

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menggelar Kongres ke IV di Bali, tepatnya di Inna Grand Beach Hotel, Denpasar. Kongres berlangsung selama 3 hari pada tanggal 09 s/d 11 April 2015, lebih cepat dari jadwal semula. Kongres yang mengukuhkan Megawati Soekarno Putri sebagai Ketua Umum PDIP ini menghasilkan 7 sikap politik PDIP yang berjudul “Mewujudkan Indonesia Raya, Indonesia yang Sejati-jatinya Merdeka” yang merupakan penyempurnaan sikap politik hasil kongres ke III pada tahun 2010.

Hasil kongres PDIP sedikit banyak akan mempengaruhi sikap politik pemerintah karena Presiden terpilih berasal dari partai ini yaitu Joko Widodo. Sehingga PDIP beserta koalisinya mendukung Pemerintahan sekarang. Di sisi lain, kongres ini juga memberi gambaran tentang intrik politik pemerintahan khususnya mengenai kerenggangan hubungan antara PDIP dan Joko Widodo.

Pada hari pertama, seorang politikus PDIP, Adriansyah ditangkap KPK dalam Operasi Tangkap Tangan dengan tuduhan suap izin pertambangan. Banyak pihak menduga ada unsur politis dalam penangkapan anggota Komisi IV DPR RI ini. Pasalnya penangkapan berlangsung bersamaan dengan hajatan tahunan PDIP. Namun PDIP sendiri, tidak memberi bantuan hukum kepada kadernya tersebut karena

bukti penangkapan sangat kuat. Bahkan Adriansyah kemudian dikeluarkan dari partai secara tidak hormat.

Kasus Adrian tak luput dari pemberitaan media seperti halnya kasus korupsi lain. Berita politik merupakan berita utama media karena relevansi dan implikasinya mencakup masyarakat luas (Simarmata,2014:16). Namun pada Kongres ini, media justru lebih banyak mengangkat kontroversi hubungan antara Presiden Jokowi dengan Megawati Soekarno Putri dibandingkan kasus Adriansyah.

Hubungan Jokowi-Mega dikabarkan sedang merenggang. Kerenggangan ini terasa dari kalimat-kalimat dalam pidato pembukaan dan penutupan kongres oleh Megawati Soekarno Putri selaku ketua umum PDIP. Beliau menyampaikan isu terkait intrik politik yang terjadi di lingkaran pemerintahan Jokowi-Kalla dan secara langsung mengkritik Presiden. Berikut petikan kalimat yang Megawati lontarkan dalam pidatonya,

"Saya sudah berulang kali menyampaikan ke Presiden Joko Widodo untuk memegang teguh janji kampanye, karena itu ikatan suci dengan rakyat," "Sangat wajar apabila presiden dan wakil presiden menjalankan garis politik partai karena kebijakan partai segaris dengan rakyat,"

(Sumber :<http://www.tempo.co/read/fokus/2015/04/10/3148/mega-presiden-mesti-jalankan-garis-partai>, diakses pada tanggal 12

Desember 2015, pukul 16.30 WIB)

Selain itu, Megawati juga menyinggung mengenai penumpang gelap dan petugas partai dalam pidatonya. Sebutan petugas partai sempat

menjadi polemik di dunia maya beberapa waktu lalu, kini petugas partai juga mendapat sambutan yang sama di tengah masyarakat. Berikut bunyi pernyataan Megawati :

“Sebagai perpanjangan partai, wajib dan sudah seharusnya menjalankan instruksi partai,” “Kalau ada yang tidak mau disebut petugas partai, keluar!”.

(Sumber:<https://nasional.tempo.co/read/news/2015/04/11/078657070/sindir-jokowi-mega-tak-mau-disebut-petugas-partai-keluar>, diakses pada tanggal 12 Desember 2015, pukul 16.50 WIB)

Kerenggangan hubungan juga nampak secara tersirat dari pemasangan atribut partai selama kongres berlangsung. Dari 10.500 atribut partai yang dipasang (bendera, poster, baliho, banner dan sebagainya) tidak satupun bermuatan foto beliau. Seperti yang diungkapkan politisi PDIP, Made Arjana dalam Sindonews.com. Sebagai partai pengusung Pemerintah, sudah selayaknya PDIP bangga memiliki kader yang terpilih sebagai Presiden melalui pemilihan umum. Dalam hajatan besar partai seperti ini, seharusnya PDIP menunjukkan kebanggaannya.

"Kita tidak melihat poster atau baliho Jokowi. Ada apa PDIP dan Jokowi ?". Seharusnya dalam hajatan besar seperti saat ini menjadi kebanggaan bagi kita semua bahwa ada kader partai yang menjadi presiden. Itu harus ditunjukkan. Partai lain selalu bangga menunjukkan itu, sedangkan PDIP ? " ungkapanya.

(Sumber:<http://nasional.sindonews.com/read/986966/12/tak-ada-poster-jokowi-di-arena-kongres-pdip-1428513638>, diakses pada tanggal 12 Desember 2015, pukul 15.45 WIB)

Sebaliknya, Presiden Jokowi diundang ke kongres hanya sebagai kader partai bukan sebagai Kepala Negara. Seperti yang diungkapkan Achmad Basarah, politikus senior PDIP saat diwawancarai oleh media. Sebagai kader partai, Presiden tidak diberi waktu untuk pidato. Padahal menurut Andi Widjajanto selaku sekretaris kabinet Indonesia Hebat, Presiden sudah menyiapkan teks pidato sehari sebelum kongres. Bukan tanpa alasan, dalam undangan terlampir susunan acara yang menyertakan pidato Presiden. Selain itu, dalam konvensi kegiatan partai politik manapun, Presiden selalu diberi kesempatan untuk pidato. Hal ini sudah menjadi semacam tradisi kehormatan.

Pengamat politik dari Sigma (Sinergi Masyarakat untuk Indonesia), Said Salahudin, menyayangkan sikap PDIP yang dianggap telah merendahkan harkat martabat seorang Kepala Negara tersebut. Walaupun Presiden Jokowi merupakan kader PDIP namun jabatan kepala negara melekat padanya selama 24 jam penuh.

(Sumber:<http://nasional.sindonews.com/read/988927/12/pengamat-jokowi-dikacangin-megawati-di-kongres-pdip-1428974382>, diakses pada tanggal 10 Oktober 2015, pukul 15.40 WIB)

Indikasi kerenggangan hubungan ini tidak luput dari liputan media. Hampir semua media di Indonesia menjadikan berita politik utama. Berita politik cenderung mengangkat konflik, ketokohan,

negativitas dan akibat dibanding elemen lain (Simamarta, 2014:21). Wacana hubungan Jokowi-Mega juga diangkat oleh Viva.co.id dan MediaIndonesia.com. Keduanya merupakan aset politikus yang berseberangan jalan, pendukung dan oposisi pemerintah. Viva.co.id adalah salah satu media dibawah naungan Viva Group milik Abu Rizal Bakrie yang juga menjabat sebagai ketua umum partai Golkar (KMP). Sedangkan Media Indonesia.com adalah pelebaran sayap dari Media Indonesia cetak dibawah komando Surya Paloh, ketua umum partai NasDem (KIH).

Baik Viva.co.id maupun MediaIndonesia.com menganut sistem kepemilikan dengan pemegang saham tunggal. Hal ini merupakan gambaran praktek sah jurnalistik di era reformasi. Sistem pers otoritarian pada masa orde baru berubah menjadi libertarian untuk menjamin kebebasan pers dari penguasa. Namun konsekuensi yang terjadi adalah adanya tendensi penggunaan media massa untuk kepentingan pribadi pemilik media.

