

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Objek dalam penelitian ini adalah KompasTV yang merupakan salah satu televisi swasta berita nasional di Indonesia. Kantor redaksi KompasTV yang terletak di Jl. Palmerah Selatan No. 1 Jakarta 10270, Indonesia ini adalah milik Kompas Gramedia, sebuah perusahaan media yang menyajikan konten tayangan televisi inspiratif dan menghibur untuk keluarga Indonesia. Sesuai dengan visi misi yang diusung, KompasTV mengemas program tayangan berita, penjelajahan dan pengetahuan, serta hiburan yang mengedepankan kualitas. Konten program tayangan KompasTV menekankan pada eksplorasi Indonesia baik kekayaan alam, budaya, Indonesia kini, hingga talenta berprestasi.

KompasTV pada 28 Januari 2016 untuk kali pertama meneguhkan posisinya sebagai televisi berita setelah lima tahun berkiprah di dunia penyiaran. Program yang ditawarkan antara lain Kompas Pagi, Kompas Petang, Kompas Malam, Berkas Kompas, Aiman, dan Satu Meja. KompasTV menyediakan kanal televisi berbayar pertama di Indonesia yang memiliki kualitas *High Definition* (HD). Dengan adanya kualitas ini, maka pemirsa dapat menikmati konten gambar dengan jelas dan warna yang lebih tajam. Sebagai pelopor kualitas HD, KompasTV juga tengah mengarah pada sistem televisi digital sesuai standar yang lazim digunakan secara internasional.

Kemajuan teknologi menuntut KompasTV untuk menyajikan berbagai berita dan informasi melalui saluran *streaming* di situs <https://www.kompas.tv>. KompasTV *streaming* menjadi objek penelitian untuk melihat bagaimana KompasTV *streaming* memberitakan isu narkoba di Indonesia periode Maret 2017 hingga November 2017.

Industri media ini tidak lekang dengan pergantian logo dan slogan. Sejak tanggal 11 September 2011, KompasTV mengubah logonya dengan

menghilangkan tulisan “TV”, namun tulisan “TV” tersebut kembali digunakan mulai tanggal 5 Oktober 2012 hingga Oktober 2017. Berbagai slogan yang pernah menjadi karakteristik dari Kompas TV adalah seperti Inspirasi Indonesia (9 September 2011-28 Januari 2016), Berita dan Informasi (2015-2016), Berita dan Inspirasi Indonesia (28 Januari 2016-19 Oktober 2017).

Namun, terhitung tanggal 19 Oktober 2017 hingga sekarang, KompasTV kembali mengubah logonya dengan menghilangkan ikon "K" pada logo tersebut. Slogan pun turut diganti menjadi "Independen Terpercaya", bertepatan dengan acara Rosi *Special: Launching* Rumah Pilkada 2018. Berikut adalah logo baru KompasTV.



Gambar 1.1 Logo Perusahaan KompasTV

Sumber : www.kompas.tv

Adapun visi dan misi KompasTV adalah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi organisasi yang paling kreatif di Asia Tenggara yang mencerahkan kehidupan masyarakat.

b. Misi

Menayangkan program-program dan jasa yang informatif, edukatif, dan menghibur. Melibatkan pemirsa dengan program-program yang independen, khas, serta memikat yang disajikan melalui layanan *multiplatform*.

1. 2 Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri, dari dulu hingga sekarang manusia cenderung mencari informasi akan kebutuhan hidupnya. Pencarian akan informasi tersebut biasanya melalui media massa seperti televisi, radio dan koran. Namun dari segi penyajian informasi atau berita tentunya akan berbeda-beda. Penyajian dalam media televisi adalah untuk ditonton, radio untuk didengar sedangkan koran untuk dibaca.

Media digunakan sebagai wadah proses komunikasi berlangsung. Media massa menjadi sarana dalam penyampaian dan penyebaran informasi secara massal sehingga dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Tentunya dalam menyajikan informasi yang akan dikonsumsi oleh masyarakat terlebih dahulu diseleksi oleh sejumlah peran yang dijalankan dalam organisasi media massa yakni *gatekeeper*. Merekalah yang kemudian menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan dan tidak disiarkan.

