

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat moderen memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap informasi, istilahnya tidak ada waktu tanpa mencari informasi. Media massa sebagai sumber informasi yang menemani keseharian mereka. Penyajian informasi yang komunikatif dan kreatif menjadi gaya tarik dari media massa. Selain itu, perkembangan teknologi informasi sangat menunjang kemajuan media massa dalam menyajikan informasinya. Penemuan mesin cetak oleh Gutenberg melahirkan media cetak pada abad 18.<sup>1</sup> Pada tahun 1920-an munculnya radio melahirkan jurnalisme radio.<sup>2</sup> Begitu pula kehadiran televisi pada pertengahan abad 20 melahirkan jurnalisme *broadcasting*.<sup>3</sup> Kini muncul media *online* sebagai media baru yang terkenal di kalangan masyarakat moderen. Herbert Marshall McLuhan menyampaikan dalam bukunya *Understanding Media* tahun 1964, tentang *'the medium is the message'*. Menurutnya, yang mempengaruhi publik pertama-tama bukan informasi yang disampaikan, tapi *medium* penyampai informasi itu sendiri.<sup>4</sup>

Media *online* merupakan media massa berbasis internet. Kemudahan yang didapatkan dari munculnya internet dan teknologi informasi pendukung seperti *gadget*, hampir menyingkirkan media tradisional seperti media cetak.

---

<sup>1</sup> J. Heru Margianto dan Asep Syaefullah, *Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika*, (Jakarta: AJI Indonesia), hlm. 12, [www.aji.or.id](http://www.aji.or.id), (diakses tanggal 20 Desember 2015, 02:51 WIB).

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*

Internet membuat informasi dengan mudah disebarluaskan ke seluruh dunia. Tanpa proses yang panjang, masyarakat dengan cepat mendapat informasi terbaru. Bahkan, melalui media tersebut masyarakat *global* saling terhubung untuk menyampaikan aspirasinya, maka terciptalah '*global village*' atau 'kampung *global*' yang dimaksud McLuhan.

Indonesia termasuk pasar internet paling menjanjikan di Asia Tenggara. Menurut pernyataan Samuel A. Pangerapan, sebagai ketua umum APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) melalui riset dari lembaganya, yang bekerjasama dengan PusKaKom Universitas Indonesia, bahwa selama tahun 2014, pengguna Internet di Indonesia tercatat sebanyak 88,1 juta jiwa.<sup>5</sup> Riset tersebut menunjukkan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mencapai 16,2 juta jiwa dari sebelumnya yang hanya mencapai 71,9 juta jiwa.<sup>6</sup> Dengan perolehan jumlah pengguna internet terbanyak ditempati Pulau Jawa dan Bali, sebesar 52 juta jiwa. Sementara kota dengan penetrasi pengguna internet terbesar ditempati DKI Jakarta, yang mencapai 56%. Data APJII juga membandingkan antara jumlah penduduk dengan jumlah pengguna internet di Indonesia, yang hasilnya sama-sama meningkat dari tahun 2005-2014.<sup>7</sup>

Alasan penggunaan internet cukup beragam, contohnya untuk sarana komunikasi, mencari informasi, hiburan, pendidikan, dan pekerjaan. APJII

---

<sup>5</sup> Muhammad Alif Goenawan, *Pengguna Internet Indonesia Tembus 88,1 Juta*, Detiknet, edisi 26 Maret, 13:25 WIB, <http://inet.detik.com/read/2015/03/26/132012/2870293/398/pengguna-internet-indonesia-tembus-881-juta> (diakses 21 Desember 2015, 2:46 WIB).

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Parlindungan Marius, Sapto Anggoro, dan Content is The King, *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*, (Jakarta: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2015), hlm. 20-21. [http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui?from\\_action=save](http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui?from_action=save) (diakses 23 Desember 2015, 02:59 WIB).

merangkum tiga alasan utama penggunaan internet di Indonesia, antara lain untuk mengakses sarana sosial atau komunikasi (72%), sumber informasi harian (65%), dan mengikuti perkembangan zaman (51%).<sup>8</sup> Sementara itu, APJII juga menjabarkan kegiatan yang dilakukan pengguna Internet di Pulau Jawa dan Bali, antara lain untuk menggunakan jejaring sosial (87,2%), *Instant Messaging* (72,3%), dan mencari berita terkini (71,6%).<sup>9</sup> Sumber informasi harian dapat dikategorikan sebagai berita terkini. Berlomba mendapat berita terkini, seakan telah menjadi *trend* atau gaya hidup di kalangan masyarakat saat ini.