Hasil riset yang dipaparkan di gedung dewan pers pada tanggal 26 Maret 2014 menyatakan Konglomerasi media nasional mempunyai kecenderungan tidak netral dalam pemberitaannya. Hasil penelitian empat lembaga masyarakat sipil yakni *PR2media*, *Remotivi*, *Masyarakat Peduli Media* dan *Inmark Digital* menemukan bahwa media digunakan oleh pemilik untuk publikasi dan kepentingan pribadinya, bahkan terdapat kelompok media yang memiliki tendensi untuk menyembunyikan kebenaran.

(Sumber:http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2014/03/14032_6_indonesia_media_blm_independen, diakses pada tanggal 21 Oktober 2015, pukul 21.00 WIB)

Menjelang pemilu presiden tahun lalu, kecenderungan dukungan pemilik Viva dan Media Indonesia terlihat dari siaran stasiun tv milik keduanya. Yaitu Tv One (Viva) yang mendukung pasangan calon Prabowo-Hatta dan Metro tv (Media Indonesia) yang condong ke Jokowi-JK. Temuan Komisi Penyiaran Indonesia, KPI menyebutkan, sejumlah media televisi, khususnya televisi berita, cenderung memihak kepada calon Presiden dari kubu Jokowi atau Prabowo, baik sisi pemberitaan atau iklannya.

"Hal ini tampak bukan hanya pada durasi, tetapi juga frekuensi kemunculan capres tersebut. Bahkan kecenderungan pemberitaannya," jelas Agatha Lily komisioner KPI bidang pengawasan

(Sumber:http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2014/05/140527_kp_independensi_mediav_pilpres, diakses pada tanggal 21 Oktober 2015, pukul 20.10 WIB).

Keberpihakan media seperti ini merugikan masyarakat sebagai khalayak media. Informasi mengenai calon Presiden kala itu menjadi membingungkan. Komisi Penyiaran Indonesia kemudian melayangkan surat teguran kepada TV one dan Metro tv atas tayangan yang tidak berimbang saat pemilu presiden tahun lalu. Pelanggaran dilihat dari jumlah durasi, jumlah frekuensi dan tone (kecenderungan). (Sumber:

<http://www.republika.co.id/berita/pemilu/hot-politic/14/06/17/n7bkvy-kpi-harap-dua-tv-nasional-diberi-sanksi>, diakses pada tanggal 21 Oktober 2015, pukul 20.10 WIB).

Dalam kaitanya dengan pidato Mega dan wacana kerenggangan hubungannya dengan Jokowi, kedua pemilik media mempunyai keterkaitan politik. Pasalnya pidato ini dinilai bisa mempengaruhi kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintahan Jokowi yang nantinya akan menguntungkan atau merugikan partai pendukung, begitu pula bagi partai oposisi. Oleh karena itu, konstruksi pidato Mega dalam berita akan mempengaruhi opini publik mengenai kepercayaan kepada pemerintah yang secara tidak langsung juga akan berpengaruh pada pengambilan kebijakan.

Dari segi kuantitas, Viva menurunkan berita sejumlah 27 artikel perihal wacana ini, dalam kurun waktu 09 hingga 16 April 2015. Sedangkan MediaIndonesia hanya menurunkan 9 artikel berita saja dalam kurun waktu yang sama. Kuantitas berita juga berperan dalam mengkonstruksi pidato Mega. Setidaknya terdapat tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja media khususnya oleh para komunikator massa tatkala melakukan konstruksi realitas termasuk realitas politik yang berujung pada sebuah citra politik : pemilihan simbol (fungsi bahasa); pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi *framing*) dan ketersediaan memberi tempat (*agenda setting*) (Hamad 2004 : 16).

Kemudian untuk mengetahui bagaimana konstruksi yang dibangun oleh Viva dan Media Indonesia mengenai pidato politik Mega akan diteliti lebih lanjut menggunakan analisis framing. Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta (Sobur, 2009: 162).

Sebagai pembanding frame berita, peneliti memilih Tempo.co. Portal berita online ini merupakan salah satu produk dari Tempo yang dikenal sebagai media yang kritis terhadap pemerintahan. Selain itu, sistem kepemilikan yang berbeda dengan Viva maupun Media Indonesia menjadi pertimbangan. Tempo adalah perusahaan terbuka yang tidak memiliki pemegang saham dominan. Bahkan wartawan Tempo turut memiliki saham dengan jumlah yang dipertimbangkan. Sehingga tidak ada tekanan dari kepentingan pemilik terhadap redaksi. Dengan begitu ideologi pers yang bertanggung jawab sosial sebagai landasan kerja profesional wartawan tetap terjaga dalam setiap pemberitaan.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana pembingkaiian Pidato Politik Megawati Soekarno Putri pada Kongres ke IV PDIP pada situs berita online Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Tempo.co ?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Viva.co.id, Media Indonesia.com dan Tempo.co membingkai Pidato Politik Megawati Soekarno Putri pada kongres PDIP 2015.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemberitaan oleh Viva.co.id , Media Indonesia.com dan Tempo.co.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah nilai pembelajaran dalam sisi akademis melalui analisis framing, sehingga dapat memahami tentang realitas yang ada dalam sebuah berita yang dikemas oleh media serta berbagai konstruksi di dalamnya. Sehinggalantinya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kesadaran kepada khalayak dalam mengetahui bagaimana media mengkonstruksi sebuah berita yang ditampilkan. Sehingga dapat mempengaruhi pandangan masyarakat tersebut terhadap sesuatu yang berbeda-beda.

E. Kajian Teori

1. Paradigma Konstruktivis

Paradigma dapat diartikan sebagai seperangkat keyakinan mendasar yang memandu tindakan, baik tindakan keseharian maupun dalam penelitian (Guba dalam Salim, 2006:63). Selanjutnya paradigma diartikan sebagai (i) *a set of assumption* dan (ii) *beliefs concerning*, yaitu asumsi yang ‘dianggap’ benar (secara *given*) (Bhaskar Salim, 2006:63-64)

Secara ontologis paradigma konstruktivis menyatakan bahwa realitas ada dalam beragam bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik. Realitas yang diamati oleh seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang. Atas dasar filosofis ini maka hubungan epistemologis antara pengamat dan objek penelitian merupakan satu kesatuan, subjektif dan merupakan hasil interaksi antara keduanya (Salim, 2006: 71).

Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis atas *sosial meaningful action* melalui pengamatan langsung terhadap aktor sosial dalam setting yang alamiah, agar dapat memahami dan menafsirkan bagaimana aktor sosial mencipta dan memelihara dunia sosial (Hidayat dalam Salim, 2006: 72). Ada dua karakteristik penting dari paradigma konstruktivis. Pertama, pendekatan ini menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran

tentang realitas. Kedua komunikasi dipandang sebagai proses yang dinamis (Eriyanto, 2002: 47).

2. Konstruksi Realitas Sosial dan Realitas Media

Setiap manusia menginterpretasikan obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa yang mereka hadapi sehari-hari berdasarkan *frame of reference* atau orientasi yang terbentuk dari *stock of knowledge* hasil dari proses sosialisasi. Lebih lanjut Alfred Schutz dalam Noviani mengemukakan semua manusia dalam pikirannya membawa *stock of knowledge* tentang barang-barang fisik, tentang sesama manusia, artefak dan koleksi-koleksi sosial maupun obyek-obyek budaya. Obyek dan peristiwa tersebut tidak memiliki makna yang universal atau inheren, yang jauh dari kerangka yang sudah ditentukan (Noviani, 2002:49).

