

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Permasalahan politik merupakan permasalahan yang sedang dihadapi bangsa Indonesia saat ini. Salah satu contohnya yaitu masalah Rancangan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah (RUU Pilkada) tahun 2014. Kasus RUU Pilkada ini ingin diubah kembali aturan atau mekanisme pemilihannya menjadi pemilihan secara tidak langsung dipilih melalui Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) seperti pada masa sebelum reformasi. Kasus ini banyak menyita perhatian masyarakat serta menimbulkan pro dan kontra di masyarakat. Peran media massa sangat dibutuhkan dan diharapkan untuk dapat memberi informasi yang sesuai dengan fakta dan dapat bersifat netral.

Di era informasi sekarang ini, media massa menjadi sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Media massa saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat sehari-hari dalam mendapatkan informasi. Pengertian media sendiri merupakan salah satu alat untuk menyampaikan informasi kepada publik. Dengan media massa masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai keadaan dan situasi yang sedang hangat terjadi baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Terdapat berbagai macam jenis media massa. Diantaranya media cetak, media elektronik dan media baru (internet). Media cetak seperti: koran, majalah, buku. Media elektronik seperti: radio dan televisi. Media baru yaitu internet. Dari ketiga

jenis media tersebut, media elektronik (televisi) yang sangat berpengaruh. Karena media elektronik televisi menggunakan kekuatan audio dan visual. Konten yang disiarkan televisi lebih sangat cepat berpengaruh kepada publik. Seperti yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi (1993) bahwa, TV mempunyai daya tarik yang kuat. Selain mempunyai unsur audio, TV juga memiliki unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penontonnya.

Permasalahan Rancangan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah (RUU Pilkada) merupakan permasalahan dimana aturan/mechanisme pemilihan kepala daerah atau UU Pilkada yang semulanya dilakukan pemilihan secara langsung (dipilih langsung oleh rakyat) ingin diubah kembali menjadi pemilihan tidak langsung (dipilih oleh DPRD). Awal mula kasus ini diajukan oleh pemerintah ke DPR RI melalui kementerian dalam negeri/kemendagri Gamawan Fauzi sejak tahun 2012 lalu. Namun sempat berhenti dibahas karena perdebatan antara fraksi-fraksi serta fraksi dan pemerintah di DPR RI. Perdebatan tersebut mengenai mekanisme pemilihan kepala daerah baik gubernur maupun bupati/walikota.

Setelah berhenti dibahas selama kurang lebih dari 2 tahun, kemudian dibahas kembali setelah pemilihan presiden tepatnya di bulan September tahun 2014. Tepat pada tanggal 25 September 2014 dilaksanakan rapat sidang paripurna oleh DPR RI untuk membahas pengesahan UU Pilkada tersebut. Dalam sidang paripurna sejumlah usulan mekanisme pemilihan kepala daerah diajukan oleh sejumlah fraksi. Namun pada akhirnya aturan atau mekanisme pemilihan kepala daerah menghasilkan 2 opsi.

Opsi *pertama*, Pilkada langsung (dipilih secara langsung oleh rakyat) dan opsi *kedua*, pilkada tidak langsung (dipilih oleh DPRD).

Proses pengambilan keputusan oleh DPR dilakukan secara voting. Setelah sebelumnya dilakukan musyawarah mufakat namun tidak mendapatkan hasil atau jalan keluar. Dari 9 fraksi yang ada di DPR, 5 fraksi (fraksi Gerindra, Golkar, PAN, PKS dan PPP) yang memilih untuk pemilihan kepala daerah melalui DPRD dengan jumlah suara 226 dan 3 fraksi (PDIP, PKB dan Hanura) yang memilih untuk pemilihan langsung oleh rakyat dengan jumlah suara 135 dan 1 fraksi yang memilih untuk *walk out*. Fraksi yang memilih untuk *walk out* atau keluar dari sidang paripurna yaitu Partai Demokrat. Kemudian akhirnya wakil ketua DPR Priyo Budi Santoso yang memimpin sidang saat itu, mengesahkan UU Pilkada dipilih melalui DPRD.

Partai Demokrat *walk out* atau keluar dari sidang rapat karena usulan opsi yang diajukannya yaitu pemilihan pilkada langsung dengan 10 perbaikan tidak diterima dalam rapat paripurna. Partai Demokrat merupakan partai yang mempunyai kursi terbanyak di DPR RI. Partai yang sedang berkuasa saat itu di pemerintahan. Baik di lembaga eksekutif maupun di lembaga legislatif. Ketua umum Partai Demokrat yaitu Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), yang juga sebagai presiden Republik Indonesia saat itu.

Kasus RUU Pilkada ini merupakan kasus yang sangat hangat diperbincangkan di masyarakat dan sangat menyita perhatian masyarakat. Karena kasus ini merupakan kasus yang akan menentukan bagaimana nasib bangsa Indonesia ke depannya dalam memilih pemimpin di daerah. Kasus ini menjadi bahan yang

sangat sering dimuat oleh media-media baik media cetak maupun elektronik. Rancangan Undang-Undang Pilkada yang telah disahkan oleh DPR yang menyatakan bahwa Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) melalui DPRD menimbulkan berbagai pro dan kontra di masyarakat. Sehingga isu ini menjadi isu yang menarik bagi media untuk disajikan ke publik.

Salah satunya Metro Tv. Metro TV sangat sering mengangkat kasus pengesahan UU Pilkada ini sebagai berita utama (*headline news*). Kasus pengesahan UU Pilkada ini di angkat berkali-kali dalam program berita Metro TV. Dalam beritanya, Metro TV mengangkat sikap Partai Demokrat dalam mengambil keputusan yang tidak pro terhadap rakyat.

