

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital secara signifikan mengubah cara komunikasi dan penyebaran informasi di Indonesia. Media massa kini beralih ke platform online, memungkinkan penyajian berita yang lebih cepat, terkini, dan mudah diakses di mana saja dan kapan saja. Pergeseran ini mempengaruhi bagaimana masyarakat memperoleh dan menggunakan informasi, membuka jalan bagi keterlibatan publik yang lebih besar dalam diskusi dan penyebaran informasi, tetapi juga menimbulkan tantangan terkait kebenaran berita, dan etika jurnalistik.

Berdasarkan laporan terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dengan mencapai 80,66% dari total populasi sekitar 284 juta jiwa. Angka ini setara dengan sekitar 229,4 juta pengguna internet di seluruh Indonesia. Data ini menegaskan bahwa internet telah menjadi sumber utama informasi masyarakat Indonesia, menggantikan media konvensional seperti surat kabar, televisi, dan radio. Dengan semakin tingginya tingkat penggunaan internet untuk mengonsumsi berita, media online kini memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk opini publik dan persepsi masyarakat terhadap berbagai isu sosial maupun politik.

Seiring meningkatnya konsumsi media online, tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas praktik jurnalistik. Penelitian Emeraldien, Sugihartati & Rahayu (2024) menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai ketidakakuratan dalam praktik jurnalisme daring di Indonesia, termasuk kesalahan tata bahasa dan kurangnya keberimbangan dalam pemberitaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kecepatan publikasi sering kali mengorbankan ketepatan informasi yang seharusnya menjadi landasan kredibilitas media. Sejalan dengan itu, dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa persepsi pembaca terhadap kredibilitas media online dipengaruhi oleh sejauh mana media mampu menyajikan berita yang adil, tidak bias, utuh, akurat, dan dapat dipercaya.

Rouli Manalu (2024) menyoroti bahwa persepsi kredibilitas media juga berkaitan dengan kecenderungan masyarakat dalam mengonsumsi berita palsu (*fake news*), di mana rendahnya tingkat literasi media menyebabkan publik lebih mudah mempercayai informasi yang tidak diverifikasi dengan baik. Hasil-hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa di tengah meningkatnya konsumsi berita daring, persoalan kredibilitas dan objektivitas media masih menjadi tantangan besar bagi ekosistem jurnalisme digital di Indonesia.

Menurut Araliya & Ode (2015) dalam penelitiannya menemukan kredibilitas berita Kompas.com dianalisis melalui empat dimensi: akurasi (*accuracy*), kepercayaan (*believability*), keseimbangan (*bias*), dan kelengkapan (*completeness*). Hasil menunjukkan bahwa meskipun Kompas.com memiliki tingkat akurasi berita yang tinggi yakni akurasi judul dan isi mencapai 100%, kesalahan penulisan 93%, dan akurasi foto serta isi berita 100% namun aspek keseimbangan (*cover both sides*) hanya berada pada angka 43%. Artinya, lebih dari separuh berita yang dianalisis tidak menghadirkan pandangan dari dua sisi berbeda secara adil. Ode juga menemukan bahwa dalam beberapa berita, Kompas.com lebih menonjolkan sudut pandang satu pihak dan kurang memberi ruang pada pihak lain yang berseberangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun secara teknis Kompas.com sudah cukup baik dalam penyajian data dan keakuratan isi, namun dari sisi keberimbangan dan objektivitas masih lemah, sehingga berpotensi menurunkan kredibilitas media di mata publik.