Bagi Schutz, *stock of knowledge* dari orang-orang itulah realitas mereka. Bersifat atau memiliki karakter *taken for granted* dan jarang sebagai obyek refleksi kesadaran. Ia dipahami oleh manusia menggunakan akal sehat sebagai realitas. Orang umumnya berasumsi bahwa orang lain akan melihat dunia sebagai sesuatu yang dibangun dengan obyek-obyek dan peristiwa-peristiwa yang sama dan memiliki makna yang sama dengan mereka. Mereka menyandarkan diri pada tipifikasi-tipifikasi atau “resep-resep” tindakan yang sudah ada dalam budaya mereka. Tipifikasi ini menyediakan cara-cara untuk bertindak, solusi-solusi masalah dan interpretasi tentang dunia sosial. (Noviani, 2002:50)

Peter L. Berger dan Thomas Luckman menganggap proses dimana manusia menciptakan realitas kehidupan sehari-hari sebagai konstruksi realitas simbolik. Dunia sosial merupakan produk manusia, hasil dari konstruksi manusia itu sendiri dan bukan sesuatu yang *given*. Dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang secara rutin oleh individu dan dialami bersama dengan orang lain dalam sebuah pola yang *taken for granted* (Noviani, 2002 : 51).

Kemudian proses dialektika pembentukan konstruksi sosial oleh Berger dibagi menjadi tiga tahapan atau *momen*. *Pertama*, eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental atau fisik. *Kedua*, objektivasi yaitu hasil yang telah dicapai baik mental atau fisik dari kegiatan eksternalisasi. Benda atau bahasa hasil dari eksternalisasi menjadi realitas yang objektif dan menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh semua orang. *Ketiga* proses internalisasi yaitu penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial (Eriyanto, 2002:16-17).

Dunia sosial memiliki makna yang ambigu, dimana obyek, aktor, kondisi dan peristiwa tidak memiliki makna yang inheren. Menurut Erving Goffman, makna diciptakan melalui tindakan manusia yang mengorganisasi, mengkarakterisasi dan mengidentifikasi pengalaman dengan menggunakan definisi yang dipahami bersama. Kemudian makna

dipelajari dengan proses sosialisasi, orang cenderung bertindak berdasarkan pada makna tersebut tanpa melakukan penilaian kembali dan tanpa menyadari akan kekuatan-kekuatan sosial yang menciptakannya (Noviani, 2002: 52).

Dalam pandangan konstruksi sosial berita bukan merupakan peristiwa atau fakta yang riil. Berita adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses internalisasi wartawan dilanda realitas yang kemudian diamati dan diserap ke dalam kesadaran wartawan. Pada tahapan eksternalisasi, wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Konsep tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut. (Eriyanto, 2002: 20). Sedangkan Media adalah agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Merupakan subyek yang mengkonstruksi realitas lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya (Eriyanto 2002: 20).

Louis Althusser dan Antonio Gramsci sepakat bahwa media massa bukan sesuatu yang bebas, independen tetapi memiliki keterikatan dengan realitas sosial. Jelasnya ada berbagai kepentingan yang bermain dalam media massa. Di samping kepentingan ideologi antara masyarakat dan negara, di dalam institusi media sendiri terselubung kepentingan lain; kepentingan kapitalisme modal, keberlangsungan lapangan kerja bagi karyawan dan sebagainya. Dalam posisi seperti ini media massa tidak mungkin berdiri statis, dia akan bergerak dinamis diantara pusaran

kepentingan-kepentingan yang sedang bermain. Kenyataan seperti ini yang menyebabkan bias berita di media massa adalah sesuatu yang sulit dihindari (Sobur, 2001:30).

Media memiliki realitas yang disebut realitas media. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 11). Isi media memang didasarkan pada kejadian di dunia nyata, namun isi media menampilkan dan menonjolkan elemen tertentu; dan logika struktural media dipakai dalam penonjolan elemen tersebut. Bahkan, media tertentu cenderung membatasi dan menyeleksi sumber berita, menafsirkan komentar-komentar sumber berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif lain. Yang kemudian terjadi adalah penonjolan tertentu terhadap pemaknaan suatu realitas (Sudibyo, 2001:31).

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya (Sobur, 2001:88). Dalam media massa, keberadaan bahasabukan hanya sebagai alat untuk menggambarkan realitas, melainkan bisa bisa menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas-realitas media- yang akan muncul dibenak khalayak. Dengan menggunakan bahasa, media dapat mengembangkan kata-kata baru besertamakna asosiatifnya; memperluas makna dari istilah-istilah yang ada, mengganti makna lama, dengan makna yang baru, memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa (Hamad, 2004 : 12)

Pamela J. Shoemaker dan Stephen Reese berpendapat bahwa konstruksi berita pada dasarnya merupakan sebuah kesatuan informasi verbal dan visual yang didistribusikan secara kuantitatif dan kualitatif di dalam content media. Bagian kuantitatif dapat dilihat dari frekuensi kemunculan berita, jumlah istilah atau pemakaian istilah dalam berita serta durasi berita yang disajikan. Sedangkan bagian kualitatif dapat dilihat dari persepsi khalayak terhadap berita tersebut (Syahputra, 2006 : 53).

Namun secara umum, bagian kuantitatif ini biasanya memperhatikan unsur objektivitas dan faktualitas. Kedua unsur ini sering kali mendapat sorotan karena dalam proses penyusunan berita itu sendiri terjadi banyaknya pengaruh dari berbagai pihak. Misalnya pihak media, yang menginginkan berita-berita yang disampaikan kepada khalayak adalah berita yang menggambarkan ideologi media tersebut. Penggambaran ideologi media tersebut dapat terlihat dari cara penulisan berita, pemilihan judul, bentuk penceritaan peristiwa, atau penentuan fakta mana yang harus ditonjolkan atau justru harus dihilangkan (Syahputra, 2006 : 53).

Media dipandang sebagai aktor yang punya cara dan nilai tersendiri dalam melihat suatu isu dan peristiwa atau disebut sebagai ideologi. Ideologi yang dapat mempengaruhi proses framing berita ini dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: (1) *dominant ideology*, (2) *elite*

ideology, dan (3) *journalistic ideology* atau *occupational ideology*(Shoemaker dan Reese dalam Simamarta, 2014:29).

Louis Althusser membagi ideologi dalam dua konsep kunci, yaitu *Repressive State Apparatus* (RSA) dan *Ideological State Apparatus* (ISA). *Repressive State Apparatus* (RSA) merupakan aparat-aparat negara yang bersifat represif, misalnya pemerintah, militer, dan polisi. Aparat-aparat negara ini menurut Althusser menjalankan fungsinya melalui kekerasan. Kekerasan yang dimaksud dalam RSA tidak hanya bekerja pada tatanan kekerasan fisik, namun juga non-fisik. Sedangkan *Ideological State Apparatus* (ISA) merupakan suatu institusi ideologis dalam kehidupan bernegara yang berfungsi memberi dukungan ideologis terhadap kepentingan kelas penguasa. Selain itu institusi ini juga berfungsi untuk menciptakan hubungan yang bersifat eksploitatif dan manipulatif (Althusser dalam McQuail, 2003 : 83).

