framing seorang wartawan yakni judul berita, fokus berita, dan penutup berita(Sobur, 2012:172).