Metro TV merupakan televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000. Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke pelosok Indonesia. Metro TV terdiri dari 70% berita (news) yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (non news) yang edukatif. Metro TV mempunyai Visi untuk menjadi stasiun televisi yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya. Metro TV mempunyai *tagline* “*Knowledge To Elevate*”, yang artinya meningkatkan pengetahuan. Dari tujuan, visi dan *tagline* yang dimiliki Metro TV, peneliti ingin mengetahui bagaimana Metro TV memframe, mengemas atau membingkai kasus RUU Pilkada ini dalam beritanya.

Framing merupakan cara media mengemas sebuah berita. Entman (dalam Sobur, 2012: 163) melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan

penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya dan dibuangnya. Dibalik semua ini, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita.

Penonjolan sisi tertentu merupakan proses membuat informasi menjadi lebih bermakna. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok sudah barang tentu punya peluang besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas. Karena itu, *framing* digunakan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan pelbagai strategi wacana. Penempatan yang mencolok (ditempatkan di headline, halaman depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan.

Pengemasan berita Metro TV dalam berbagai beritanya selalu menyudutkan dan mempersalahkan keputusan yang diambil Partai Demokrat dan mempersalahkan juga sikap presiden SBY yang tidak mendukung pemilihan langsung. Sebelumnya, presiden SBY sudah dengan tegas mengatakan bahwa dirinya memilih “pemilihan langsung” dipilih oleh rakyat. Namun, pemberitaan Metro TV selalu seolah-olah mempersalahkan sikap SBY dan Partai Demokrat. Seperti kutipan berita yang

diberitakan Metro TV pada acara Bincang Pagi dengan judul “Gaya Politik Bermuka Dua” yang diterbitkan tanggal 30 September 2014 sebagai berikut:

Gambar 1 : Berita Metro TV di acara Bincang Pagi



Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=p3bB1QEM5po> diakses pada tanggal 24 November 2014

“Selama 10 tahun menjabat sebagai presiden, SBY kerap dituding sebagai sosok yang penuh pencitraan. Belakangan sosok Partai Demokrat ini juga dikecam sebagai sosok yang pandai dalam memainkan sandiwara politik. Tak lain karna pernyataanya yang bertolak belakang dengan sikap fraksinya di senayan yang memilih walkout pada sidang paripurna RUU Pilkada lalu”.

Pada judul dan kutipan berita di atas, dapat dilihat bahwa *frame* dan wacana pemberitaan Metro TV mengenai Partai Demokrat dan khususnya pada SBY selalu mengandung makna negatif. Pada kutipan tersebut, penekanan pada kalimat “*sosok Partai Demokrat ini juga dikecam sebagai sosok yang pandai dalam memainkan sandiwara politik*” seolah-olah mengandung makna sebagai orang yang licik dan jahat. Sehingga akan menimbulkan kesan negatif di mata publik. Dari contoh berita tersebut dapat kita lihat bagaimana *frame* berita Metro Tv dibuat sedemikian rupa dengan penggunaan kata-kata yang mempunyai makna yang bisa menimbulkan kesan “buruk” mengenai SBY dan Partai Demokrat. Sehingga penonton yang menyaksikan tayangan berita tersebut akan berasumsi bahwa SBY dan Partai

Demokrat tidak pro terhadap rakyat atau tidak mengikuti keinginan rakyat dan akan menganggap SBY sebagai sosok yang pandai dalam pencitraan.

Sebelum peneliti membuat penelitian ini lebih jauh, peneliti terlebih dahulu mencari referensi-referensi karya ilmiah seperti penelitian terdahulu. Salah satu contoh penelitian terdahulu didapat dari perpustakaan skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dengan judul “Analisis Isi Performansi Berita Pilkada Langsung di Kabupaten Sleman dan Bantul pada Surat Kabar Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja Priode 9 Juni-22 Juni 2005”, yang disusun oleh Hartini Nur Khusnia Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMY Angkatan 2001.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu (di atas) yaitu pada teknik analisis data dan objek penelitiannya. Kalau dalam penelitian terdahulu, teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis isi. Kemudian objek penelitiannya pada media cetak. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis datanya dengan menggunakan teknik analisis *framing*. Objek penelitiannya pada media elektronik (televisi) yang dalam hal ini berita Metro Tv. Peneliti mengambil objek penelitiannya televisi karena televisi merupakan media yang mempunyai kemampuan yang sangat efektif dalam mempengaruhi audiensnya (publik). Televisi sekarang ini sudah menjadi kebutuhan sehari-hari setiap orang. Hampir setiap rumah memiliki tv dan bahkan di semua kalangan baik itu kalangan atas, kalangan menengah maupun kalangan bawah. Televisi sangat mudah untuk dijangkau dan mudah untuk ditemui dimana-mana ketimbang media-media lain seperti koran, radio dan internet.

Setelah memaparkan masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana *frame* pemberitaan Metro TV mengenai Partai Demokrat dan SBY dalam kasus UU Pilkada tahun 2014. Karena peneliti melihat, pengemasan berita Metro TV mengenai kasus UU Pilkada ini cenderung menyalahkan sikap Partai Demokrat dan SBY.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, dapat ditarik rumusan masalah yaitu *Bagaimana Frame Pemberitaan Metro Tv mengenai Partai Demokrat dan SBY dalam Kasus Undang-Undang Pilkada Tahun 2014?*

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis secara mendalam mengenai bagaimana *frame* yang dibentuk oleh Metro Tv mengenai Partai Demokrat dan SBY dalam kasus UU Pilkada tahun 2014.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan agar hasil dari penelitian ini dapat memberi sumbangsi untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian analisis framing pemberitaan di TV.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat memberi gambaran kepada khalayak mengenai bagaimana *frame* yang dibentuk oleh Metro Tv mengenai Partai Demokrat dan SBY dalam kasus UU Pilkada tahun 2014. Kemudian, diharapkan kepada pihak Metro Tv, agar hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam memproduksi berita-berita selanjutnya.

E. Kerangka Teori

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori sebagai landasan berfikir untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam penelitian ini.