Alasan menjadi tolak ukur yang mendasari pengguna internet melakukan kegiatannya. Detikcom sebagai media *online* penyalur berita terbesar di Indonesia, merealisasikan hasrat para pengguna internet tersebut. Media *online* ini lahir dari pemikiran bahwa, setiap detik harus menyalurkan berita. Berlandaskan pemikiran tersebut, tercapailah keunggulan Detikcom dari media *online* lainnya, sehingga dapat memuaskan para pencari sekaligus penikmat berita terkini.

Perilaku politik terbentuk, tidak lepas dari sikap-sikap dan keyakinan politik yang disampaikan media massa melalui pesan politiknya. Serupa dengan media massa lainnya, media *online* juga merupakan sarana komunikasi politik dan sosialisasi politik. Pada masa ini, media *online* memegang peranan penting dalam menularkan sikap dan nilai politik kepada masyarakat. Citra politik suatu bangsa pun bergantung pada media tersebut. Apalagi di Indonesia, yang tingkat ketergantungan masyarakatnya terhadap internet

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 30.

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 32.

cukup tinggi. Data APJII merinci, sebanyak 84% pengguna internet di Indonesia mengakses internet sekali dalam sehari, yang 37.7% dari mereka mengakses internet selama 1-3 jam.<sup>10</sup> Sementara itu, 80% pengguna internet tersebut berusia 15-19 tahun yang termasuk kategori remaja.<sup>11</sup>

Remaja merupakan masa peralihan dan pencarian nilai-nilai sosial. Pada masa ini, banyak perubahan yang harus di hadapi seorang remaja, baik dari segi fisik maupun mental. Perilaku remaja dinilai relatif labil dan sangat rentan terhadap berbagai macam pengaruh dari luar. Sementara, dalam dunia politik remaja telah dianggap mampu dalam berperilaku terutama pada negara demokrasi seperti Indonesia. Sesuai ketentuan UU No.10 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum serta UU No. 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, warga negara Indonesia mulai diberikan hak pilihnya ketika berusia 17 tahun—umur yang masih dikategorikan remaja. Akan tetapi, UU Pemilihan Umum menjelaskan bahwa pemilih pemula adalah mereka yang telah berusia 17-21 tahun yang telah memiliki hak suara dan tercantum dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT).<sup>12</sup> Menurut keputusan KPU No. 623 tahun 2003 pemilih pemula adalah remaja, pelajar, dan mahasiswa dan yang baru pertama kali memilih.<sup>13</sup> Artinya, meski remaja dianggap sudah berhak ikut berkontribusi dalam dunia politik, mereka masih tergolong pemula.

---

<sup>10</sup> Parlindungan Marius, Sapto Anggoro, dan Content is The King, *op.cit.*, hlm. 28.

<sup>11</sup> *Pengguna Internet di Indonesia mencapai 82 juta*, Kemkominfo, edisi 8 Mei 2014, *Kominfo.go.id* (diakses pada tanggal 12 Desember 2015) .

<sup>12</sup>Fatmawati, “*Dampak Pemanfaatan Media Online Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden 2014*” (Skripsi yang tidak diterbitkan, FIS Universitas Negeri Jakarta, 2015).

<sup>13</sup> *Ibid.*.

Pada pemilihan umum tahun 2014 di Indonesia, mencatat 20-30% dari pemilih merupakan pemilih pemula yang rata-ratanya adalah usia remaja.<sup>14</sup> Sebagai pemula, pengetahuan remaja tentang dunia politik terbilang masih rendah, sehingga beberapa di antara mereka berperilaku tidak semestinya. Seperti memilih asal-asalan, mengikuti pilihan teman atau orang tua, bahkan tidak memilih sama-sekali. Bertindak dalam pemilihan umum hanya merupakan salah satu bagian dari perilaku politik. Masih banyak situasi politik yang akan dihadapi, sebagai bagian dari negara demokrasi perilaku politik remaja cukup menentukan situasi itu.

Remaja disebut sebagai *agent of change* atau agen perubahan. Tentu perubahan tidak akan terjadi, tanpa adanya tindakan yang akan tercermin dari perilaku politiknya. Dengan jumlah usia produktif yang cukup tinggi, perilaku politik remaja di Indonesia patut menjadi perhatian. Menurut beberapa penelitian terdahulu, penggunaan media berpengaruh dalam menambah pengetahuan politik dan peningkatan aktivitas politik. Saat itu, media yang menjadi bahan penelitian adalah media cetak dan elektronik. Sementara, remaja sekarang lebih banyak menghabiskan waktu mereka dengan internet, yang merupakan sarana pendukung dari media *online*. Oleh karena itu, kesiapan dan kesadaran remaja akan peranannya dalam dunia politik tidak lepas dari media *online* yang menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi politik dan sosialisasi politik.