Media massa dihadirkan sebagai penghubung masyarakat tanpa terkecuali melalui setiap penyiaran yang disampaikan oleh media tersebut. Dalam hal ini, ditemukan bahwa ada pemberitaan informasi yang disajikan media memiliki pengaruh yang cukup besar. Media memiliki kemampuan mengarahkan isu kepada publik. Suatu isu dianggap lebih penting dibandingkan dengan isu lainnya

sehingga menjadi sorotan masyarakat dan menjadi bahan utama dalam setiap perbincangan. Para peneliti sebelum McCombs dan Shaw mempunyai beberapa gagasan terkait gagasan penentuan agenda.

Menurut Lang dan Lang (dalam Tamburaka, 2012:22), media massa memaksakan perhatian pada isu-isu tertentu. Media massa membangun citra publik tentang figur-figur politik. Media massa secara konstan menunjukkan apa yang hendaknya dipertimbangkan, diketahui dan dirasakan individu-individu dalam masyarakat.

Begitu pula yang disampaikan oleh Long (Tamburaka, 2012:22), dalam beberapa hal surat kabar adalah penggerak utama dalam menentukan agenda daerah. Surat kabar memiliki andil besar dalam menentukan apa yang akan dibahas oleh sebagian besar orang tentang fakta yang ada, dan apa yang dianggap sebagian besar orang sebagai cara untuk menangani masalah.

Dari gagasan terkait *agenda setting* di atas, maka dapat dilihat bahwa media mengarahkan isu kepada masyarakat terkait dengan isu-isu dalam ranah masyarakat itu sendiri yang tidak terlepas dari politik dan pemerintahan. Menurut McCombs dan Shaw yang juga sependapat dengan Lipmann, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara isu apa yang diagendakan oleh media massa dan isu apa yang menjadi agenda publik.

Agenda setting yang telah dibahas di atas merupakan agenda dalam ranah media massa televisi, radio dan koran. Padahal dewasa ini, kecenderungan khalayak menggunakan dan berinteraksi di media daring. Media daring menawarkan interaktivitas yang dapat meningkatkan keaktifan penggunaanya, fleksibilitas dengan menyajikan berbagai bentuk informasi berupa kata, gambar, audio, video dan grafis.

Media daring merupakan media baru yang terkonvergensi, dan dipublikasikan melalui internet, baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik. Misalnya koran atau surat kabar disajikan secara dalam jaringan maka dapat dikatakan sebagai media daring. Begitu pula dengan televisi disajikan melalui internet maka dapat disebut sebagai televisi daring.

Seperti dalam penelitian terdahulu mengenai media dalam jaringan, bahkan di Indonesia media internet saat ini sudah sangat populer dan menjadi kebutuhan sebagian besar orang. Media dalam jaringan mudah diakses dan tersedia banyak kanal sehingga pilihan beragam. Kehadirannya juga membuat audiens lebih terfragmentasi dan suplai informasi meningkat (Nasionalita, 2013:3). Namun bagaimana *agenda setting* berdampak pada khalayak pengguna Internet.

Internet merupakan media daring yang berbeda karakter dengan media massa pada umumnya. Dengan adanya perkembangan teknologi semakin menjadikan perubahan masyarakat yang lebih dinamis dan bebas. Terutama dalam perbedaan arsitektur perangkat keras dan lunak yang lebih canggih. Apabila dulu, media massa seperti televisi hanya dapat berinteraktif melalui telepon saja namun kini berbasis dalam jaringan dan menyajikan kolom komentar sehingga masyarakat dapat lebih aktif untuk berpartisipasi.

Penelitian terkait *agenda setting* media daring yang pernah dilakukan oleh Kharisma Nasionalita membuktikan bahwa masih adanya korelasi agenda media *online newspaper* dengan agenda publik mahasiswa dalam studi pada Kompas.com dan Mahasiswa FH UGM. Penelitian ini menunjukkan bahwa *agenda setting* masih relevan di tengah perkembangan media daring. Sehingga dalam hal ini, peneliti tertarik untuk melihat *agenda setting* dalam ranah media televisi *streaming*.