1. Politik Pemberitaan (Kebijakan & Rutinitas Ruang Redaksi)

Di era informasi ini dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak bisa lepas dari berita media. Dari mana kita mendapat informasi mengenai suatu peristiwa atau kejadian hari ini kalau bukan dari berita media. Dari mana kita mendapat informasi mengenai keadaan ekonomi dan politik dalam negeri kalau bukan dari berita. Berita merupakan sebuah peristiwa atau kejadian yang sedang hangat terjadi kemudian dilaporkan melalui media. Menurut Mitchel V, Chanrley dalam buku (Onong Uchjana Effendi, 1993: 131) mengatakan "*News is the timely report of fact or opinion of either interest or importance, or both, to considerable number of people*" (Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk).

Unsur berita dalam media dianalisa sesuai pertanyaan pokok jurnalistik yang disebut dengan 5W+1H yaitu: *What*, artinya apa yang sedang terjadi. *Who*, siapa pelaku dalam kejadian tersebut. *When*, kapan peristiwa itu terjadi. *Where*, di mana peristiwa itu terjadi. *Why*, mengapa peristiwa itu bisa terjadi. Dan *How*, bagaimana kejadian itu bisa terjadi. Unsur ini sangat penting dalam berita karena unsur ini merupakan unsur yang akan memberi informasi kepada audiens mengenai suatu peristiwa atau kejadian.

Selain unsur 5W+1H ada namanya unsur layak berita. Unsur layak berita merupakan unsur yang menentukan apakah sebuah peristiwa atau kejadian layak untuk dimuat dan dijadikan sebagai sebuah berita atau tidak. Menurut Muhammad Budyatna (2009) menyatakan, unsur-unsur layak berita pertama-tama *harus cermat dan tepat* atau dalam Bahasa jurnalistik harus *akurat*. Selain cermat dan tepat berita juga harus lengkap (*complete*), adil (*fair*) dan berimbang (*balanced*). Kemudian berita pun harus *tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri* atau dalam Bahasa akademis disebut *objektif*. Dan, yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita, tentu saja berita itu harus ringkas (*concise*), jelas (*clear*) dan hangat (*current*).

Menurut Itule dan Anderson, peristiwa yang diberitakan media ditentukan oleh nilai berita peristiwa tersebut. Standar kelayakan nilai berita terdiri dari: *“timeliness, proximity, conflict, eminence or proximity, consequence or impact dan human interest* (Simarmata, 2014:20). Walaupun demikian, selain nilai berita tersebut, dimuat atau tidaknya suatu berita masih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti: insting editor dan reporter, kepentingan pembaca, ketersediaan ruang, ketersediaan

pilihan berita, tekanan dari penerbit, pengaruh dari pengiklan, keseimbangan ragam berita, persaingan antarmedia dan filosofi media (Itule dan Anderson dalam Simarmata, 2014: 21).

Pada umumnya berita dapat dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu *hard news* (berita berat), *soft news* (berita ringan) dan *investigative report* (laporan penyelidikan). (1) *Hard news* adalah berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu kelompok maupun organisasi. (2) *Soft news* atau sering disebut dengan feature yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. (3) *Investigative reports* adalah jenis berita yang eksklusif, datanya tidak bisa diperoleh dari permukaan, tetapi harus dilakukan berdasarkan penyelidikan (Iskandar, 2003: 40).

Dalam media terdapat beberapa bagian-bagian berita. Secara umum berita mempunyai bagian-bagian dalam susunannya, seperti:

- a. **Headline**, biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul. Ia berguna untuk: Menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan. Dan menonjolkan satu berita dengan kekuasaan dukungan teknik gramatika.
- b. **Deadline**, ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.
- c. **Lead**, lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita,

yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat.

- d. Body, atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas.

Adapun hal-hal yang dilakukan oleh sebuah media sebelum membuat atau memproduksi sebuah berita:

- a. Briefing Redaksional**

Pada proses pembuatan berita ada ruang yang akan menyeleksi atau menentukan apakah sebuah peristiwa dapat dijadikan sebuah berita untuk disiarkan ke publik yaitu disebut sebagai ruang redaksi (*newsroom*). Apakah suatu peristiwa memiliki nilai berita sesungguhnya merupakan tahap awal dari proses kerja redaksional. Dalam ruang redaksi, sebelum seorang reporter mencari dan meliput berita ke lapangan, terlebih dulu dilakukan rapat redaksi atau *briefing* di pagi hari antara pemimpin redaksi dengan reporter yang mencari berita ke lapangan. Dalam proses rapat tersebut ada arahan yang diberi oleh pemimpin redaksi untuk mencari dan memilih berita yang sesuai dengan kepentingan dan agenda dari media tersebut.

Pemimpin redaksi merupakan orang yang bertanggungjawab atas operasi keredaksian secara keseluruhan. Tempat dimana kegiatan keredaksian ini berlangsung disebut dapur redaksi. Dapur redaksi dipimpin dan dikelola langsung oleh redaktur pelaksana, sedangkan pemimpin redaksi hanya mengawasi dan mengarahkan atau

melakukan supervisi atas operasionalisasi keredaksian (Hikmat dan Kusuma Ningrat, 2009: 73-74).

Newsroom adalah bagian terpenting dari stasiun televisi, karena disinilah diproduksi berita yang menjadi andalan citra sebuah stasiun televisi. Kebutuhan penonton akan informasi yang lebih aktual, akurat dan komprehensif dari sebuah stasiun televisi sama tingginya dengan kebutuhan hiburan (Ishadi, 2014: 41). Berita menjadi komoditas yang paling penting, sehingga pertarungan dalam *news organization* untuk mendapatkan penonton terbanyak melalui materi produk berita sangat kompetitif. Suasana ini merangsang tumbuhnya budaya organisasi (*organization culture*) yang berbeda di setiap *newsroom* dan kepentingan pemilik modal.

