

Pemberitaan Kampanye Puan Maharani di Lokasi Bencana Semeru pada Media Kompas.com

Bachtiar Romadhon Istiyadi¹, Yuli Candrasari²

Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia.

Correspondence author: tiarromadhon069@gmail.com

ABSTRACT

News produced by Kompas.com through the website about a political campaign being carried out by the Indonesian Democratic Party at the site of a natural disaster, but the news was misleading when it was released. The purpose of this study is to find out the audience's reception of the news about Puan Maharani's campaign at the Semeru disaster site on Kompas.com media. In this study, researchers used descriptive qualitative research methods, applying the constructivism paradigm with Stuart Hall's reception analysis approach. The research was carried out in the city of Surabaya, and the collection of informants used purposive sampling. Data collection techniques apply interviews, observation, and documentation. For data analysis using Stuart Hall's Encoding-Decoding theory, which explains three positions of meaning, namely dominant, negotiation, and opposition. The results of the study show that the majority of audiences in interpreting messages in political campaign news are mostly in a negotiating position, this is based on the audience prioritizing thought processes when receiving messages from the media. This position indicates that the audience may receive the contents of the message in the news, but they do not fully accept it. The media can create meaning in the contents of the message, but audiences have their own level of interpretation of the message conveyed.

Keywords: Audience, Reporting, Reception Analysis

ABSTRAK

Berita yang diproduksi Kompas.com melalui situs web tentang adanya kampanye politik yang dilakukan oleh partai Partai Demokrasi Indonesia di lokasi bencana alam, tetapi pemberitaan tersebut justru bermakna menyesatkan (misleading) ketika dirilis. Tujuan dari penelitian ini yakni agar mengetahui resepsi khalayak tentang pemberitaan kampanye Puan Maharani di lokasi bencana Semeru pada media Kompas.com. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, menerapkan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian dilaksanakan di Kota Surabaya, dan penarikan informan menerapkan purposive sampling. Teknik pengumpulan data menerapkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk analisis data menggunakan teori Encoding-Decoding Stuart Hall, yang menjelaskan tiga posisi pemaknaan yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mayoritas khalayak dalam memaknai pesan pada pemberitaan kampanye politik mayoritas berada di posisi negosiasi, hal itu dilandasi oleh khalayak yang mendahulukan proses berpikir ketika menerima pesan dari media. Pada posisi ini menunjukkan bahwa khalayak mungkin menerima isi pesan pada pemberitaan, tetapi tidak seluruhnya mereka terima. Media bisa saja menciptakan makna yang ada di dalam isi pesan, tetapi khalayak memiliki tingkat interpretasi sendiri pada pesan yang disampaikan tersebut.

Kata kunci: Pemberitaan, Khalayak, Analisis Resepsi

Pendahuluan

Seiring berjalannya waktu, kemajuan zaman tak dapat dihindari bagi semua umat manusia, tak lupa juga berkembangnya teknologi komunikasi dan media sosial. Sehingga membuat seluruh umat manusia dapat mengakses informasi yang dibutuhkan dan disuguhkan secara instan, baik informasi mengenai olahraga, budaya, politik, ekonomi, dan peristiwa yang sedang terjadi. Sangat tidak dipungkiri, bahwa di media sosial, Indonesia terhitung ke dalam barisan para elit dunia, terhitung dalam hal jumlah pengguna (Rohafan et al., 2014 : 6) Di Indonesia sendiri perkembangan teknologi khususnya media massa yang terbilang banyak peminatnya yaitu media massa elektronik dan cetak. Untuk perbedaannya sendiri yaitu media cetak terdiri dari surat kabar, tabloid, serta majalah. Sedangkan untuk media elektronik meliputi siaran radio dan siaran televisi. Disamping itu, banyak ahli juga memasukkan film dan buku sebagai bagian dari komunikasi massa (Wahjuwibowo, 2015 : 8).