3. Produksi Berita

Berita adalah laporan yang tepat dan sesuai waktunya dari suatu kejadian, pendapat-pendapat baru, pikiran-pikiran dan apa saja mengenai atau menarik hati pembaca (Lubis dalam Simarmata, 2014: 18).

Berita memiliki batasan-batasan sehingga ia layak disebut berita. Beberapa penulis merumuskan batasan tersebut sebagai berikut:

- a. M. Lyle Spencer, dalam buku *News Writing* menyebutkan, berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.
- b. Williard C. Bleyer, dalam buku *Newspaper Writing and Editing* mengemukakan, berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena dia dapat menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.
- c. William S. Maulsby dalam buku *Getting in News menulis*, berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.
- d. Eric C. Hepwood menulis, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.

(Assegaff, 1991:23)

Sebelum menjadi berita, sebuah peristiwa atau informasi diliput oleh wartawan sebagai ujung tombak media. Proses kerja wartawan berdasarkan pada prosedur-prosedur yang mengatur bagaimana sebuah peristiwa kemudian menjadi komoditas yang layak dipublikasikan. Berita merupakan hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu dalam satu

kategori tertentu. Dari jutaan peristiwa yang terjadi di dunia kemudian disortir dengan batasan yang disediakan dan dihitung agar layak diturunkan sebagai sebuah berita (Eriyanto, 2002:119).

Dalam proses membuat berita, setidaknya wartawan melalui dua proses penting; *pertama*, wartawan berusaha untuk melaporkan seakurat mungkin tentang kebenaran atau realitas dari suatu peristiwa lewat observasi langsung, maupun dengan menggunakan beberapa sumber relevan seperti otoritas terkait, ahli yang tepat dan reliable, serta sumber fisik yang relevan; *kedua*, wartawan berusaha menulis cerita yang menarik, tepat waktu dan jelas. Dalam proses ini wartawan sering menggunakan kutipan, anekdot, contoh, dan isu kemanusiaan untuk menghidupkan beritanya (Mencher dalam Simarmata, 2014:20)

Adapun hal-hal yang dilakukan oleh sebuah media sebelum memproduksi berita adalah sebagai berikut :

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 (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2009: 73-74).

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

planning sheet 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.

Pada 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 pemerikayaan 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 (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2009: 73-74).

Nilai berita yang dimaksud di atas adalah unsur-unsur yang membuat sebuah peristiwa berbeda dengan peristiwa lainnya sehingga layak diberitakan kepada khalayak. Sebuah peristiwa atau kejadian harus memiliki unsur penting dan menarik. Setiap orang mempunyai persepsi berbeda mengenai hal yang penting dan menarik baginya. Namun

demikian, nilai berita (*News value/news worthy*) yang terkandung dalam berita akan menjadi *magnet* yang menarik pembaca untuk mengkonsumsi berita tersebut (Siregar, 1998: 27).

Secara umum, kejadian yang dianggap mempunyai nilai berita atau layak berita adalah yang mengandung satu atau beberapa unsur berikut ini :

- *Significant* (penting)

Suatu kejadian atau peristiwa yang apabila diberitakan akan mempengaruhi pembacanya atau memiliki makna penting bagi pembacanya.

- *Magnitude* (besar)

Kejadian atau peristiwa yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi khalayak atau kejadian yang menyangkut dengan angka apabila dijumlahkan akan menarik bagi pembaca.

- *Timeliness* (waktu)

Peristiwa atau kejadian yang menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan waktu (peristiwa baru terjadi atau baru ditemukan).

- *Proximity* (kedekatan)

Kejadian atau peristiwa yang berkaitan dengan dengan faktor keterkenalan.

- *Human interest* (manusiawi)

Kejadian atau peristiwa yang mengandung unsur manusiawi. Kejadian yang dapat memberikan sentuhan perasaan para pembaca. Semakin peristiwa tersebut memiliki banyak nilai berita, maka semakin kuat disebut sebagai berita dan memiliki kemungkinan peristiwa tersebut di tempatkan dalam headline. Nilai berita tidak saja memiliki tolak ukur wartawan dalam bekerja, tetapi sudah menjadi ideologi wartawan dalam meliput berita (Siregar, 1998: 27-28)

Selain memiliki nilai kelayakan berita, wartawan juga memiliki prosedur untuk mengkategorikan peristiwa. “Wartawan atau pembuat berita” memakai kategori berita tersebut untuk menggambarkan peristiwa yang akan digunakan sebagai berita. Menurut Tuchman terdapat lima kategori berita (Eriyanto: 109-100). Sebagai berikut:

- *Hard news*

Hard news adalah berita yang peristiwanya harus segera disampaikan pada khalayak. Kategori berita ini dibatasi oleh waktu dan aktualitas. Semakin cepat diberitakan, maka akan menjadi semakin baik.

- *Soft news*

Berita dalam kategori ini tidak mengutamakan unsur-unsur penting, tetapi lebih pada unsur menariknya. Peristiwa yang ditulis lebih pada peristiwa yang manusawi, sehingga memang unsur yang

mengandung nilai-nilai manusiawi menarik untuk diangkat menjadi sebuah berita.

- *Spot news*

Dalam *spot news*, untuk peristiwa yang tidak direncanakan dan tidak dapat diprediksikan, misalnya kecelakaan, pembunuhan, bencana alam.

- *Developing news*

Developing news lebih kurang sama dengan spot news, berkaitan dengan peristiwa yang tidak terencana. Tetapi dalam kategori ini akan melanjutkan berita sebelumnya dan berita selanjutnya merupakan kelanjutan dari berita sebelumnya.

- *Contuining news*

Kategori berita ini adalah peristiwa yang dapat direncanakan. Dalam *contuining news*, misalnya ada suatu peristiwa yang kompleks maka banyak hal yang diperbincangkan dalam peristiwa ini menyangkut banyak bidang, tetapi masih dalam satu bidang yang sama.

Selanjutnya dalam memproduksi berita, wartawan dan media juga berpatokan pada ideologi profesional yang berlaku untuk pekerja jurnalistik. Ideologi profesional berupa prosedur kerja untuk menjamin kebenaran berita atau objektivitas yang diliput oleh wartawan. Menurut Shoemaker dan Reese dalam Eriyanto (2002), ideologi ini adalah

konstruksi untuk memberi kesadaran kepada khalayak bahwa pekerjaan wartawan adalah menyampaikan kebenaran. Objektivitas memberikan legitimasi pada media untuk disebarkan kepada khalayak bahwa apa yang disampaikan adalah kebenaran yang benar-benar terjadi dan bukan opini dari wartawan.

Lebih lanjut Eriyanto menjelaskan dalam produksi berita, objektivitas secara umum dilakukan dengan memisahkan fakta dan opini. Prosedur yang biasa dilakukan adalah dengan melakukan reportase baik dengan cara pengamatan atau wawancara. Kemudian dengan liputan dua sisi (*cover both side*) yaitu dengan mengkontraskan pendapat satu narasumber dengan pendapat narasumber lain. Hal ini dilakukan untuk menekankan bahwa wartawan tidak memihak.