Media dalam memberitakan sebuah isu tentunya menyajikan berita yang sedang terjadi sehingga publik yang melihatnya pun menjadi terfokus akan berita yang terus-menerus diberitakan dalam kurun waktu tertentu. Adapun isu yang sering diberitakan media seperti yang dinyatakan CNN Indonesia bahwa mahkamah agung memaparkan jumlah perkara korupsi di lembaga peradilan sepanjang 2016 yang terlampir sebagai berikut :

Tabel 1.1

Isu Dalam Media Berita Tahun 2016

Isu	Jumlah Perkara
Narkotik	800
Korupsi	453
Perlindungan Anak	367
KDRT	72

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20161228182616-12-182732/m>

a-jumlah-perkara-korupsi-meningkat-sepanjang-2016 diunduh pada
5/3/2018 pukul 11:46 WIB

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sepanjang tahun 2016 terdapat empat isu teratas yang sering diberitakan oleh media televisi berita. Melihat isu narkoba yang lebih dominan diberitakan pada tahun 2016, maka peneliti mengambil sampel dari isu tersebut yang dianggap perlu untuk dilihat penyajian beritanya dalam media yaitu KompasTV *streaming* terutama pada periode tahun 2017.

Isu narkoba merupakan suatu permasalahan yang dari dulu tidak kunjung terselesaikan dengan cepat dan tepat. Narkoba dianggap sudah menjadi bahan perbincangan media yang tidak habis-habisnya. Berkaca setelah masa kemerdekaan, Pemerintah Republik Indonesia membuat perundang-undangan yang menyangkut produksi, penggunaan dan distribusi dari obat-obat berbahaya (*Dangerous Drugs Ordinance*) sebuah wewenang yang diberikan kepada menteri kesehatan untuk pengaturannya.

Pada tahun 1970, masalah obat-obatan berbahaya jenis narkoba menjadi masalah besar dan nasional sifatnya. Pada waktu perang Vietnam sedang mencapai puncaknya pada tahun 1970-an, maka hampir di semua negeri, terutama di Amerika Serikat penyalahgunaan obat atau narkoba sangat meningkat dan sebagian besar korbannya adalah anak-anak muda. Nampaknya gejala itu berpengaruh pula di Indonesia dalam waktu yang hampir bersamaan.

Tabel 1.2

Tujuh Negara Pengedar Narkoba Terbesar di Dunia

Posisi	Negara
1	Columbia
2	China
3	Brazil
4	Iran
5	Mexico
6	Indonesia
7	Italia

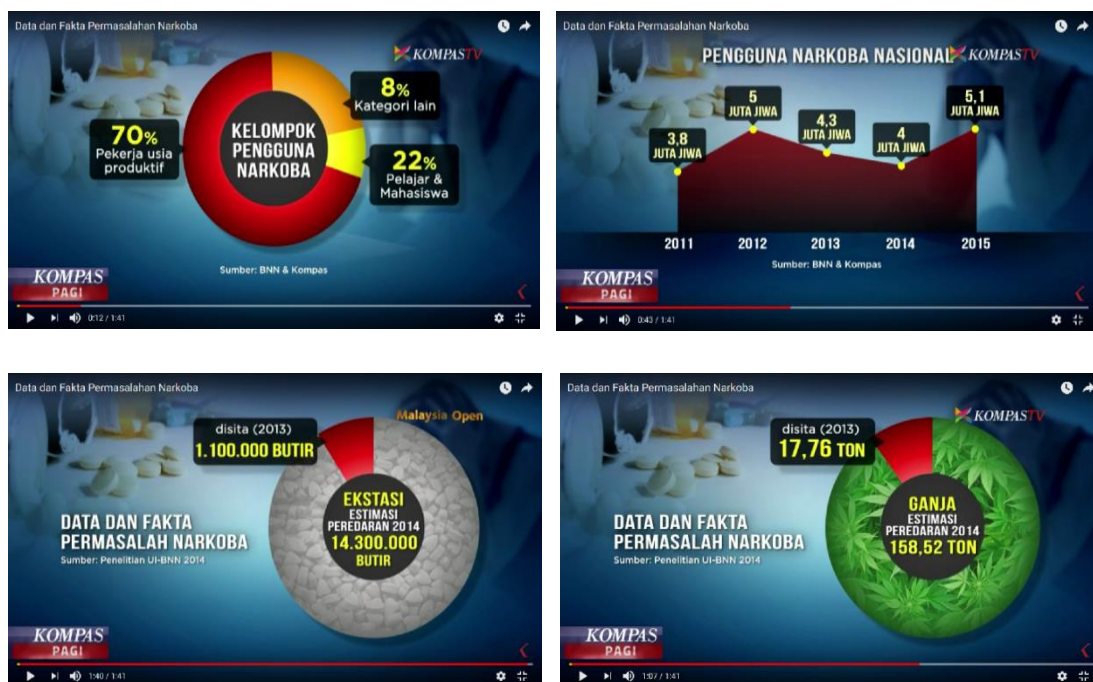
Sumber: lampung.bnn.go.id/wp/2016/12/05/7-negara-pengedar-narkoba-terbesar-di-dunia/ diunduh pada 24/10/2017 pukul 11:13 WIB