Akan tetapi semakin berkembangnya zaman, teknologi dan media telah mengalami proses penyatuan (konvergensi). Untuk lebih jelasnya, konvergensi teknologi merupakan proses penyatuan dari sejumlah teknologi sehingga dapat terbentuknya suatu media komunikasi yang baru. Seperti halnya media-media mainstream yang menerapkan strategi konvergensi guna menguasai sosial

media. Pada media arus utama sendiri, telah menempati posisi dengan jumlah paling banyak pengikutnya, yang membuat perusahaan media akan memiliki peluang besar dan dapat menguasai wacana publik dengan menaklukkan isi konten dari media sosial (Prawira et al., 2021).

Di sisi lain, khalayak atau pengguna media sosial serta penikmat berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi dapat turut andil dalam beropini dan juga berkomunikasi secara interpersonal melalui *gadget* mereka pada setiap postingan atau akun media sosial baik pada aplikasi facebook, instagram, twitter, dan youtube sekalipun. Khususnya di negara Indonesia, negara yang menganut asas demokrasi ini yang telah tertuang dalam bukti normatif dalam UUD 1945 alinea keempat dan juga terdapat pada batang tubuh UUD 1945, dengan begitu dimanfaatkan oleh warganya untuk bebas mengakses informasi dari setiap platform di media sosial mereka yang ada di telepon genggam mereka. Disamping itu, demokrasi yang ada di Indonesia patut dipertanyakan lagi, sebagaimana dengan adanya pemasangan baliho kampanye dari partai politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dengan gambar tokoh Puan Maharani yang terletak di lokasi bencana alam Semeru, Lumajang, Jawa Timur.

Di balik itu, dengan munculnya pemberitaan terkait peristiwa keberadaan

baliho Puan Maharani yang juga selaku Ketua Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia (RI), di lokasi bencana alam mendapat berbagai macam reaksi dari masyarakat Indonesia terlebih netizen, dijelaskan di dalam artikel Kompas.com, ada salah satu akun instagram yang mengunggah rekaman video terkait peristiwa itu ialah @pasifisstatee pada 21 Desember 2021. Di Dalam video itu, terdapat dua yang sedang mengendarai sepeda motor di lokasi bencana Semeru, tepatnya di Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur, yang melintas di jalan raya yang kanan-kirinya terdapat banyak poster Puan Maharani, "*Banyak banyak banyak... Kepak sayap kebhinekaan, ramai kayak pasar malam,*" ucap lelaki di dalam video tersebut. dalam unggahan itu, turut juga mengundang reaksi dari beberapa pengguna instagram, "*Orang lain saat bencana: banyak banyak berdoa. Puan: kampanye,*" kata akun @fredi_kurniaawan dan "*Hati Nuraninya sudah mati, otaknya berapa inci sih?*" kata akun lain @liiing.18. Mengenai peristiwa itu, pengamat politik dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Ubedilah Badrun mengatakan bahwa sesungguhnya tidak ada aturan yang dilanggar oleh Puan, hanya saja ia melakukan sesuatu yang menerobos batas etika (Kompas.com, 2021).

Sejak medio tahun 2021 memang telah diketahui bahwa baliho kampanye berwajah Ketua DPR Puan Maharani telah

tersebar di berbagai daerah Indonesia. Hal itu dilakukan oleh partai PDIP saat Indonesia masih berstatus darurat Covid-19, yang dapat membangun persepsi masyarakat Indonesia, bahwasannya negara saat masih mengalami kondisi genting masih saja ada partai/tokoh politik yang melakukan kampanye di saat masyarakat tertimpa musibah. Dan juga dapat membuat rendahnya akan partisipasi politik yang diakibatkan minimnya kesadaran politik dari masyarakat yang lebih cenderung akan persoalan negara. Serta partai-partai politik yang semestinya berkewajiban memberikan pendidikan politik, justru sangat merepresentasikan dengan kekuasaan, sehingga membuat partai politik akan menjalankan tugas politiknya masih buruk (Junaedi et al., 2019 : 42).

Dalam kajian tentang media massa memang diperlukan suatu pendekatan menyeluruh (holistik) mengenai penafsiran bahwa pemberitaan dalam media menerapkan prinsip bahwasannya fakta sosial pada umumnya memiliki interaksi sosial yang rawan akan terciptanya korban. Penting untuk dipahami bahwasannya setiap perubahan yang tercipta pada media, akan turut juga perubahan yang dialami oleh masyarakat.