Ada dua kecenderungan studi bagaimana melihat proses produksi berita yaitu Pendekatan seleksi berita (*selectivity of news*) dan Pendekatan pembentukan berita (*creation of news*), penjelasannya sebagai berikut:

a. Pendekatan seleksi berita (*selectivity of news*)

Yaitu pendekatan yang seringkali digunakan oleh komunikator yang akan memilih bagian mana dari berita yang penting dan mana yang tidak penting untuk ditampilkan kedalam sebuah berita. Pendekatan tersebut seolah-olah menyatakan bahwa terdapat realitas sebenarnya atau riil yang memang sengaja diseleksi oleh wartawan untuk disajikan ke dalam sebuah berita.

b. Pendekatan pembentukan berita (*creation of news*)

Yaitu pendekatan yang melihat peristiwa bukanlah sesuatu yang diseleksi melainkan dibentuk oleh wartawan. Wartawan pula yang membentuk peristiwa, sehingga mana yang layak disebut berita dan mana yang tidak layak menjadi berita. Wartawan turut berperan aktif dalam membentuk suatu realita yang kemudian dikemas sedemikian rupa dalam bentuk media (Fishman dalam Mcquail 2011 :163).

Seperti yang telah disinggung di atas, proses produksi berita oleh wartawan dibatasi dengan beberapa variabel sebagai patokan kualitas dan keefektifan berita. Melengkapi penjelasan diatas, berikut adalah penjelasan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi produksi berita. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D.Reese menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi proses produksi berita tersebut, yaitu sebagai berikut :

- a. Faktor Individual, berhubungan dengan latar belakang profesional pengelola media, seperti latar belakang kehidupan wartawan, meliputi jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan dan kebudayaan.
- b. Rutinitas Media, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita yang meliputi bagaimana beritadibentuk, melalui proses apa serta melalui tangan siapa saja berita diproduksi sebelum sampai pada proses pencetakan. Segala proses seleksi berita, terjadi karena rutinitas kerja keredaksionalan yang dipandang sebagai suatu bentuk rutinitas organisasi media. Disini

pula seorang redaktur memegang kendali pemberitaan, karena redaktur memiliki otoritas penuh untuk memutuskan peristiwa mana yang layak diangkat dalam sebuah berita dan mana yang tidak layak.

- c. Level Organisasi atau sering disebut juga Institusi Media, berhubungan dengan struktur organisasi secara hipotetik yang turut mempengaruhi pemberitaan. Institusi media meliputi wartawan, editor, *layouter*, fotografer, bagian pemasaran, pengiklan dan pemodal.
- d. Level Ekstramedia, berhubungan dengan lingkungan di luar media, antara lain :
 1. Sumber berita, dalam hal ini bukan dipandang sebagai pihak yang netral dalam memberikan informasi, namun memiliki kepentingan tersendiri serta memberlakukan politik media dalam informasinya. Hal tersebut turut mempengaruhi pemberitaan.
 2. Sumber penghasilan media.
 3. Pihak eksternal media, meliputi pemerintah dan lingkungan bisnis.
- e. Level Ideologi, diartikan sebagai kerangka berpikir atau sebagai referensi, acuan individu, golongan dan organisasi dalam menafsirkan realitas serta bagaimana mereka menyikapi realitas yang ada tersebut. Melalui level ideologi ini, media

mempunyai kekuasaan dan hak untuk menentukan apa saja yang akan disajikan dalam pemberitaannya kepada khalayak. Saat itu, media akan menggunakan kekuasaannya untuk membentuk opini publik sesuai dengan keinginannya, sehingga redaksi dan jurnalis dikontrol dan didikte harus memberitakan apa saja sesuai dengan ideologi media (Shoemaker dan Reese dalam Sudibyo, 2001 : 7-12).

4. Berita Politik

Objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu berita pidato politik Megawati Soekarno Putri yang dimuat dalam Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Tempo.co. Berita politik merupakan berita utama media karena relevansi dan implikasinya mencakup masyarakat luas. Sejalan dengan itu, berita media pada dasarnya memiliki dimensi politik, karena media adalah institusi politik (Simarmata,2014:16). Strategi untuk mengkaji pers sebagai institusi politik adalah berusaha memahami kapan organisasi media menjadi aktor dependen dalam proses politik dan kapan media menggunakan pengaruhnya terhadap aktor dan fenomena politik secara independen. (Schiver dalam Simamarta, 2014:17).

Relasi media dan politik bersifat interpenetratif dan saling mempengaruhi. Artinya relasi tersebut tidak selalu bersifat kooperatif, tetapi juga dapat bertentangan atau berbeda pandangan. Namun yang paling penting dari hubungan tersebut adalah posisi media yang melihat politik dari sisi sebagai sumber berita, sementara disisi lain sebagai proses

yang harus dikritiknya. Artinya, apakah media dapat menjalankan fungsi kritiknya atau malah menjadi alat propaganda elit politik saja. (Simarmata, 2014:5).

Topik berita politik sangat luas mulai dari kebijakan, sikap politik pejabat negara (*action or inaction*), isu publik, konflik kepentingan, lembaga/institusi politik, aktor politik, hingga sistem politik secara keseluruhan (Simarmata, 2014:19). Setidaknya terdapat tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja media khususnya oleh para komunikator massa tatkala melakukan konstruksi realitas termasuk realitas politik yang berujung pada sebuah citra politik : pemilihan simbol (fungsi bahasa); pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi *framing*) dan ketersediaan memberi tempat (*agenda setting*) (Hamad 2004 : 16)

Pemberitaan politik setidaknya mempunyai dua kecenderungan : *pertama* media cenderung meliputi sisi konflik dari politik daripada sisi kerja sama dengan dasar nilai berita; *kedua*, media sangat tergantung pada sumber elit politik karena keahlian dan jabatan mereka dalam struktur politik. Akibatnya ada kemungkinan media menjadi alat politik para elit (Simarmata, 2014:26)

Seperti yang telah dibahas sebelumnya mengenai faktor yang mempengaruhi produksi berita, kepemilikan modal termasuk dalam faktor internal. Viva dan Media Indonesia berada dalam naungan perusahaan media milik politikus aktif di Indonesia. Sedangkan pemodal Tempo berada di luar lingkungan politik. Deveroux berpendapat bahwa

kepemilikan media berpengaruh pada isi berita yang diproduksi oleh media tersebut. Penjelasannya antara lain sebagai berikut :

- a) Adanya fakta bahwa para pemilik media massa menjadi konglomerattransnasional yang mempunyai wewenang mengontrol di bidang media dan non media.
- b) Terjadinya pergantian *audience* sebagai konsumen dari media, bukan sebagai warga negara yang sudah seharusnya mendapatkan informasi dari media itu sendiri atas apa yang sedang terjadi di sekitarnya.
- c) Timbulnya kekuasaan yang cenderung mendominasi di bidang ekonomi dan politik dalam kaitannya dengan kepemilikan media.
- d) Adanya intervensi atau campur tangan dari pemilik modal dan pemilik media terhadap pemberitaan di media massa miliknya, khususnya pemberitaan mengenai dirinya atau media yang ia miliki.
- e) Adanya deviasi atau penyimpangan dalam berita, sehingga para awak media tidak lagi begitu mementingkan kode etik dalam produksi dan proses peliputan berita.
- f) Adanya ideologi yang dominan dalam media massa, sehingga mempengaruhi produksi berita (Devereux, 2003 : 54).

5. Jurnalisme online

Berita merupakan salah satu produk dari media massa. Berita mewakili salah satu fungsi media massa yaitu untuk memberi informasi. Hal ini didasari oleh kebutuhan manusia akan informasi untuk bertahan hidup. Untuk inilah jurnalistik hadir sebagai penyedia berita sebagai wujud informasi.