Pada tulisan *Sosial Control in The Newsroom*, Waren Breed (1955), mengatakan ada suatu kebijakan redaksi yang harus dipatuhi di setiap media. Sebagai pemilik modal atau representasi dari pemilik modal mempunyai hak untuk menetapkan dan memaksakan kebijakan redaksi (Ishadi 2014:3). Gambaran tersebut menjadi penanda bahwa kekuatan pemilik modal (penguasa) sangat mempengaruhi kebijakan redaksi.

b. Prosedur Pemilihan Berita

Setelah proses *briefing* dilakukan, kemudian reporter atau tim pencari berita ditugaskan terjun langsung ke lapangan untuk mencari berita. Tim pencari berita atau reporter mencari dan mengumpulkan berita yang sesuai dengan arahan sang redaktur. Dalam proses mencari berita, biasanya pencari berita menyusun suatu perencanaan

semacam *check list* (daftar periksa) atau *planningsheet* yang isinya menyusun daftar sumber-sumber yang akan dihubungi yang sesuai dengan agenda media.

Setelah seluruh materi berita terhimpun, kemudian mentahan materi berita dikumpulkan di ruang redaksi atau meja redaktur. Kemudian setelah itu, dilakukan penilaian untuk menilai layak atau tidaknya sebuah berita untuk dimuat. Untuk menilai kelayakan sebuah berita adalah seberapa besar unsur-unsur nilai berita yang terdapat dalam beritanya. Semakin banyak unsur nilai berita yang terdapat di dalamnya, semakin tinggi nilai kelayakan berita tersebut.

Kemudian dalam tahap akhir yaitu dilakukan penyuntingan berita atau *editing*. Dalam tahap *editing* ini, dilakukan proses pemilihan sisi mana yang perlu diambil atau ditonjolkan ke publik dan sisi mana yang dibuang. Dalam proses ini dilakukan juga pemerdayaan berita yang sesuai dengan agenda media. Proses ini semua merupakan proses pengemasan atau pembersihan sebuah berita yang sesuai dengan kepentingan dan agenda media yang dibuat di ruang redaksi.

Menurut Ishadi (2014: 2), ruang berita televisi bukanlah sebuah *black box* steril karena ada kepentingan bisnis dan politik yang turut menentukan berita yang disiarkan. Bahkan, kegiatan produksi berita telah menjadi kegiatan mengkonstruksi realitas daripada sekedar menggambarkan sebuah realitas.

2. Konstruksi Sosial Media Massa

Asal mula adanya teori “konstruksi sosial media massa” berawal dari teori “konstruksi sosial atas realitas”. Peter L. Berger dan Luckmann yang merupakan orang yang pertama kali menjelaskan tentang teori “konstruksi sosial atas realitas” ini

menganggap bahwa di tahun 1960-an masyarakat Amerika sudah berubah zaman, dari masyarakat transisi-modren berubah ke modern dan postmodern. Sehingga teori “konstruksi sosial atas realitas” ini sudah kurang efektif untuk digunakan. Karena di zaman modern dan postmodern hubungan-hubungan sosial antara individu dengan kelompoknya, pemimpin dengan kelompoknya, orang tua dengan anggota keluarganya hampir tidak ada lagi yang memakai hubungan sosial primer–semisekunder dan berubah menjadi hubungan sosial sekunder–rasional. Dan di zaman modern dan postmodern inilah teori “konstruksi sosial media massa” ini dibuat, karena melihat fenomena media massa yang sangat cepat dan luas dalam menyebarkan informasi (Burhan Bungin, 2008: 193-194).

Konstruksi artinya membangun, sosial artinya nilai-nilai kehidupan dalam masyarakat, media massa artinya alat untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak. Jadi, konstruksi sosial media massa artinya, membangun nilai-nilai sosial melalui media massa hingga menjadi sebuah realitas yang diakui oleh orang banyak.

Menurut Burhan Bungin (2008: 194), substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas. Sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan

seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atas realitas (Burhan Bungin, 2008: 194-195).

Menurut Burhan Bungin (2008), ada beberapa tahap dalam membentuk proses konstruksi sosial media massa, antara lain: tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi realitas dan tahap konfirmasi.

a. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Tahap dimana materi-materi berita yang dikonstruksikan dibuat dan diolah sebegus mungkin dengan penggunaan kata-kata dan bahasa yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga masyarakat mengikuti atau mempercayai apa yang disajikan media. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial, antara lain: (1) Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Artinya, semua elemen media massa, termasuk orang-orang di dalam media tersebut berfikir untuk melayani kapitalisnya. (2) Keberpihakan semu kepada masyarakat. Artinya, bentuk dari keberpihakan ini adalah bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya untuk kapitalis. (3) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Artinya, materi yang akan disajikan berpihak pada kepentingan umum. Namun, dalam kenyataannya yang ada saat ini jauh berbeda.

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Tahap dimana materi-materi yang sudah dipersiapkan tadi disebarluaskan kepada masyarakat dengan berbagai strategi-strategi. Pada

umumnya media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengkonsumsi informasi tersebut. Prinsip dasar dari sebaran informasi ini adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media.

c. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap dimana terjadinya pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik, yaitu: (1) Konstruksi realitas pembenaran. Artinya, konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran. (2) Kesiapan dikonstruksikan oleh media massa. Artinya, pilihan seseorang untuk menjadi pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksikan oleh media massa. (3) Sebagai pilihan konsumtif. Artinya, dimana seseorang sangat terikat pada media massa. Media massa menjadi bagian yang tak bisa dilepaskan dalam kehidupannya.

d. Tahap Konfirmasi

Tahap ini merupakan tahap dimana media massa maupun audiens memberi argumentasi terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sedangkan

bagi audiens, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan hadir dalam proses konstruksi sosial tersebut.

Menurut Alex Sobur (2012: 88), isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.