Dapat dilihat juga bahwa media *online* didukung oleh khalayak agar bisa memperoleh berita-berita terbaru dengan lebih cepat dibandingkan dari media cetak.

Maka sebab itu peneliti dibuat tertarik untuk mengerjakan sebuah penelitian terkait permasalahan penegakkan demokrasi tersebut dengan judul “Pemberitaan Kampanye Puan Maharani di Lokasi Bencana Semeru pada Media Kompas.com (Analisis Resepsi Penerimaan Khalayak Tentang Pemberitaan Kampanye Puan Maharani di Lokasi Bencana Semeru pada Media Kompas.com)” karena dengan pemberitaan tersebut, media secara tidak langsung membentuk opini serta pemahaman khalayak tentang suatu peristiwa.

Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada resepsi khalayak terhadap pemberitaan yang diberitakan oleh Kompas.com terkait peristiwa tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana resepsi penerimaan khalayak tentang pemberitaan kampanye Puan Maharani di lokasi bencana Semeru pada media Kompas.com?”.

Ketika membahas berbagai hal yang dilakukan oleh khalayak, peneliti mesti berhati-hati agar tidak terjadi pemahaman yang membingungkan. Dijelaskan dalam Nisa (2017) bahwa ketika membahas tentang khalayak perlu berdasarkan dari dua asumsi mendasar. Pertama, khalayak selalu aktif, bukanlah pribadi yang pasif. Kedua, isi media memiliki sifat berbagai macam dan selalu bisa diinterpretasikan (Pawaka & Choiriyati, 2020).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Encoding-Decoding* Stuart Hall. Teori ini berfokus pada tiga posisi yang digunakan individu agar melakukan respon terhadap teks media berkaitan dengan kondisi masyarakat sekitar (Santoso, 2021). Pada teori ini, peneliti gunakan untuk mengidentifikasi bagaimana analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan kampanye politik oleh media Kompas.com melalui laman resminya.

Teori resepsi memiliki argumen dari faktor kontekstual yang mempengaruhi bagaimana khalayak melihat dan membaca media. Dalam hal ini, teori resepsi khalayak dari Stuart Hall dikutip dari Baran & Davis, merupakan faktor kontekstual mengubah cara khalayak dalam membaca media. Riset yang dilakukan Hall memiliki perhatian langsung atas analisis dalam konteks sosial dan politik yang pada isi media diproduksi (encoding) lalu konsumsi isi media (decoding) dalam kehidupan sehari-hari (Dwiputra, 2021).

Menurut Hadi (2008) dalam (Zulfianita, 2016) memaparkan bahwasannya resepsi mencoba menurunkan suatu makna pada pemahaman teks media seperti halnya (cetak, elektronik, serta internet) dengan memberi pemahaman bagaimana teks media dikonsumsi oleh khalayak. Dengan begitu secara garis besar, analisis resepsi yaitu salah satu penelitian terhadap media yang mempertegas bahwasannya khalayak

memiliki interpretasi sendiri ketika melakukan *decoding* pada isi dari pesan yang dikirimkan oleh media.

Tak hanya itu, media sendiri memiliki peran tersendiri untuk mengkonstruksikan suatu relation yang mereka produksi dalam berita. Menurut Grossberg (2006) dalam (Nisa, 2017) dijelaskan bahwa awak media semacam reporter dan editor mempunyai tugas penting dalam mengkonstruksi cerita realitas yang bertujuan menghasut pemahaman dengan menggiring pembaca untuk berkelakuan dengan cara tak biasa guna mengubah pemahaman yang dimiliki khalayak. Menurut Baran dan Davis (2010) dalam (Rianto, 2016) memberi pemaparan bahwasannya ketika pesan dari media telah terdigitalisasi, manipulasi dari media semakin tidak terukur, hal itu membuat individu memiliki lebih banyak control dibandingkan pada media tradisional.

Jika bicara konstruksi sosial pada khalayak ketika memaknai pesan dari media, hal itu tak bisa dipisahkan dari realitas sosial pada nyata. Sebab realitas sosial itu mempunyai makna, adanya realitas sosial yang dikonstruksi serta dimaknai berdasarkan subjektif oleh individu yang lain, dengan begitu realitas tersebut dapat dimantapkan secara objektif oleh individu ketika memaknai isi pesan media (Puji, 2016).