Asal kata jurnalistik adalah *journal* atau *du jour* yang berarti hari, dimana segala berita atau warta sehari itu termuat dalam lembaran tercetak. Karena kemajuan teknologi dan ditemukannya pencetakan surat kabar dengan sistem silinder (rotasi), maka istilah *pers* muncul, sehingga orang lalu mesnadakan istilah jurnalistik dan pers (Assegaf, 1991:10). Lazimnya pers mempunyai tiga fungsi utama, yaitu : memberikan informasi, memberikan hiburan dan melaksanakan fungsi kontrol (Assegaf, 1991:11).

Seiring dengan perkembangan teknologi, jurnalistik pun semakin berkembang dalam artian semakin bervariasinya medium penyampaiannya kepada khalayak. Mulai dari tulisan dan foto yang dicetak, hingga media elektronik yang memungkinkan penyajian berita berbentuk audio visual. Kini jurnalistik juga memanfaatkan medium internet atau yang biasa disebut *cyber space* yang dikenal dengan berbagai kelebihan seperti kecepatan tinggi, jangkauan luas dan ruang penyimpanan yang tak terbatas. Dengan karakteristiknya, internet menjamin pers tidak akan terkekang lagi.

Dalam zaman *cyber space* kebebasan media melekat pada teknologi itu sendiri. Teknologi *cyber space* menerobos kemana-mana, *borderless*, tidak bisa dibatasi oleh aturan dan perundangan. Mau tidak mau kebebasan pers terpengaruh oleh kebebasan *borderless* media *cyber space*. Karena itu, yang terbaik adalah mempersiapkan masyarakat untuk menghadapi kondisi baru itu (Oetama, 2001:22)

Kata McLuhan, dan ini yang penting, *the medium is the message*. Yang mempengaruhi publik pertama-tama bukan informasi yang disampaikan, tapi medium penyampai informasi itu sendiri. Ketika McLuhan pertamakali mengenalkan istilah "*global village*" dan "*the medium is the message*" pada 1964 dalam bukunya *Understanding Media*, tak seorangpun yang dapat membayangkan makna frase itu dalam wujudnya sekarang ini. *Understanding Media* ditulis 20 tahun sebelum revolusi personal computer dan 30 tahun sebelum kehadiran internet. Itu yang kini terjadi di tengah dunia kita. Internet itulah *the message*. Internet membuat umat manusia seperti hidup dalam sebuah kampung global (*global village*). Internet sebagai medium juga telah mempengaruhi cara kita hidup, termasuk cara kita memproduksi dan mengonsumsi berita (Margianto dan Syaefullah, 2014: 12-13).

Jurnalistik yang menggunakan medium internet biasa disebut jurnalistik online. Deuze menyatakan bahwa perbedaan jurnalisme online dengan media tradisional, terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh para wartawan cyber. *Online journalism* harus membuat keputusan-

keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlinks* (Santana, 2005 : 137).

Di Indonesia internet hadir pada tahun 1990-an dan baru dikenal masyarakat pada tahun 1994 setelah penyedia layanan internet komersil Indonet berdiri. Catatan tentang media pertama yang hadir di internet jauh lebih pasti yaitu Republika Online (www.republika.co.id) yang tayang perdana pada 17 Agustus 1994, satu tahun setelah Harian Republika terbit. Kemudian disusul media-media lain. Pada generasi pertama ini konten media online hanya menyalin konten berita versi cetaknya (Margianto dan Syaefullah, 2014: 15)

Khasanah media online yang statis berubah sejak detik.com muncul. Tanpa dukungan media cetak, seperti media online generasi pertama, www.detik.com mengenalkan langgam berita baru: ringkas *to the point*. Kerap, atas nama kecepatan, berita detik.com tidak selalu lengkap dengan unsur 5W + 1H layaknya pakem baku jurnalistik. Budiono mengenalkan langgam *running news*, yakni sebuah penyajian berita serial yang meniru cara *breaking news* stasiun berita CNN atau yang biasa juga diterapkan pada kantor-kantor berita asing seperti AP, AFP, atau Reuters (Margianto dan Syaefullah, 2014: 18)

Media cetak menggunakan oplah sebagai ukuran. Sedangkan media online punya istilah *traffic*, yaitu banyak sedikitnya pengunjung dan

jumlah klik serta durasi berkunjung atau *pageview*. Untuk memperoleh jumlah *traffic* yang tinggi, media online perlu menarik minat pembacanya. Pertama tentu Traffic diperoleh oleh daya pikat suatu situs berita terhadap pembacanya. Daya pikat itu bisa jadi adalah kredibilitas situs berita tersebut. Karena kredibilitas informasi yang disampaikan, banyak pembaca datang mengunjungi situs tersebut (Margianto dan Syaefullah, 2014: 31)

Kedua, traffic juga dihasilkan dari ruang interaktivitas yang disediakan suatu situs berita. Terkait berita, misalnya, traffic dihasilkan dari diskusi yang berlangsung pada halaman-halaman komentar. Tak sedikit pembaca membuka satu berita berkali-kali karena mengikuti diskusi yang berlangsung di halaman komentar. Traffic pun dihasilkan dari layanan-layanan interaktivitas lain di luar berita. Misalnya, forum, *games*, atau *commerce* yang disediakan situs berita tertentu. Interaktivitas pembaca pada situs berita online sejatinya memang natur atau karakteristik internet sebagai medium baru. Pemimpin Redaksi Detik.com Arifin Asyhad, menegaskan hal itu. Menurutnya, kehadiran komunitas di ruang-ruang media online adalah keniscayaan. Internet, terutama setelah era web 2.0, memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. “Media online yang tidak membuka ruang partisipasi akan kehilangan karakter online-nya,” kata Arifin (Margianto dan Syaefullah, 2014: 31).

Selanjutnya, sehubungan dengan *pageview* ini, lazimnya, media-media online di Indonesia mempraktikkan gaya penulisan berita yang khas yaitu update berita sepotong-sepotong atau berita yang dipecah-pecah. Ada

yang menyebut berita online adalah jurnalisme empat paragraf karena dalam satu berita isinya hanya empat paragraf. Ada argumentasi yang menyatakan, berita-berita yang sepotong-sepotong itu adalah *nature online* karena berita online harus cepat dan merupakan rangkaian perkembangan atas suatu peristiwa. Tapi, dalam perspektif bisnis, berita yang sepotong-potong ini menguntungkan karena dapat melipatgandakan pageview (Margianto dan Syaefullah, 2014: 32).

Ruang komentar ini merupakan wujud penerapan sifat interaktifitas internet. Space ini secara alami menjadi ruang diskusi antar pembaca yang secara tidak langsung juga ikut menyumbang informasi. Interaktifitas ini juga yang membuat masyarakat sipil ikut terjun dalam aktivitas jurnalistik tanpa harus menjadi jurnalis profesional. Hal tersebut dikenal sebagai *citizen journalistics*.

Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasi 5 perbedaan utama antara jurnalisme online dan media massa tradisional, yaitu kemampuan internet untuk mengombinasikan sejumlah media, kurangnya tirani penulis atas pembaca, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak, internet dapat membuat komunikasi berlangsung sinambung dan interaktivitas web (Santana, 2005:137).