Kemudian menurut Simarmata (2014: 20), konstruksi realitas oleh media akan membentuk makna dan citra tertentu oleh berbagai aspek terkait dengan media seperti sistem operasi media tersebut, faktor internal dan eksternal serta perangkat pembentukan wacana berita, termasuk didalamnya fungsi bahasa, strategi framing dan agenda setting.

3. Media dan Kekuasaan (*Frame Pemberitaan*)

Hubungan media dan kekuasaan khususnya media televisi selama ini cenderung menjadikan atau menempatkan posisi televisi sebagai alat kekuasaan. Menempatkan televisi sebagai alat kekuasaan berarti menganggap medan pertelevisian adalah medan yang statis. Padahal di dalamnya terdapat interaksi kompleks antara para agen, khususnya para jurnalis televisi, pemilik modal dan bahkan pihak keamanan sebagai representasi langsung negara. Televisi digerakkan secara dinamis, khususnya oleh para pekerja di bidang tersebut (Ishadi, 2014: 30).

Sudah menjadi rahasia umum bahwa kepentingan pemilik modal dalam media akan mempengaruhi media tersebut dalam menyajikan berita. Berita yang dimuat oleh media mempunyai kepentingan didalamnya. Ketika berita yang berkaitan dengan ideologi dari suatu media, maka besar kemungkinan berita tersebut akan disajikan secara terus menerus oleh media yang bersangkutan. Begitu sebaliknya, jika berita akan merugikan pemilik modal maka berita tersebut tidak disiarkan.

Pemilik modal atau pemilik media menggunakan media untuk kepentingan ekonomi dan politik. Pemilik media secara aktif melakukan intervensi demi jaminan liputan yang menguntungkan. Ada dua jenis intervensi (Rianto dkk, 2014: 144-146) yaitu intervensi langsung dan intervensi tidak langsung. (1) Intervensi langsung dilakukan jika si pemilik turun tangan ikut campur atau mengendalikan kebijakan program dan redaksi. Intervensi ini dilakukan dengan cara yang halus seperti memberikan himbauan, menelepon langsung atau memanggil redaksi untuk memberikan arahan. Intervensi sederhana pemilik menelepon pemimpin redaksi untuk memberikan *direction* atau arahan bahwa kita tidak bermain isu ini, kita main isu itu, kita jangan membesar-besarkan isu ini, kita harus memainkan isu itu dan sebagainya.

Kemudian (2) Intervensi tidak langsung, biasanya dilakukan oleh pemilik melalui tangan-tangan orang lain yang oleh pemilik diberikan kewenangan untuk melakukannya. Dalam beberapa kasus, pemilik media tidak melakukan intervensi secara langsung, tapi melalui pihak lain. Misalnya, konsultan komunikasi politik. Konsultan ini sering melakukan telepon ke redaksi agar pemilik bisa diliput dan

seterusnya. Bisa juga melalui pemimpin redaksi, *news gathering*, manajer-manajer yang membawahi kepala bidang dan sebagainya. Orang-orang ini memiliki hubungan yang erat dengan pemilik media dan beberapa elit politik. Orang-orang ini yang menjadi tangan kanan (perpanjangan tangan) dari pemilik media dan elit politik.

Kecendrungan untuk menggunakan televisi sebagai “alat” penggebuk atau pelindung pemilik dari beragam kepentingan juga terjadi dalam politik. Dalam hal ini, media televisi tidak hanya digunakan pemilik untuk mematut-matut diri demi citra yang baik, tapi juga tanpa ragu digunakan untuk menggebuk lawan-lawan politiknya atau setidaknya menenggelamkan dari liputan. Dengan begitu, popularitas pesaing akan menurun, yang dalam waktu bersamaan popularitas dirinya mengalami kenaikan.

Televisi menjadi alat untuk “menjatuhkan” lawan atau pesaing politik. Rivalitas politik pun kemudian hadir dalam ruang redaksi. Di sini, para para pemilik media tidak hanya berupaya mendongkrak pencitraan dirinya, tapi juga berupaya menurunkan popularitas “rival” politiknya. Di sini, ada taktik “meninggikan setinggi-tingginya dirinya dan menenggelamkan sedalam-dalamnya lawan politiknya” (Rianto dkk, 2014: 141-142).

Hal ini bisa dilihat dalam *frame* pemberitaan Metro Tv mengenai kasus UU Pilkada yang selalu menyudutkan dan membesar-besarkan sikap Partai Demokrat dan SBY. Di sini SBY dan Partai Demokrat berposisi sebagai rival politik dari Metro Tv. Segala kebijakan yang diambil pemerintah SBY dan Partai Demokrat selalu dipermasalahkan dan dipersalahkan oleh berita Metro Tv. Lebih lagi pada kasus UU

Pilkada ini, saat itu Partai Demokrat mengambil sikap untuk *walk out* dari sidang paripurna. *Frame* pemberitaan Metro Tv selalu membesar-besarkan atau memberitakan secara berlebihan sikap Partai Demokrat dan SBY. Kita ketahui bahwa pemilik Metro Tv yaitu Surya Paloh yang juga sebagai pendiri Partai Nasdem. Partai Nasdem tergabung dalam Koalisi Indonesia Hebat (KIH) sebagai pendukung Jokowi-JK saat pemilihan presiden tahun 2014. Secara tidak langsung Metro Tv akan mendukung kelompok KIH dalam kasus pengesahan UU Pilkada. Karena pada saat itu Partai Nasdem belum termasuk sebagai Partai yang berada di dalam parlemen. Sehingga *frame* berita yang dibentuk oleh Metro Tv akan menimbulkan kesan yang buruk di masyarakat mengenai Partai Demokrat dan SBY.

Kepemilikan media lebih dari sekedar perusahaan yang mungkin akan memberikan keuntungan ekonomis. Namun, lebih dari itu, kepemilikan media berarti menggenggam kekuasaan yang sangat besar karena kemampuannya dalam membentuk opini publik, citra-citra, dan membangun suatu wacana tertentu. Karena itu, seorang pemilik media barangkali tidak mendapatkan keuntungan yang memadai dari institusi medianya, tapi kepemilikan itu tetap dipertahankannya karena nilai “politiknya”.