Hal tersebut yang menjadikan munculnya berbagai macam opini publik yang terbentuk ketika memaknai isi pesan dari media yang dikirimkan. Opini publik adalah sebuah jumlah dari hasil pemikiran individu-individu yang memperoleh dari hasil perdebatan dan opini publik termasuk dari hasil interaksi ketika antar individu berada dalam ranah publik (Habibie, 2018).

Penelitian ini akan menerapkan konsep yang telah ditetapkan oleh Stuart Hall. Dalam memaknai teks dari isi berita kampanye politik pada Kompas.com, masing-masing khalayak nantinya akan menempati tiga posisi pemaknaan teks berita. Pertama, *Dominated Hegemonic Position* posisi ini menjelaskan bahwa khalayak menerima dan mereproduksi kode teks yang sama dengan produser pesan. Kedua, *Negotiated Position* pada posisi ini dijelaskan bahwa khalayak memaknai serta menerima secara luas sebagian kode teks, tetapi kadang menentang atau mengubahnya sesuai dengan cara pandang, pengalaman, dan minat. Ketiga, *Oppositional Position* di posisi ini dijelaskan bahwa ketika khalayak mengembangkan interpretasi yang sama sekali berbeda dengan kode teks. Dengan itu, posisi ini terjadi ketika khalayak berada dalam situasi sosial yang berlawanan dengan kode teks dominan, sehingga membuat mereka menolak teks pesan tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Menurut A. Muri Yusuf (2014) metode penelitian kualitatif sering disebut suatu strategi *inquiry* yang menekankan dalam pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mendahulukan kualitas, menggunakan beberapa cara, lalu disajikan secara naratif. Sedangkan untuk paradigma yang digunakan oleh peneliti yaitu paradigma konstruktivisme dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Paradigma konstruktivis lebih memandang realitas tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang sebagaimana yang dilakukan oleh kalangan positivis atau post-positivis (Meilasari & Wahid, 2020).

Dalam penelitian kualitatif dapat mencapai keberhasilan jika data banyak ditentukan oleh kemampuan dari peneliti saat mendalami situasi sosial yang dijadikan sebagai fokus penelitian, peneliti dapat melakukan wawancara kepada subjek yang diteliti, peneliti harus mengamati situasi sosial yang terjadi dalam konteks sesungguhnya, peneliti dapat juga memfoto fenomena, simbol, dan tanda yang terjadi.

Peneliti dapat pula merekam dialog yang terjadi (A. Muri Yusuf, 2014). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 3 teknik pengumpulan data, yakni wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Untuk teknik wawancara mendalam, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan secara mendalam dan transparan, lalu pada teknik observasi, peneliti melakukan peninjauan kepada khalayak yang dilibatkan pada penelitian, dan teknik dokumentasi digunakan peneliti bertujuan untuk membantu melengkapi data-data yang akan diteliti.

Menurut Margono, di dalam pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasari oleh ciri-ciri tertentu yang dilihat mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Hadi et al., 2021). Di dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik *purposive sampling* bertujuan untuk menentukan informan mana yang cocok dengan kriteria yang telah peneliti tetapkan, maka informan yang ditetapkan dipastikan kredibel guna memecahkan permasalahan penelitian. Seluruh informan tersebut adalah mereka yang telah membaca atau sekadar mengetahui pemberitaan terkait topik kampanye politik yang dilakukan partai PDIP.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Inisial Informan	Usia Informan	Latar Belakang	Jenis Kelamin
1.	Uh	23 Tahun	Pegawai Swastas Freelancer	P
2.	Iac	23 Tahun	Creative Writing	L
3.	Esm	24 Tahun	Kurir Ekspedisi	L
4.	Mi	23 Tahun	Wirausaha	L
5.	Swm	25 Tahun	Wirausaha	L
6.	Asr	25 Tahun	Fumigator	L
7.	Mws	24 Tahun	Pegawai Swasta	L
8.	Zeh	23 Tahun	Pegawai Swasta Dan Mahasiswa Magister (Ilkom)	L

Sesudah data hasil wawancara mendalam terkumpul semua, selanjutnya peneliti memulai proses menganalisis hasil temuan jawaban yang keluar dari informan. Menurut Bogdan dan Biklen dalam (A. Muri Yusuf, 2014) memaparkan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis dalam pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material yang lain guna meningkatkan pemahaman peneliti mengenai data yang telah terkumpul, sehingga menguatkan temuan penelitian maka dapat disajikan dan diinformasikan kepada semua orang.

Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis resepsi yang dengan prinsip utamanya bahwa makna dari teks media tidak selamanya bertumpu pada

teks media, tetapi makna tersebut dikonstruksikan oleh khalayak ketika menerima teks media. Pada analisis resepsi dilaksanakan supaya mengetahui penerimaan pada pesan oleh pembaca terhadap isi artikel berita kasus kampanye politik di lokasi bencana alam.

Selanjutnya penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menerapkan paradigma konstruktivis, yang jika data dianalisis menggunakan cara diinterpretasikan yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan, dalam hal ini hasil data penelitian tidak dianalisis dengan menggunakan angka. Sesudah mendapatkan keseluruhan data, selanjutnya peneliti melanjutkan ke menganalisis data dengan menerapkan analisis kualitatif yakni menganalisis penerimaan khalayak terhadap pemberitaan tentang kampanye politik yang diproduksi oleh Kompas.com ke dalam proses penafsiran dan penjelasan deskriptif. Berikutnya peneliti bisa menarik kesimpulan dan mengidentifikasi bahwasannya informan berada di posisi dominan, negosiasi, atau oposisi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Salah satu sub bab pada penelitian ini yang telah ditetapkan yaitu Penerimaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Tentang Kampanye Politik Partai PDIP di Lokasi Bencana Alam pada Media Kompas.com pada sub bab ini membahas tentang

bagaimana kedelapan informan memaknai penerimaan pemberitaan tentang kampanye politik partai PDIP di lokasi bencana alam.

Menerima Berdasarkan Informatif

Dari kedelapan informan, hanya informan 4 dan 8 yang sepenuhnya menerima pemberitaan yang dikirimkan oleh Kompas.com, ia menganggap pemberitaan itu tidak terdapat kesalahan dari segi apapun. Menurut Burton (2012) lebih jauh melihat bahwa persepsi khalayak terhadap teks yang dibaca sangat dipengaruhi oleh pengalaman budaya, kelompok sosial terhadap preferensi, pembacaan, dan konten yang ditargetkan kepadanya (Nisa, 2017). Berikut tanggapan dari salah satu informan:

“Ya saya menerimanya dengan fakta yang telah ada bahwasanya beliau sedang disana. Meskipun di lain sisi banyak media yang memberitakan bahwa Puan Maharani memanfaatkan momen duka itu, tapi kita harus berani mengakui bahwa beliau memang terjun langsung ke lokasi bencana. Kalo dari saya sendiri ya, apapun yang ada di balik tujuannya meninjau lokasi bencana, saya bodo amat, semua orang kan berhak mengulurkan tangannya buat bantu sesama kan, masa iya ada orang yang benar-benar terjun langsung ke lokasi bencana meskipun orang tersebut bagian dari partai politik, kita langsung berprasangka yang enggak-enggak, jangan sampai lah ya” (informan 4).

Informan 4 menganggap bahwa pemberitaan yang dikirimkan oleh Kompas.com tidak terdapat kesalahan

apapun. Menurut informan 4 meskipun Kompas.com menampilkan gambar Puan Maharani yang datang langsung ke lokasi bencana, hal itu menurutnya sesuatu yang harus diterima, meskipun Puan Maharani bagian dari kelompok partai politik. Informan 4 juga menegaskan bahwa siapapun berhak untuk memberikan bantuan untuk korban bencana, meskipun bantuan itu datang dari kelompok partai sekalipun.