Selanjutnya, Syahi & Sabielillah (2016) Dalam penelitiannya Tempo.co dalam beberapa pemberitaan mengenai mantan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) tidak sepenuhnya objektif, karena berita yang disajikan kurang menampilkan keseimbangan narasumber dari pihak yang berseberangan dan sering kali menyelipkan unsur opini wartawan di dalam teks berita. Walaupun Tempo.co dinilai sudah baik dalam aspek akurasi dan kelengkapan informasi, namun dimensi keseimbangan (*balance*) dan netralitas sumber masih lemah. Sabielillah menegaskan bahwa Tempo.co cenderung menonjolkan sisi negatif dari tokoh yang diberitakan tanpa memberikan ruang pembelaan atau klarifikasi yang proporsional. Temuan ini menunjukkan bahwa media tersebut masih menghadapi

persoalan dalam menjaga prinsip *cover both sides* yang menjadi dasar etika jurnalistik.

Hal yang sama juga diperkuat oleh Muhrusli & Salman (2022) dalam penelitian mereka berjudul “Objektivitas Tempo.co dalam Memberitakan Sosok Jokowi”. Berdasarkan analisis kuantitatif terhadap sejumlah berita politik yang diterbitkan Tempo.co, mereka menemukan bahwa tingkat objektivitas pemberitaan Tempo.co hanya mencapai 51,03%. Artinya, hampir separuh berita yang diteliti mengandung indikasi bias atau keberpihakan terhadap isu tertentu. Dalam pemberitaan mengenai kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo, Tempo.co sering menampilkan narasi yang cenderung menonjolkan aspek negatif tanpa diimbangi dengan pernyataan dari pihak pemerintah secara proporsional. Peneliti juga menemukan adanya kecenderungan pembingkaihan (*framing*) yang memperkuat kritik terhadap pemerintah, yang menunjukkan bahwa media tersebut belum sepenuhnya bebas dari preferensi redaksional. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa Tempo.co masih menghadapi tantangan besar dalam menjaga objektivitas dan kredibilitasnya sebagai media daring nasional.

Sejalan dengan temuan tersebut, Harmin (2022) menemukan bahwa Tempo.co sering menampilkan wacana berita dengan bingkai ideologis tertentu yang mencerminkan arah kebijakan redaksi dan kepentingan institusional. Pilihan diksi, penempatan narasumber, serta urutan informasi dalam berita cenderung mengarahkan pembaca pada interpretasi yang spesifik, bukan membiarkan fakta berbicara secara netral. Dengan demikian, Tempo.co dinilai belum sepenuhnya memenuhi prinsip independensi dan objektivitas dalam jurnalisme daring, karena berita yang diproduksi masih menunjukkan konstruksi realitas yang dipengaruhi oleh preferensi ideologis media.

Penelitian sebelumnya yang menunjukkan rendahnya kredibilitas media online Kompas.com dan Tempo.co ini menjadi landasan penting bagi peneliti untuk menegaskan bahwa persoalan kredibilitas bukan hanya terjadi pada media kecil atau alternatif, tetapi juga pada media arus utama yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik. memperlihatkan bahwa meskipun Kompas.com memiliki tingkat akurasi teknis yang tinggi, aspek keberimbangan

(*cover both sides*) hanya mencapai 43%, sehingga lebih dari separuh berita yang dianalisis tidak menghadirkan dua sudut pandang secara proporsional. Rendahnya capaian pada dimensi keseimbangan ini menegaskan bahwa Kompas.com masih cenderung menonjolkan suara dari satu pihak tertentu, sehingga kredibilitasnya dalam menyajikan informasi yang objektif perlu dipertanyakan. Begitu pula pada Tempo.co, berbagai penelitian menemukan bahwa media tersebut masih menunjukkan indikasi bias, kurangnya keberimbangan narasumber, kecenderungan memasukkan opini wartawan, hingga konstruksi berita yang dipengaruhi bingkai ideologis tertentu. Bahkan tingkat objektivitas Tempo.co dalam pemberitaan politik hanya berada pada angka 51,03%, yang menunjukkan bahwa hampir separuh konten yang dianalisis mengandung bias. Data-data empiris ini mempertegas bahwa kedua media besar tersebut belum sepenuhnya memenuhi standar prinsip jurnalistik seperti akurasi, keberimbangan, objektivitas, dan transparansi sumber.