Sebagaimana dikemukakan Gilang Iskandar dalam sesi FGD, “sebenarnya, yang ingin diambil bukan semata duit dari tv-nya, tapi bagian politikanya, untuk bisnis-bisnis yang lain”. Kemampuan media dalam membangun konstruksi sosial jelas memberikan kekuasaan luar biasa bagi para pemilik dan pekerja media. Melalui media, orang bisa membangun suatu konstruksi tertentu dengan cara yang

meyakinkan. Hal ini telah memaksa para penguasa politik untuk “berbaik-baik” dengan para pemilik media. Namun di sisi lain, para pemilik media itu memerlukan keamanan bisnis. Di sini terjadi simbiosis mutualisme diantara penguasa dan pemilik media (Rianto dkk, 2014: 136).

Van Dijk mendefinisikan kekuasaan sebagai kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok (atau anggotanya), satu kelompok untuk mengontrol kelompok (atau anggota) dari kelompok lain. Kekuasaan umumnya didasarkan pada kepemilikan atas sumber-sumber yang bernilai seperti uang, status dan pengetahuan. Selain berupa kontrol yang bersifat langsung dan fisik, kekuasaan juga berbentuk persuasif: tindakan seorang untuk secara tidak langsung mengontrol dengan jalan mempengaruhi kondisi mental, seperti kepercayaan, sikap dan pengetahuan (Eriyanto, 2001: 272).

Kelompok elit mempunyai akses yang lebih besar dibandingkan dengan kelompok yang tidak berkuasa. Oleh karena itu, mereka yang lebih berkuasa mempunyai kesempatan lebih besar untuk mempunyai akses pada media, dan kesempatan lebih besar untuk mempengaruhi kesadaran khalayak. Artinya, kepentingan pemilik modal (penguasa) sangat mempengaruhi sebuah media dalam memproduksi sebuah berita.

4. Analisis Framing

Framing merupakan cara bagaimana media mengemas sebuah berita. Seperti yang dikemukakan Eriyanto (2002: 10-11), framing adalah metode yang digunakan untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu

tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. *Framing*, melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media.

Ada dua point atau esensi utama dari *framing* yaitu: (1) bagaimana peristiwa dimaknai. Point ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Bagian mana yang ditekankan dalam realitas? Bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan? Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih angle tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lainnya.

(2) bagaimana fakta itu ditulis. Point ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat dan gambar untuk mendukung gagasan. Pada proses ini, berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkap dengan kata, kalimat dan proposisi apa dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu. Misalnya: penempatan yang mencolok (menempatkan di headline depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi dan pemakaian kata serta gambar yang mencolok.

Menurut Eriyanto (2002: 167-168), ada tiga ciri utama dari *framing*. *Pertama*, Menonjolkan aspek tertentu dan mengaburkan aspek lainnya. *Kedua*, Menampilkan

sisi tertentu dan melupakan sisi lainnya. *Ketiga*, Menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya.

1. Menonjolkan aspek tertentu dan mengaburkan aspek lainnya. Pada point ini, dalam penulisan berita sering disebut sebagai fokus berita. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu oleh wartawan. Akibatnya, ada aspek lain yang tidak mendapatkan perhatian yang memadai.
2. Menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi lainnya. Pada point ini, sebuah berita lebih ditampilkan dari sisi tertentu. Dengan menampilkan sisi tertentu dalam berita, sehingga ada sisi lain yang dilupakan atau tidak mendapatkan liputan dalam berita.
3. Menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya. Pada point ini, sebuah berita ditampilkan pada satu aktor atau pihak tertentu saja. Sedangkan aktor yang lainnya tidak ditampilkan. Ini tentu tidak salah. Tetapi efek yang segera terlihat adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjadi tersembunyi.

Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Pusat perhatian dari analisis *framing* yaitu pembentukan pesan dari teks (Eriyanto, 2002: 11).

Analisis framing menggunakan paradigma konstruksionis. Paradigma ini pertamakali diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif Peter L Berger dan Thomas Luchman. Paradigma ini memandang bahwa realitas itu tidak terjadi secara ilmiah melainkan dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Paradigma ini juga memandang bahwa tidak ada realitas yang objektif, karena realitas tercipta melalui proses konstruksi dan pandangan tertentu. Dengan pemahaman seperti ini, artinya realitas itu bersifat dan berwajah ganda atau plural. Karena setiap orang mempunyai penafsiran yang berbeda-beda atas suatu peristiwa. Sehingga realitas yang sama, bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda. Konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.

Paradigma konstruksionis ini mempunyai pandangan dan penilaian tersendiri dalam memandang media, wartawan dan berita. Misalnya: paradigma ini memandang media sebagai agen konstruksi. Karena, menurut pandangan ini, media bukanlah sekedar saluran yang bebas melainkan sebagai subjek yang berperan penting dalam mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Berbeda dengan pandangan positivis yang memandang media hanya sebagai alat/saluran untuk menyampaikan pesan. Paradigma positivis lebih cenderung memandang media sebagai sarana yang netral.