Tidak Menerima Sepenuhnya Isi Berita

Berbeda dengan informan sebelumnya, informan 1, 2, 3, dan 6 mereka menganggap pemberitaan tidak sepenuhnya mereka terima, sebab ada alasan yang membuat mereka tidak sepenuhnya sejalan dengan apa yang diberitakan oleh Kompas.com. Adanya perbedaan pemaknaan khalayak yang sifatnya individual muncul dikarenakan setiap orang mempunyai potensi pengalaman belajar dan lingkungan serta tujuan dalam mengonsumsi pesan-pesan yang berbeda-beda (Nyoman et al., 2019). Cara seseorang memilih sikap atau penilaian mengenai pernyataan yang diterimanya, apa efeknya pada sistem keyakinan individu tersebut (Abdul Rahman, 2021). Berikut tanggapan salah satu informan:

“Ya saya menerima pemberitaan itu, Cuma ya kalo dipikir lagi saya tidak sepenuhnya setuju sama apa yang diberitakan sama Kompas, kalo yang saya baca di artikel berita pada

umumnya itu, mereka menampilkan narasumber yang saling mengisi, maksudnya ada narasumber yang ahli di bidangnya, ada narasumber dari korban, sama ada narasumber dari pelaku, tapi di artikel ini saya tidak menemukan narasumber dari korban, jadinya ya kayak ada yg kurang menurut saya” (informan 2).

Menurut informan 1, 2, 3, dan 6 mereka memaknai pemberitaan tersebut berdasarkan konteks pemberitaannya, sebab itu mereka tidak sepenuhnya menerima isi berita yang dikirimkan oleh Kompas.com. Yang menjadi fokus mereka untuk tidak sepenuhnya menerima pemberitaan tersebut, yaitu Kompas.com tidak memberikan tempat untuk narasumber yang terdampak langsung, yaitu masyarakat di sekitar lokasi bencana Semeru. Sedangkan menurut keempat informan, Kompas.com lebih memilih warga net untuk dijadikan narasumber pemberitaan, hal itu yang membuat keempat informan tidak sepenuhnya menerima pemberitaan tersebut.

Menolak Isi dalam Berita

Informan berikutnya yaitu 5 dan 7, mereka menganggap pemberitaan tersebut membingungkan khalayak yang membacanya. Menurut Fiske (1987) dalam (Nyoman et al., 2019) Meskipun terlihat satu arah, khalayak selalu memiliki otonomi dalam melakukan pemaknaan terhadap produk dan kebudayaan media massa. Pemaknaan khalayak atas sebuah informasi

media massa merupakan suatu hal bersifat polisemi, yakni dapat berbeda bahkan bersebrangan dengan konstruksi makna yang disediakan oleh institusi media massa. Kedua informan itu sama sekali tidak menerima berita yang dikirimkan oleh Kompas.com. Berikut tanggapan salah satu informan:

“Tidak, karena foto tersebut hanya menunjukkan puan mengunjungi, tidak terlihat aksi nyata untuk membantu korban bencana alam, sedangkan di foto utama sebagai headline dan isi pemberitaan sudah cukup memojokkan Puan / pihaknya. Terus yang jadi pertanyaan saya, kenapa Kompas hanya memasukkan memberikan tempat dari pihak yang melakukan kesalahan, jadinya kan situasi di lapangan tidak benar-benar menggambarkan apa yang sebenarnya terjadi, beritanya juga menurut saya hanya menjadi tempat pengakuan kesalahan bagi pelaku yang melakukan kesalahan, tidak mengkritisi tindakan yang dilakukannya” (informan 5).

Dengan begitu informan 5 dan 7 mereka memaknai bahwa mereka dengan tegas mengatakan tidak menerima isi pemberitaan tersebut, sebab menurut mereka topic pemberitaannya dari awal tidak jelas kemana arahnya. Yang menjadi fokus menurut kedua informan yaitu Kompas.com justru lebih memilih memberi tempat kepada pihak partai PDIP yang dengan jelas melakukan pelanggaran, dibandingkan memberi tempat untuk narasumber yang jadi korban bencana.

Selanjutnya pada topik pembahsan, Menurut O’Sullivan (1994) dalam (Meilasari & Wahid, 2020) metode *encoding-decoding* menurut Stuart Hall ini memfokuskan pada produksi, teks dan khalayak dalam suatu kerangka dimana hubungan masingmasing elemen tersebut bisa dianalisis. Didalam suatu proses produksi dan teks yang dijalankan oleh media ada sebuah tahapan penyandian (*encode*) yang kemudian akan dipecahkan (*decode*) oleh khalayak ketika mereka menerima teks tersebut. Oleh karena itu dalam proses pemaknaan suatu pesan seperti teks dan visual akan disamakan dengan aspek sosial dan budaya yang telah menempel pada setiap informan.