Menurut Metzger & Flanagin (2020) dalam media online kontemporer, kredibilitas pemberitaan menjadi fondasi utama keberlangsungan institusi pers di tengah derasnya arus informasi digital. Kredibilitas tidak hanya dimaknai sebagai sekadar kepercayaan publik terhadap media, tetapi sebagai hasil dari proses jurnalistik yang sistematis, terverifikasi, dan berlandaskan etika. Kredibilitas berita di era digital merupakan konstruksi multidimensional yang mencakup persepsi terhadap akurasi informasi, keandalan sumber, transparansi proses editorial, serta konsistensi media dalam menjaga standar profesional. Mereka menegaskan bahwa dalam lingkungan digital yang sarat disinformasi, kredibilitas menjadi pembeda utama antara jurnalisme profesional dan konten yang tidak terverifikasi. Artinya, media online tidak cukup hanya cepat dalam menyajikan berita, tetapi juga harus mampu menunjukkan bukti verifikasi, menyajikan sumber yang jelas, serta menghindari sensasionalisme yang berlebihan.

Prinsip-prinsip kredibilitas tersebut sejalan dengan Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik menegaskan bahwa wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Selain itu, Pedoman Pemberitaan Media

Siber (2012) juga menekankan kewajiban verifikasi informasi, keberimbangan sumber, serta kewajiban ralat dan koreksi secara proporsional apabila terjadi kesalahan.

Kovach & Tom Rosenstiel (2017) masalah mengenai kredibilitas pemberitaan tidak dapat dipisahkan dari kaidah jurnalistik yang menjadi standar normatif praktik pers. Kaidah jurnalistik merupakan seperangkat prinsip profesional yang mengatur bagaimana berita dikumpulkan, diverifikasi, ditulis, dan dipublikasikan kepada publik. Dalam perspektif jurnalisme modern, kaidah ini bukan sekadar pedoman teknis, melainkan fondasi etis yang menentukan apakah suatu produk berita layak disebut sebagai karya jurnalistik yang bertanggung jawab. Esensi utama jurnalisme terletak pada komitmennya terhadap kebenaran (*truthfulness*), disiplin verifikasi (*discipline of verification*), serta independensi terhadap kepentingan tertentu. Artinya, setiap informasi yang disampaikan kepada publik harus melalui proses pengecekan fakta yang ketat, tidak bersandar pada asumsi, dan tidak didorong oleh agenda tersembunyi.

Salah satu fenomena isu yang menjadi perhatian nasional adalah kontroversi tayangan *Xpose* di Trans7 tentang pesantren yang ditayangkan pada 13 Oktober 2025. Program televisi *Xpose Uncensored* yang disiarkan Trans7 menayangkan segmen mengenai kehidupan pesantren yang memicu gelombang kecaman dari berbagai pihak. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada 14 Oktober 2025 memutuskan menjatuhkan sanksi penghentian sementara terhadap program tersebut setelah menerima sejumlah aduan dan menilai tayangan melanggar pedoman penyiaran. di tingkat daerah, KPID Jawa Timur mencatat telah menerima 288 aduan masyarakat atas tayangan tersebut. Respon publik dan reaksi dari organisasi pesantren serta ormas terindikasi meluas di media sosial ditandai oleh munculnya tagar protes dan liputan media nasional menjadikan peristiwa ini relevan untuk dikaji sebagai fenomena nasional yang berkaitan dengan etika pemberitaan media terhadap institusi keagamaan. Kasus ini juga menjadi trending topic X (*Twitter*) urutan 1 nasional pada tanggal 14 Oktober 2025 selama 7 jam. Sementara itu, di TikTok, kompilasi video tayangan tersebut mencapai total 3,2 juta views dalam 48 jam, dengan lebih dari 15 ribu komentar. Hal ini menandakan

bahwa kasus tersebut bukan hanya polemik biasa, melainkan fenomena nasional yang memengaruhi persepsi publik dalam skala luas.