Berikut beberapa penjelasan lebih dalam mengenai pandangan paradigma konstruksionis dalam melihat media, wartawan dan berita :

1. Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi. Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal ambil, ada dan menjadi bahan berita. Fakta atau realitas pada dasarnya dikonstruksi.
2. Media adalah agen konstruksi. Dalam pandangan konstruksionis, media dilihat bukan sebagai saluran yang bebas. Melainkan sebagai subjek yang berperan penting dalam mengkonstruksi realitas. Dalam paradigma ini, media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.
3. Berita bukan refleksi dari realitas. Ia hanyalah konstruksi dari realitas. Dalam pandangan konstruksionis, berita itu ibaratnya sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, melainkan potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa.
4. Berita bersifat subjektif. Dalam pandangan konstruksionis, berita dianggap bersifat subjektif karena berita tidak bisa lepas dari opini seorang wartawan ketika meliput. Wartawan melihat sebuah peristiwa dengan pespektifnya sendiri dan atas pertimbangan subjektifnya sendiri.
5. Wartawan bukan pelapor. Ia agen konstruksi realitas. Dalam pandangan konstruksionis, wartawan dipandang sebagai aktor atau agen konstruksi. Wartawan bukan hanya melaporkan fakta, melainkan juga turut mendefinisikan peristiwa melalui pemahaman mereka. Wartawan tidak bisa menyembunyikan keberpihakan mereka, karena ia merupakan bagian intrinsik dalam pembentukan berita.

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis. *Pertama*, pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Makna bukanlah sesuatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan. *Kedua*, pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seseorang menyusun citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas (Eriyanto, 2002: 47-48).

Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Konsep tentang *framing* atau *frame* sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Dalam praktiknya, analisis *framing* juga membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik dan kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis berdasarkan konteks sosiologis, politis, atau kultural yang melingkupinya (Sudibyo dalam Sobur, 2012:162).

Terdapat beberapa model analisis *framing*, diantaranya: model Murray Edelman, model Robert N Entman, model William A Gamson dan model Zongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Menurut pandangan Murray Edelman, *framing* adalah apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita mengkonstruksi atau menafsirkan realitas. Menurutya juga, *framing* adalah masalah bagaimana mengkategorikan sebuah berita. Kategorisasi tersebut berhubungan erat dengan ideologi.

Konsep *framing*, dalam pandangan Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*. *Framing*, kata Entman, secara esensial meliputi penseleksian dan penonjolan. Membuat *frame* adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atas realitas, dan membuatnya lebih menonjol di dalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral dan atau merekomendasikan penanganannya (Siahaan dalam Sobur, 2012: 165).

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya dan dibuangnya. Dibalik semua ini, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para

wartawan yang terlibat dalam proses produksi sebuah berita (dalam Sobur, 2012: 163).

Gamson dan Modigliani menyebut bahwa *framing* itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan. Menurut mereka, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana (Nugroho dkk dalam Sobur, 2012: 162).

Zhongdan Pan dan Gerald M Kosicki melihat bahwa *framing* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Dalam model ini, perangkat *framing* dibagi menjadi empat struktur besar, yaitu: sintaksis, skrip, tematik dan retorik (Sobur, 2012:175).

Semua model di atas pada intinya mendefinisikan framing sebagai pengemasan atau pembedaan sebuah peristiwa kemudian dikonstruksi oleh media sehingga menjadi sebuah realitas sosial. Cuman yang membedakan yaitu cara penyajiannya. Karena masing-masing model mempunyai cara masing-masing untuk mencari tahu framing yang dibuat oleh sebuah media.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih mengutamakan kualitas analisis data secara mendalam dan detail, yang tujuannya untuk dapat menyelesaikan masalah yang ada. Seperti yang diungkapkan Moleong (2010: 6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Jelas bahwa pengertian ini mempertentangkan penelitian kualitatif dengan penelitian yang bernuansa kuantitatif yaitu dengan menonjolkan bahwa usaha kuantifikasi apapun tidak perlu digunakan pada penelitian kualitatif. Maka dengan itu, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif ini dengan tujuan akan menggali dan mencari tahu lebih dalam mengenai makna dibalik sebuah wacana. Karena pada dasarnya penelitian kualitatif lebih menekankan pada penelitian makna yang tersembunyi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode “Analisis Framing (*Framing Analysis*) “. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Pusat perhatian dari analisis *framing* ini yaitu pembentukan pesan dari teks (Eriyanto, 2002: 11). Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna,

lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2012: 162).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Berita Metro Tv mengenai Partai Demokrat dan SBY pada kasus UU Pilkada tahun 2014. Peneliti akan mencari berita Metro Tv yang terkait dengan kasus UU Pilkada tahun 2014 yang di dalamnya terdapat berita mengenai Partai Demokrat dan SBY. Kenapa peneliti memilih berita yang fokusnya pada Partai Demokrat dan SBY? Karena peneliti melihat bahwa, SBY dan Partai Demokrat yang sedang berkuasa pada saat itu baik di eksekutif maupun di legislatif.

Peneliti mengambil Metro Tv sebagai objek penelitian, karena Metro Tv merupakan salah satu stasiun televisi berita terbesar di Indonesia. Metro Tv juga mempunyai visi menjadi stasiun televisi nomor satu dalam program beritanya. 70% program acaranya difokuskan pada berita. Porsi pemberitaannya lebih besar dibandingkan media-media lain. Kemudian Metro Tv juga mempunyai slogan “*Knowledge to Elevate*” yang artinya meningkatkan pengetahuan.

Peneliti mengambil kasus UU Pilkada tahun 2014 karena kasus ini merupakan kasus yang sangat penting dan yang akan menentukan bagaimana nasib Indonesia kedepannya dalam memilih pemimpin di daerah. Kasus ini juga merupakan kasus yang banyak menyita perhatian masyarakat. Peneliti mengambil berita kasus UU Pilkada sebagai objek penelitian hanya pada periode 2014. Karena pada periode 2014, pengesahan UU Pilkada dilakukan oleh DPR dan pada periode 2014 juga dikeluarkan

(Perppu) peraturan pemerintah pengganti undang-undang oleh presiden SBY untuk membatalkan hasil pengesahan UU Pilkada secara tidak langsung (melalui DPRD). Nantinya peneliti akan menganalisis 4 berita Metro Tv periode 2014 yang terkait kasus UU Pilkada tahun 2014 yang didalamnya terdapat berita mengenai Partai Demokrat dan SBY. Berikut data berita yang akan dianalisis :

Tabel 1.1

Jumlah Berita yang Dianalisis

NO	PERIODE	JUDUL BERITA	TANGGAL TAYANG
1.	2014	Matinya Kedaulatan Rakyat	Ditayangkan tanggal 26 September 2014
2.		Gaya Politik Bermuka Dua	Ditayangkan tanggal 30 September 2014
3.		Perppu Basa-Basi	Ditayangkan tanggal 7 Oktober 2014
4.		Tipu-Tipu Setuju Perppu	Ditayangkan tanggal 6 Desember 2014

Sumber: Kanal Metro Tv di Youtube.com

Sebagai contoh berita: Berita Primetime News dengan judul “Matinya Kedaulatan Rakyat”, diterbitkan tanggal 26 September 2014. Dibaca oleh news anchor “Aviani Malik”.