6. Analisis Framing

Pembingkaiian pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman (1974), yang mengartikan frame sebagai sebuah proses kognitif dengan mana individu-individu secara aktif mengidentifikasi mengorganisasi dan

menginterpretasikan peristiwa-peristiwa dan informasi dalam kehidupan sehari-hari serta memberi makna terhadapnya. Dalam konteks media penggunaan framing terjadi pada proses produksi berita oleh jurnalis. Seperti yang dijelaskan oleh Gitlin, framing merupakan proses pemilihan (*selection*), penekanan (*emphasize*) dan penyampingan (*exclusion*) secara terus menerus atas peristiwa-peristiwa dan isu-isu media (Simarmata, 2014: 28)

Analisis Framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media melalui proses konstruksi yang menghasilkan makna tertentu. (Eriyanto, 2002: 3). Sedangkan definisi framing sendiri adalah sebuah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif tersebut akan menentukan fakta apa yang akan diambil untuk dijadikan dalam sebuah berita, bagian mana yang akan ditonjolkan dan yang dihilangkan serta akan dibawa ke arah mana berita tersebut (Sobur 2001 : 162).

Framing juga difahami sebagai metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur dan alat ilustrasi lainnya

(Sudibyo dalam Kriyantono, 2006:255).Kemudian definisi framing oleh beberapa ahli ilmu komunikasi terangkum dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1. Definisi Framing Menurut Beberapa Ahli Ilmu Komunikasi

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (<i>package</i>). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang disampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan yang ia terima.

Todd Gitlin	Strategi bagaimana realita suatu dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow dan Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dari kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membentuk individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, dan dihubungkan dengan

	rutinitas dan konvensi pembentukan berita.
--	--

(Eriyanto, 2002: 77-79)

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif mengenai pbingkaiian berita mengenai pidato politik Megawati Soekarno Putri pada kongres PDIP oleh Viva.co.id, Media indonesia.com dan Tempo.co.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moloeng, 2008 : 6).

Penelitian kualitatif deskriptif memiliki ciri tersendiri yaitu data yang dikumpulkan merupakan kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan karena adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo (Moloeng, 2008 : 11). Nantinya hasil dari penelitian ini bukan berupa angka, melainkan berupa data-data yang diperoleh dari hasil analisa

objek penelitian menggunakan metode tertentu. Dalam penelitian ini objek yang dianalisis berupa teks berita dan hasil penelitian berupa data pembahasan mengenai frame berita tersebut.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita mengenai pidato politik Megawati Soekarno Putri Soekarno Putri pada kongres PDIP ke IV yang diturunkan oleh Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Tempo.co dalam kurun waktu 10 April 2015 sampai dengan 16 April 2015. Pada kurun waktu tersebut media yang bersangkutan memberitakan peristiwa ini beserta kontroversinya dalam berbagai rubrik.

Dari keseluruhan berita yang diturunkan oleh ketiga media, peneliti mengambil sampel berjumlah total 9 artikel berita yang terdiri dari 3 artikel beritanya pada setiap media online. Peneliti mengambil sampel berita berdasarkan pada kelengkapan berita dan relevansi muatan berita dengan latar belakang penelitian. Muatan berita yang dimaksud adalah muatan yang bersinggungan langsung dengan pidato Mega maupun pernyataan-pernyataannya yang menuai polemik di masyarakat.

Kemudian sampel berita diseleksi berdasarkan tanggal terbitnya, yaitu sehari setelah terbit karena berita yang telah melalui seleksi redaksi terlebih dahulu, mengingat sifat media online yang mengutamakan kecepatan sehingga terkadang berita diturunkan tanpa melalui seleksi redaksi, wartawan sendiri yang mengunggah artikel.

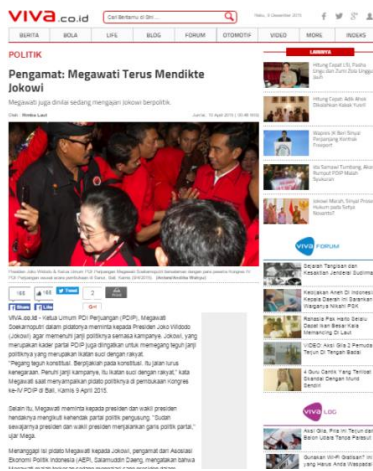
Selain itu, media online menyajikan berita sepotong-sepotong. Sesuai dengan pedoman media siber yang dikeluarkan oleh dewan pers, media online wajib menurunkan berita yang lengkap, untuk itu media online melengkapi informasi yang diberitakan dengan tautan antar artikel.

Sampel yang telah diseleksi diharapkan cukup merepresentasikan pemingkalian pidato Mega oleh masing-masing portal berita online. Sebagai berikut:

Tabel 2. Judul-Judul Artikel Berita (Objek Penelitian)

Media	Tanggal	Berita
Viva.co.id	10/04/2015	1. Peneliti LIPI: Kritikan Megawati ke Jokowi Tak Pantas
	10/04/2015	2. Pengamat: Megawati Terus Mendikte Jokowi
	12/04/2015	3. Soal 'Petugas Partai,' Mega Perjelas Statusnya atas Jokowi
MediaIndonesia.com	10/04/2015	1. Mega Ingatkan Jokowi
	12/04/2015	2. Harus Mau Disebut sebagai Petugas Partai
	12/04/2015	3. Jokowi-Mega Harus Duduk Bersama
Tempo.co	10/04/2015	1. Mega: Presiden Mesti Jalankan Garis Partai
	11/04/2015	2. Sindir Jokowi, Mega: Tak Mau Disebut Petugas Partai, Keluar!
	11/04/2015	3. Beragam Tafsir Pidato Megawati, dari Soal Jember Jokowi hingga Galaunya PDIP

Berikut ini screenshot berita yang termuat dalam ketiga portal berita yang menjadi objek penelitian.



Gambar 1 Berita di Viva.co.id dan MediaIndonesia.com

(Sumber : <http://politik.news.viva.co.id/news/read/612043-pengamat--megawati-terus-mendikte-jokowi>,
<http://mediaindonesia.com/mipagi/read/10254/Mega-Ingatkan-Jokowi/2015/04/10>, diakses pada tanggal 12 Desember 2015, pukul 16.00 WIB)



Gambar 2 Berita di Tempo.co

(Sumber : <http://www.tempo.co/read/fokus/2015/04/10/3148/mega-presiden-mesti-jalankan-garis-partai>, diakses pada tanggal 12 Desember 2015, pukul 16.00 WIB)

3. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang ada serta catatan-catatan yang berhubungan dengan analisis. Data yang diperoleh dari metode tersebut dapat diklasifikasikan dalam dua jenis yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian lalu (Nazir, 2005 : 50). Hal ini merupakan komponen utama yang menjadi faktor paling penting dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari indeks berita pada portal berita yang diteliti yaitu berita mengenai Pidato Megawati Soekarno Putri pada kongres PDIP pada Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Tempo.co dalam kurun waktu 09 s/d 16 April 2015.

b. Data Sekunder

Selain data-data primer, peneliti dalam penelitian ini juga membutuhkan data sekunder. Data-data sekunder digunakan untuk mendukung atau menunjang data-data primer. Data sekunder sendiri merupakan catatan yang mempunyai keterkaitan tidak langsung dengan sumber orisinal

(Nazir, 2005 : 50). Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data-data sekunder dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian, antara lain buku-buku, jurnal, website dan berbagai sumber lainnya.

4. Tehnik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan tehnik analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk menganalisis data. Model ini banyak diadaptasi dari pendekatan linguistik dengan memasukan elemen seperti pemakaian kata, pemilihan struktur dan bentuk kalimat yang mengarahkan bagaimana peristiwa dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002:329). Berdasarkan pendekatan tersebut, model ini memiliki perangkat analisis yang lebih operasional sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisis data. Perangkat framing tersebut yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Dengan menggunakan perangkat framing ini peneliti berharap bisa mengidentifikasi strategi pembingkai berita yang digunakan oleh wartawan secara komprehensif.