Berdasarkan *rating* 2016 lalu dari Badan Narkotika Nasional, Indonesia berada di posisi ke enam sebagai negara pengedar narkoba terbesar di dunia. Indonesia dikenal sebagai produsen *ecstasy* nomor satu di dunia, tetapi sebagai pengedar, Indonesia dikenal sebagai pengedar ganja terbesar di dunia. Hal tersebut memungkinkan karena ganja dari Indonesia merupakan mariyuana dengan kualitas nomor satu di dunia.

Narkoba atau napza terdiri dari narkotika, psikotropika dan zat adiktif. Di mana ketiganya memiliki dampak dan efek masing-masing. Baik penggunaan dan pengedar narkoba akan makin meningkat tiap-tiap tahunnya bila tidak ada penanggulangan, kerja keras pemerintah dan kesadaran masyarakat. Bahaya penggunaan narkoba mesti senantiasa dikerjakan lewat cara terus bekerjasama

saat memberantas penyalahgunaan narkoba yang semakin hari terus bertambah dan mengancam jiwa manusia.

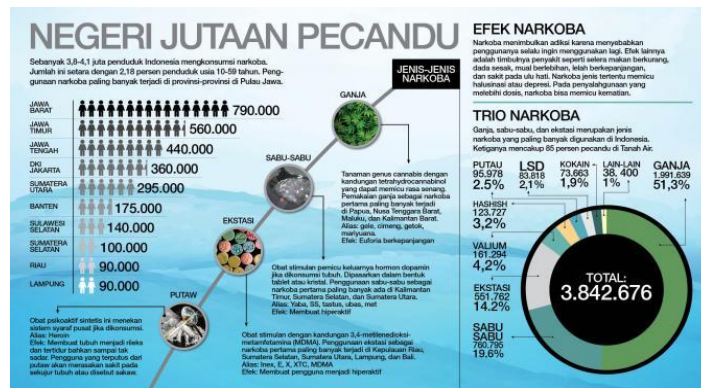
Penyalahgunaan narkoba telah menggurita di Indonesia. Para pengedar narkoba menargetkan warga usia produktif dan pelajar sebagai sasaran. Kelompok pengguna narkoba terbesar adalah pekerja usia produktif yang mencapai 70% dari semua pemakai narkotika.



Gambar 1.3 Data Pengguna Narkoba dan Fakta Permasalahan di Indonesia

Sumber : Youtube KompasTV, Edisi KompasTV Pagi Minggu 9 April 2016

diakses 08/11/2017 pukul 02:50 WIB



Gambar 1.4 Posisi Pengedar dan Pengguna Narkoba di Indonesia

Sumber : <http://news.liputan6.com/read/2387598/demi-biaya-persalinan-calon-ibu-ini-jualan-ganja-diunduh-pada-08/11/2017-pukul-02:55-WIB>

Indonesia masih menjadi surga bagi pengedar dan pemakai narkoba. Data BNN menyebutkan pada Januari hingga Juni 2017, kasus narkoba di Indonesia sebanyak 423 yang melibatkan 597 orang tersangka.