Pemilihan media online Kompas.com dan Tempo.co sebagai objek penelitian karena keduanya memiliki posisi strategis dan reputasi tinggi dalam lanskap media daring Indonesia. Kompas.com, menurut SimilarWeb (2023), adalah portal berita dengan kunjungan tertinggi (lebih dari 200 juta kunjungan perbulan). Tempo.co juga secara konsisten masuk dalam daftar 10 media paling kredibel pada *Reuters Institute Digital News Report* (2022). Kedua media tersebut juga memiliki rekam jejak penghargaan jurnalistik. Di lansir media online Tempo.co. (2025) Tempo Media Group sering menerima penghargaan "*The Best Investigative Reporting*". Sementara itu dilansir dari Kompas.id (2022) Kompas dikenal memenangkan berbagai penghargaan dalam Anugerah Jurnalistik Adinegoro. Dengan reputasi tinggi dan pengaruh besar, kredibilitas pemberitaan mereka berpotensi memengaruhi persepsi publik secara nasional. Justru karena pengaruhnya besar, maka kualitas pemberitaannya harus diukur dan diuji secara akademik.

Penelitian tentang "Kredibilitas Pemberitaan Kontroversi Tayangan *Xpose* di Trans7 tentang Pesantren di Media Online Kompas.com dan Tempo.co" bermaksud untuk memahami bagaimana kualitas dan standar kredibilitas dijalankan oleh dua media online arus utama dalam meliput isu yang bersifat sensitif dan kontroversial. Penelitian ini berfokus pada analisis isi pemberitaan yang diterbitkan oleh Kompas.com dan Tempo.co terkait polemik tayangan *Xpose* Trans7 tentang pesantren, dengan menelaah aspek akurasi, keterpercayaan, keberimbangan, serta kelengkapan informasi yang disajikan dalam teks berita. Fokus tersebut dipilih karena isu yang menyangkut institusi keagamaan memiliki tingkat sensitivitas sosial yang tinggi, sehingga menuntut media untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan prinsip jurnalistik profesional.

Penelitian ini memanfaatkan Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley, yang kemudian dikembangkan dalam konteks jurnalisme digital melalui indikator akurasi (*accuracy*), keterpercayaan (*trustworthiness*), keberimbangan (*balance*), dan kelengkapan (*completeness*).

Melalui pendekatan analisis isi kualitatif, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana konstruksi pemberitaan dibentuk, bagaimana narasumber dipilih dan ditempatkan, serta sejauh mana media mempertahankan prinsip *cover both sides* dalam menyajikan informasi kepada publik.

Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman yang lebih mendalam mengenai sejauh mana kredibilitas pemberitaan media online besar di Indonesia benar-benar dijalankan secara konsisten ketika menghadapi isu kontroversial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian jurnalisme digital, khususnya terkait praktik profesionalisme media dalam menjaga kepercayaan publik di tengah dinamika arus informasi yang cepat dan kompetitif. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih jauh mengenai “Kredibilitas Pemberitaan Kontroversi Tayangan *Xpose* di Trans7 tentang Pesantren di Media Online Kompas.com dan Tempo.co” sebagai bentuk evaluasi akademik terhadap kualitas praktik jurnalistik media daring nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini berfokus bagaimana kredibilitas pemberitaan kontroversi tayangan *Xpose* di Trans7 tentang pesantren pada media online Kompas.com dan Tempo.co?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memahami kredibilitas pemberitaan kontroversi tayangan *Xpose* di Trans7 tentang pesantren pada media online Kompas.com dan Tempo.co.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Semoga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada ranah jurnalistik.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan pemahaman bahwa dalam praktik komunikasi massa, proses penyampaian pesan tidak hanya berfokus pada isi berita, tetapi juga pada kepercayaan antara komunikator (media) dan komunikan (audiens).