Sebuah pesan akan dibuat lebih menonjol, jadi ada teks yang ditonjolkan, sehingga pembaca atau khalayak akan lebih memfokuskan pada apa yang ditonjolkan. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menyebutkan dua konsepsi framing yang saling berkaitan, yaitu konsepsi psikologis dan sosiologis (Pan dan Kosicki dalam Eriyanto, 2002: 252-253)

Framing dalam konsepsi psikologis lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi di dalam dirinya dan berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, serta bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Sedangkan framing dalam konsepsi sosiologis adalah melihat bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Berita dalam model ini dianggap sebagai pusat dari organisasi ide, sehingga ide ini dihubungkan dengan elemen yang berbeda dengan teks berita (kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan (Eriyanto, 2002: 254-255)

Berdasarkan dua aspek tersebut, maka model analisis framing yang diperkenalkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 3. Tabel Perangkat Framing Metode Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS (cara wartawan menyusun fakta)	1. Skema Berita	Headline, lead, latarbelakang, kutipan,sumber, pernyataan,penutup
SKRIP (Cara wartawanmengisahkan fakta)	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK (cara wartawan menyusun fakta)	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat

	Kalimat 6. Kata Ganti	
RETORIS (Carawartawan menekankan fakta)	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik

(Eriyanto, 2002: 295)

Berdasarkan tabel di atas, model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dibagi menjadi empat bagian, antara lain:

a. Sintaksis

Sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Elemen ini digunakan untuk melihat wartawan dalam melihat sebuah isu atau peristiwa dan hendak dibawa kemana isu tersebut dikemas. Bentuk sintaksis yang paling sering digunakan adalah bentuk piramida terbalik. Struktur piramida terbalik ini terdiri dari headline, lead, episode, latar, dan penutup. Dalam struktur piramida terbalik ini wartawan akan menempatkan berita penting di kalimat pertama (Eriyanto, 2012: 296)

Elemen berikutnya adalah headline, seperti yang telah dijelaskan Eriyanto bahwa, khalayak atau pembaca akan lebih mudah mengingat headline atau lead yang ada pada suatu berita. Headline memiliki fungsi framing yang kuat, selain itu headline juga digunakan untuk menunjukkan bagaimana seorang wartawan akan mengkonstruksi sebuah isu (Eriyanto, 2002: 297).

Selain headline, latar juga memiliki peran penting untuk mengkonstruksi berita. Latar merupakan bagian berita yang dapat

mempengaruhi wartawan dalam menulis sebuah berita. Latar juga digunakan wartawan untuk menentukan cara pandang khalayak pada isu tersebut.

b. Skrip

Skrip adalah laporan berita yang sering disusun sebagai suatu cerita. Skrip ini sama halnya dengan saat kita sedang menulis sebuah novel. Wartawan akan berhadapan dengan tokoh, karakter, dan kejadian yang akan diceritakan. Wartawan juga akan membuat berita agar terlihat menarik, untuk itu peristiwa tersebut akan diramu secara dramatis dan emosional, serta menampilkan sebuah kisah awal, adegan, klimaks, dan penutup.

Elemen dari skrip ini adalah 5W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*). Unsur atau elemen ini menjadi hal yang sangat penting sebagai penanda dalam framing. Agar berita yang dibuat oleh wartawan menarik, terkadang wartawan akan menggunakan gaya bercerita yang dramatis serta mengaduk emosi bagi pembaca.

c. Tematik

Berita itu mirip dengan sebuah pengujian hipotesis. Artinya, peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan guna mendukung hipotesis yang dibuat. Jadi, tema yang dihadirkan atau dinyatakan secara tidak langsung untuk mendukung hipotesis tersebut.

Struktur tematik dapat diamati dengan cara bagaimana peristiwa tersebut dibuat oleh wartawan. Jika struktur sintaksis berhubungan dengan pernyataan bagaimana fakta diambil oleh wartawan, maka struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta tersebut ditulis.

Elemen pada tematik ada tiga antara lain adalah koherensi sebab-akibat, artinya sebuah kalimat atau proposisi akan dipandang akibat atau sebab dari kalimat lain dan akan ditandai dengan kata hubung “sebab” atau “karena”. Koherensi penjelas, kalimat satu akan dilihat sebagai penjelasan kalimat lain dan akan ditandai dengan kata hubung “dan” atau “lalu”. Koherensi pembeda, kalimat satu dipandang kebalikan atau lawan dari kalimat lain dan akan ditandai dengan kata hubung “dibandingkan” atau “sedangkan”.

d. Retoris

Struktur retorik lebih menggambarkan pada pilihan gaya kalimat atau kata yang akan dipilih oleh wartawan guna menonjolkan arti-arti dalam berita tersebut. Jadi, wacana yang menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan oleh wartawan adalah benar.

Elemen dari struktur retorik yaitu pemilihan kata dan penggunaan label, dari elemen tersebut guna menunjukkan sebuah ideologi dalam memaknai sebuah realitas. Selain itu penggunaan huruf tebal, miring, pemakaian garis bawah adalah agar wartawan menginginkan khalayak menaruh penting pada bagian tersebut. Penggunaan elemen grafis dalam bentuk foto, gambar, atau tabel adalah guna

memberikan efek kognitif untuk mengontrol perhatian dan ketertarikan secara intensif bahwa informasi tersebut dianggap penting dan menarik.

Selanjutnya penjelasan mengenai langkah peneliti untuk menganalisis data menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terangkum dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. Langkah-Langka Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

PENJELASAN	UNIT YANG DIAMATI
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam berita tersebut.	Headline, lead, latar informasi, sumber, pernyataan, penutup.
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan bertutur dalam berita tersebut.	What, When, Who, Why, Where, dan How (5W + 1H)
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan membuat sudut pandangnya atas peristiwa tersebut.	Paragraf, maksud kalimat, hubungan antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti.
Peneliti akan melihat bagaimana wartawan menekankan fakta peristiwa tersebut.	Leksikon, Gambar/foto, Metaphor, Pengandaian.

(Sobur, 2001: 127)

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini dibagi menjadi empat bab, berikut penjelasannya:

- Pada bab I peneliti akan menjelaskan latar belakang masalah serta rumusan masalah mengenai Pidato Politik Megawati Soekarno Putri pada Kongres ke-IV PDIP. Dilanjutkan dengan memaparkan tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teori, serta metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini.
- Pada bab II berbicara tentang profil objek penelitian yaitu media online Viva.co.id, Metrotvnews.com dan Tempo.co yang masing-masing berisi visimisi dan rubrik dari kedua media online tersebut.
- Bab III merupakan sajian data dan analisis/pembahasan dari data yang diperoleh, serta membandingkan perbedaan yang muncul dari analisis data. Selain itu akan disinggung pula mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kedua media online yakni Viva.co.id, Metrotvnews.com dan Tempo.co dalam mengkonstruksi berita mengenai Pidato Politik Megawati Soekarno Putri pada Kongres ke-IV PDIP.
- Pada bab IV atau bab penutup merupakan sajian kesimpulan dari analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Kemudian diikuti dengan saran dari peneliti mengenai hasil dari penelitian tersebut. Beberapa lampiran berita Pidato Politik Megawati Soekarno Putri pada Kongres ke-IV PDIP di Bali akan disajikan mengikuti bab terakhir ini.