Gambar 1.5 Kasus Narkoba di Indonesia

Sumber : BeritaSatu News Channel, Edisi Live Kamis, 13 Juli 2017 jam tayang 11:50 WIB diunduh pada 07/11/2017 pukul 02:57 WIB

Mengacu pada survei *Nielsen Consumer Media View* pada tahun 2017 yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi Televisi masih memimpin dengan 96% disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%). Keberadaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia semakin gemar mengakses berbagai konten melalui media digital. TV terrestrial dan TV kabel masih menjadi pilihan utama dengan perolehan 77%, namun akses konten video melalui serambi digital juga cukup tinggi seperti misalnya situs *Youtube* (51%), portal TV daring (44%), TV internet berlangganan seperti Netflix, Ifflix, Hooq, dsb (28%) (www.nielsen.com).

Dibandingkan dengan tahun 2015, frekuensi menonton konten video melalui internet juga menunjukkan peningkatan pada semua kelompok usia. Dengan adanya perkembangan media digital di Indonesia, kehidupan masyarakat dimudahkan dengan kehadiran internet. Media daring yang tumbuh semakin pesat dan menjadikan masyarakat Indonesia dapat menikmati pemenuhan akan informasi di masa mendatang, termasuk pengaksesan televisi tanpa diunduh atau disebut *streaming*.

Corak menonton siaran televisi di Jakarta saat ini bisa menjadi gambaran kondisi serupa di Indonesia. Survei tatap muka yang dilakukan Litbang Kompas akhir Desember 2015 terhadap warga Jakarta menunjukkan bahwa menonton televisi menjadi kebutuhan pokok publik Jakarta. Di tengah dominasi acara hiburan, tayangan berita pun menjadi alternatif pilihan warga Jakarta. Televisi berita, seperti TVOne, MetroTV, dan KompasTV, dipilih sebagai stasiun yang paling diminati oleh satu dari lima responden. Responden mengaku mendapatkan berita-berita seputar politik, ekonomi, dan olahraga (<https://nasional.kompas.com/read/2016/03/30/05374961/Survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang> Diunduh pada 10/03/2018 pukul 20.09).

Terdapat lima televisi berita di Indonesia yang menyajikan beritanya tidak hanya dalam ranah televisi analog saja melainkan sudah dapat dinikmati oleh publik melalui situs web masing-masing televisi *streaming*.

Perbandingan TV *Streaming* Berita Indonesia (Periode 5 Maret 2018)

TV <i>Streaming</i>	Diluncurkan	Situs
MetroTV	2007	www.metrotvnews.com
TVOne	14 Februari 2008	www.tvonenews.tv
KompasTV	9 September 2011	www.kompas.tv
CNN Indonesia	20 Oktober 2014	www.cnnindonesia.com
iNews	8 Agustus 2015	tv.inews.id

Sumber : Olahan Peneliti, 2018

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa media daring berita pertama yang menyajikan konten dalam bentuk *streaming* adalah MetroTV. Terdapat pula TVOne dan KompasTV masing-masing di urutan kedua dan ketiga. Meski begitu peneliti mengambil KompasTV sebagai objek penelitian dikarenakan media daring ini menyediakan kanal televisi berbayar pertama di Indonesia yang memiliki kualitas *High Definition* sehingga penonton dapat menikmati konten gambar dengan jelas dan warna yang lebih tajam.

Industri media mengalami perubahan dalam satu dasawarsa terakhir. Perubahan menimbulkan tantangan sekaligus peluang bagi Kompas Gramedia untuk melakukan tren perubahan dan memperkuat kehadirannya melalui media televisi dan media digital. Menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi melalui media televisi dengan hadirnya KompasTV sebagai televisi berita yang akan menjadi media terdepan pilihan masyarakat.