Ditemukannya perbedaan pada penerimaan dalam memaknai pemberitaan tentang kampanye politik yang diproduksi Kompas.com, dapat dipastikan perbedaan tersebut didasari oleh perbedaan latar belakang dan latar belakang pengalaman dari tiap-tiap informan. Berikut uraian berdasarkan resepsi informan dalam bentuk 3 kategori teori *encoding-decoding* Stuart Hall.

1. *Dominant Hegemonic Position* (menerima)

Pada kategori ini, peneliti menanyakan kepada informan mengenai pemberitaan atau isi pesan yang dikirimkan oleh Kompas.com berupa artikel berita yang berjudul “Baliho Puan Bertebaran di Lokasi

Bencana Semeru, Bagaimana Etikanya?”. Di kategori ini terdapat informan 4 dan 8 yang sepenuhnya menerima isi pesan dalam berita pada media yang dikirimkan oleh Kompas.com, ia menganggap bahwa isi pesan yang dikirimkan menurutnya tidak terdapat kesalahan atau kekurangan sama sekali, informan 4 menambahkan bahwa menurutnya untuk siapapun yang ingin membantu korban bencana, mereka berhak untuk melakukan hal itu, meskipun itu dilakukan oleh kelompok politik sekalipun. Bahkan menurutnya berita yang disampaikan cukup mengabarkan suatu peristiwa yang terjadi, ia juga menambahkan meskipun di dalam pemberitaan itu terdapat praktik kampanye politik sekalipun, ia tidak mempermasalahkan hal itu. Selanjutnya informan 8 memberi tanggapan, bahwa apapun yang diberitakan oleh Kompas.com harus diakui dahulu, menurut informan 8 meskipun khalayak (pembaca) tidak benar-benar mengetahui maksud dari kedatangan Puan Maharani di lokasi bencana, dalam konteks pemberitaan yang dikirimkan harus diakui dan diterima dahulu. Dengan begitu, informan 4 dan 8 tergolong dalam kategori *Dominant Hegemonic Position* atau termasuk khalayak yang menerima sepenuhnya informasi yang dikirimkan oleh media.

2. *Negotiated Position* (tidak menerima seluruhnya)

Kategori selanjutnya terdapat informan 1, 2, 3, dan 6. Keempat informan tersebut mengungkapkan bahwasannya mereka tidak sepenuhnya menerima isi pesan yang dikirimkan oleh Kompas.com, informan 1 memberikan alasannya bahwa berdasarkan pengetahuan informan mengenai nilai berita, ia menganggap berita tersebut masih belum sepenuhnya dikatakan sempurna, dalam hal ini menurut informan, narasumber yang dimasukkan belum pas sehingga beritanya tidak berimbang. Sejalan dengan informan sebelumnya, tanggapan dari informan 2 bahwa narasumber yang semestinya dimasukkan yaitu narasumber dari pihak korban, pihak korban yang dimaksud yaitu mereka yang terdampak bencana alam sekaligus yang terdampak karena kegiatan kampanye politik. Menurutnya apabila pemberitaan tersebut agar lebih jelas, seharusnya Kompas.com memasukkan narasumber yang ahli di bidangnya, narasumber dari korban, serta narasumber dari pelaku. Selanjutnya dari informan 3, menurutnya Kompas.com tidak memberikan tempat pada korban untuk memberikan penjelasan mengenai kejadian langsung di lapangan, ia juga merasa kebingungan ketika Kompas.com lebih memilih warga net dibandingkan masyarakat yang terdampak langsung di dalam artikel beritanya. Informan 6 juga menambahkan bahwasannya setelah ia membaca artikel berita tersebut merasakan kejanggalan,

menurutnya pemberitaan tersebut masih belum sepenuhnya menggambarkan situasi nyata yang terjadi di lapangan. Dengan begitu, keempat informan tersebut termasuk dalam posisi *Negotiated Position* yang berarti mereka termasuk ke dalam khalayak menerima akan isi pesan yang dikirimkan oleh media, tetapi tidak sepenuhnya mereka menyetujui dengan nilai berita atau isi pesan yang disampaikan kepada pembaca atau informan.