---

<sup>14</sup> *Pemilih Pemula 2014, Potensi besar & Sosialisasi Program yang Belum Merata*, Antaranews, edisi 2 Januari 2014, <http://www.antara.net.id/index.php/2014/01/02/pemilih-pemula-pemilu-2014-potensi-besar-sosialisasi-program-yang-belum-merata/id/> (diakses 13 Desember 2015, 10:20 WIB).

Banyak pendapat buruk tentang media *online* di Indonesia. Media *online* dianggap kurang profesional dalam menyajikan beritanya. Para jurnalis *online* seakan meninggalkan dogma ‘*get it first, but first get it truth*’ dengan merubahnya menjadi ‘*get it first, just get it first*’,<sup>15</sup> sehingga terkadang menimbulkan berita yang keliru. Seperti contohnya, pemberitaan tentang meninggalnya Imanda Amalia akibat kerusuhan di Kairo, yang ternyata salah besar. Erich Evert dalam buku *Offentlichkeit in der Aussen Politic*, mengemukakan unsur-unsur yang harus ada dalam pemberitaan politik, yakni publisitas (tingkat penyebaran informasi), aktualisasi (kebaruan sebuah informasi), dan populasi (diketahui oleh publik).<sup>16</sup> Dalam media *online* ketiga unsur ini, seolah lebih berperan dibandingkan tingkat akurasi berita. Akan tetapi, jurnalis *online* terus berusaha memperbaiki kesalahannya. Budiono Darsono sebagai CEO Detikcom dalam acara Sarah Sechan di NetTV menyampaikan bahwa, kalau salah mengaku, kemudian lakukan ralat dan klarifikasi, kalau perlu harus terbuka dan minta maaf.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> J. Heru Margianto dan Asep Syaefullah, *op.cit.*, hlm. 5.

<sup>16</sup> Roni Tabroni, *Komunikasi Politik pada Era-Multimedia* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2012), hlm. 102.

<sup>17</sup> SarahSechanNet, *Sarah Sechan - Budiono Darsono Cerita Awal Mula Membuat Detikcom*, [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (diakses 12 Desember 2015, 07:23 WIB).

## 1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan berbagai permasalahan yang telah dikemukakan melalui identifikasi masalah di atas, maka dibatasi masalah sebagai berikut.

1. Berita politik pada Media *Online* Detikcom
2. Persepsi remaja tentang berita politik pada Media *Online* Detikcom
3. Prilaku politik remaja yang menggunakan Media *Online* Detikcom

## 1.3 Perumusan Masalah

Setelah menentukan pembatasan masalah, maka perumusan masalahnya adalah ‘Bagaimana persepsi tentang berita politik dalam mempengaruhi perilaku politik remaja yang menggunakan Media *Online* Detikcom?’.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana konsep Media *Online* Detikcom?
2. Bagaimana berita politik pada Media *Online* Detikcom?
3. Bagaimana pengguna Media *Online* Detikcom?
4. Bagaimana persepsi remaja tentang berita politik pada Media *Online* Detikcom?
5. Bagaimana perilaku politik remaja yang menggunakan Media *Online* Detikcom?

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian dilakukan bukan hanya sekedar untuk memecahkan masalah yang ada, tetapi juga memiliki kegunaan sebagai berikut:

### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini, dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan pengetahuan politik masyarakat Indonesia, terutama kalangan remaja yang memiliki prospek tinggi dalam memajukan bangsa ini. Karena perilaku politik yang demokratis baru akan tercermin, kalau masyarakat politiknya berpengertian, minimal tahu hak dan kewajibannya sebagai warga negara.

### 2. Kegunaan Praktis

Situasi politik yang tidak dapat diprediksi, menuntut kesiapan warga negaranya dalam menghadapi segala masalah politik. Kesiapan dalam menghadapi segala situasi dan masalah politik, akan tercermin dari perilaku politik. Sementara perilaku politik bergantung pada pengetahuan politik yang didapat dari para agen sosialisai politik. Remaja sebagai agen perubahan politik membutuhkan sarana komunikasi politik dan sosialisai politik yang tepat. Diharapkan hasil penelitian ini, dapat memberikan jawaban dari pernyataan tersebut.