Dimulai pada bulan September 2011. Perdana di 9 kota besar, hingga saat ini KompasTV sudah bisa dinikmati lebih dari 100 kota di Indonesia dengan kualitas yang prima. Perjalanan ini menunjukkan komitmen KompasTV untuk menjadi media terdepan yang inovatif, kreatif, dan inspiratif tak hanya menghadirkan informasi aktual, tapi juga berkualitas.

Kesadaran akan kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat memberi dampak bagi perilaku masyarakat Indonesia, terutama untuk penikmat KompasTV. Pemberitaan informasi pun turut dalam berbagai bentuk digital,

mulai dari televisi berbayar dengan kualitas *high definition*, *free streaming*, hingga menjadi yang terdepan di berbagai media sosial.

Pertumbuhan pengikut KompasTV di sosial media meningkat hingga 700% sejak berdiri, maka tidak sedikit program dan pembahasan di KompasTV menjadi topik utama perbincangan di Indonesia bahkan dunia (www.kompas.tv). Maka tidak heran apabila sudah berbagai isu nasional bahkan internasional hadir di tengah-tengah masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa media daring mampu mengarahkan suatu isu pada publik. Per tahun 2017 di Indonesia, cukup banyak pemberitaan mengenai narkoba. Sejak Maret lalu, terdapat beberapa kasus seperti bandar narkoba yang baru keluar dari penjara namun ditangkap lagi, kemudian sejumlah figur publik terseret kasus narkoba hingga per bulan Agustus 2017, mahasiswa pun terlibat sindikat pengedar narkoba, termasuk mantan polisi dan kasus berita lainnya.

Dengan tingkat frekuensi pemberitaan terkait narkoba, apakah justru memacu masyarakat yang tadinya tidak tahu namun setelah tahu menjadi acuh terhadap efek negatifnya. Apakah justru semakin menghasilkan pengedar dan pengguna narkoba yang lebih banyak.

Melihat ironisnya kasus narkoba, kemudian timbul pertanyaan apakah di Indonesia media televisi *streaming* mampu mengarahkan suatu isu? Dengan keadaan teknologi yang semakin canggih, bagaimana penyajian berita media KompasTV *streaming* di Indonesia mengarahkan suatu isu. Jika mengambil contoh isu narkoba, maka bagaimana penyajian berita agenda media KompasTV *streaming* mengarahkan isu narkoba yang ada di Indonesia.

1. 3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada *agenda setting* dalam penyajian berita narkoba pada agenda media KompasTV *streaming*?

- a. Apa jenis berita yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia?
- b. Berapa jumlah frekuensi yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia?
- c. Berapa lama ukuran berita yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia?
- d. Kapan *streaming time* berita yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia?

1. 4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mengambil batas hanya pada isu narkoba di Indonesia. Utamanya, bertujuan untuk melihat *agenda setting* dalam media daring KompasTV *streaming*. Terdapat pula indikator tujuan penelitian untuk melihat agenda media KompasTV *streaming*, yakni:

- a. Untuk mengetahui jenis berita yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia.
- b. Untuk mengetahui jumlah frekuensi yang muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia.
- c. Untuk mengetahui ukuran berita yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia.
- d. Untuk mengetahui *streaming time* berita yang sering muncul pada KompasTV *streaming* dalam memberitakan isu narkoba di Indonesia.

1. 5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan terutama bidang komunikasi dalam media massa, serta dapat memberikan kontribusi pengetahuan dalam *agenda setting* di media daring.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai isu pemberitaan di media daring yang dapat berdampak di kalangan masyarakat, sehingga dapat memberikan pemahaman.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.4

Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan	Bulan				
		Okt 2017	Nov 2017	Des 2017	Jan 2018	Feb 2018
1	Observasi Masalah					
2	Penyusunan bab 1					
3	Penyusunan bab 2					
4	Penyusunan bab 3					
5	<i>Desk Evaluation</i>					
6	Pengumpulan dan pengolahan data					
7	Penyusunan bab 4 & 5					
8	Sidang Skripsi					

Sumber : Olahan Penulis, 2017