3. *Oppositional Position* (menolak atau tidak merima)

Posisi selanjutnya terdapat informan 5 dan 7, kedua informan tersebut secara penuh mereka menolak terhadap isi pesan dikirimkan oleh Kompas.com, sebab menurut mereka pemberitaan tersebut masih belum sepenuhnya memberitakan mengenai peristiwa tentang kemanusiaan dan peristiwa bencana alam. Mereka juga menyoroti isi pesan yang menyampaikan adanya pernyataan pembenaran dari salah satu anggota partai, hal itu menunjukkan bahwa menurut mereka sama sekali tidak ada hubungannya, lalu menurut informan 5 dan 7 pemberitaan tersebut justru menjadi tempat pengakuan kesalahan buat pelaku yang melakukan kesalahan. Dengan begitu, kedua informan tersebut termasuk ke dalam posisi *Oppositional Position* yang berarti mereka menolak secara penuh isi pesan yang disampaikan oleh Kompas.com.

Informan merasa tidak sejalan dengan alur pemberitaan yang dikirimkan, dan masih belum tergambarkan mengenai kejadian langsung di lapangan.

Penutup

Pemberitaan yang diproduksi Kompas.com pada situs web tentang adanya kampanye politik yang dilakukan oleh partai PDIP di lokasi bencana alam mengundang berbagai pertanyaan pada khalayak yang membacanya. Beberapa khalayak menilai bahwa pemberitaan kampanye politik itu membuat khalayak yang membacanya merasa kebingungan (*misleading information*) ketika memaknai pemberitaan tersebut.

Dengan begitu, sehubungan dari hasil pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa informan ketika memaknai pemberitaan tentang kampanye politik yang diproduksi Kompas.com mayoritas berada pada posisi *Negotiated Position* atau tidak menerima seluruhnya makna dari pesan yang disampaikan dalam pemberitaan. Media bisa saja menciptakan makna yang ada di dalam isi pesan, tetapi khalayak memiliki tingkat interpretasi sendiri pada pesan yang disampaikan tersebut. Sehingga yang menjadi dasar pemaknaan informan pada pemberitaan peristiwa kampanye politik tersebut yaitu dari pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman dari tiap-tiap informan.

Daftar Pustaka

- A. Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*.
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3290>
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.79-86>
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Penerbit CV. Pena Persada.
- Junaedi, F. dkk. (2019). *Komunikasi Politik di Indonesia*. Buku Litera.
- Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.Com. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 74–89.
- Nyoman, I., Sawitra, A., Priyowidodo, G., Prodi, D. B., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2019). Pemaknaan Khalayak Terhadap Identitas Setya Novanto Di Indonesia Lawyer Club Dalam Kasus Korupsi E-KTP. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(1), 1–13. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/9687>
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial@indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA*.

- Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86.
<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>
- Prawira, I., Irawan, R. E., & Karen, K. (2021). Objektivitas Tiga Media Siber Indonesia: Studi Konten Berita Konflik Israel-Palestina. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 6(2), 95.
<https://doi.org/10.24198/jwp.v6i2.35073>
- Puji, S. (2016). Konstruksi Sosial Media Massa. *Al-Balagh*, 1(1), 34.
- Rahman, A. (2021). Pengaruh Konten Review Smartphone Samsung Galaxy A72 Di Youtube Terhadap Minat Beli Masyarakat (Survey pada penonton channel Youtube GadgetIn). *Urusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.*, 26(2), 83–92.
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif Dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i2.54>
- Rohafan, A., Muhafir, A., Nugraha, B. S., & Wisnuadji, H. (2014). *Media Sosial Masa Depan Media Komunitas*. Combine Resource Institution.
- Santoso, S. (2021). “Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online.” *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154.
<https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/13285>
- Wahjuwibowo, I. S. (2015). *Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita, Artikel & Feature*.
- Zulfianita, D. & U. W. (2016). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Media Online inilah.com Periode 1-15 Mei 2015. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Budi Luhur*, April, 835–842.