Gambar 2 : Berita Metro TV di acara Primetime News



Sumber : (<https://www.youtube.com/watch?v=eAU5CIUVJYc> diakses pada tanggal 24 November 2014).

Kutipan berita:

“Pemirsa, predisen Susilo Bambang Yudhoyono dari awal mendukung pelaksanaan pilkada langsung namun sikap itu tidak tercermin dari sikap Partai Demokrat yang justru walkout dari sidang pembahasan RUU Pilkada. Langkah Demokrat dinilai sebagai rekayasa politik untuk menjaga citra. Berikut kami sajikan ulasan sidang paripurna pengesahan RUU Pilkada”.

Berita ini diambil karena di dalam beritanya terdapat *frame* yang menurut peneliti ada usaha untuk menyalahkan atau menyudutkan Partai Demokrat dan SBY. Berita ini juga dijadikan objek penelitian karena tayang tepat di hari UU Pilkada disahkan oleh DPR dan sedang hangat-hangatnya diperbincangkan oleh masyarakat.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik Dokumentasi. Dokumentasi merupakan sebuah alat bukti atau tanda dari suatu kejadian atau peristiwa bahwa peristiwa tersebut pernah terjadi. Baik berupa foto,

video maupun dokumen. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Nantinya peneliti akan mencari dokumentasi berita-berita Metro Tv, baik yang di web resmi Metro Tv maupun dari sumber-sumber lain seperti youtube yang terkait dengan kasus UU Pilkada tahun 2014 yang kemudian nantinya untuk dianalisis.

4. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M Kosicki. Peneliti menggunakan model Pan dan Kosicki ini karena peneliti melihat model ini lebih dalam cara analisisnya dibandingkan dengan model-model yang lain. Model ini sangat cocok digunakan untuk menganalisis *frame* berita yang dibuat oleh televisi. Karena unit yang diteliti dalam model ini selain teks secara keseluruhan, terdapat gambar, foto dan grafik. Model Pan dan Kosicki ini merupakan teknik analisis *framing* yang menggunakan empat struktur teks berita dalam menganalisis sebuah berita. *Pertama*, struktur sintaksis; *kedua*, struktur skrip; *ketiga*, struktur tematik; *keempat*, struktur retorik.

Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki melalui tulisan mereka “*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*” mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat

organisasi ide. *Frame* merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita – kutipan sumber, latar belakang, pemakaian kata atau kalimat tertentu – ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks (Sobur, 2012: 175).

Pada model ini, perangkat framing dibagi menjadi empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis; *kedua*, struktur skrip; *ketiga*, struktur tematik; *keempat*, struktur retorik.

- Struktur sintaksis bisa diamati dari bagan berita. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa – pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa – ke dalam bentuk susunan kisah berita. Dengan demikian, struktur sintaksis ini bisa diamati dari bagan berita (headline yang dipilih, lead yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip, pernyataan dan penutup).
- Struktur skrip melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Skrip memberikan penekanan pada bagian tertentu (mana yang didahulukan dan mana yang disembunyikan). Unit yang diamati yaitu unsur 5W+1H.
- Struktur tematik, berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat, atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan

melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan ke dalam bentuk yang lebih kecil.

- Struktur retorik, berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu.

Table 1.2
Kerangka Framing Model Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
Sintaksis (Cara wartawan menyusun fakta)	Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
Skrip (Cara wartawan mengisahkan fakta)	Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik (Cara wartawan menulis fakta)	<ul style="list-style-type: none"> - Detail - Koherensi - Bentuk kalimat - Kata ganti 	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
Retoris (Cara wartawan menekankan fakta)	<ul style="list-style-type: none"> - Leksikon - Grafis - Metafora 	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing (2002: 295)

Alur atau cara analisis data yang peneliti lakukan nantinya yaitu:

1. Peneliti akan menulis kembali narasi berita secara keseluruhan yang dibacakan oleh news anchor di teleprompter atau rekaman narasi yang direkam dan akan mengcapture gambar yang ditampilkan dalam berita.
2. Kemudian peneliti mengamati atau menganalisis teks dari berita tersebut dengan menggunakan 4 struktur model Pan dan Kosicki yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik.
3. Pada struktur sintaksis, peneliti mengamati atau menganalisis keseluruhan dari teks berita atau skema berita. Mulai dari judul berita (headline), lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan hingga penutup.
4. Pada struktur skrip, peneliti mengamati atau menganalisis unsur kelengkapan berita yaitu unsur 5W + 1H. Apakah dalam sebuah berita tersebut nantinya terdapat kelengkapan unsur 5W+1H atau tidak.
5. Struktur tematik, peneliti nantinya menganalisis atau mengamati paragraph, proposisi, kalimat dan hubungan antarkalimat yang digunakan dalam teks berita tersebut.
6. Struktur retorik, peneliti nantinya menganalisis atau mengamati kata, idiom, gambar/foto serta grafik yang digunakan atau ditampilkan dalam berita tersebut.

Dengan cara tersebut, maka nantinya akan diketahui bagaimana frame/bingkai atau pengemasan yang dibentuk oleh media dalam sebuah berita.