

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Media massa yang mana merupakan sarana informasi, hiburan dan pendidikan yang essential bagi masyarakat. Media massa kini memiliki tiga jenis yaitu media cetak, media elektronik dan media daring (*online*). Bukan hanya sebagai sarana penyampaian informasi maupun berita, media juga telah berkembang menjadi sarana kontrol sosial bahkan sarana kampanye politik dan pencitraan kalangan politik, baik untuk meningkatkan popularitas maupun membangun opini publik di sekitarnya agar jatuh lawan politik mereka (Sadono & Fensi, 2015).

Setelah era Orde Baru, media berkembang sangat pesat seiring dengan era keterbukaan dan teknologi informasi di Indonesia, ini membuat peran media semakin vital dalam menjaga stabilitas politik nasional. Khususnya perkembangan media daring (*internet*) yang mengandalkan sisi aktualitas berita. Media daring secara aktual menampilkan berita-berita yang dapat di akses kapan saja dan di mana saja.

Banyak di antara pemilik modal yang tak segan-segan mengucurkan dananya untuk membiayai atau dalam tanda kutip “menguasai” media (Sadono & Fensi, 2015). Media massa sebagai perpanjangan indra khalayak untuk mengetahui banyak peristiwa di tempat yang terpisah jarak dan waktu juga memiliki fungsi-fungsi yang dimanfaatkan sesuai dengan keinginan pemilik dan pihak-pihak yang berkuasa atas media tersebut.

Media dalam membuat berita maupun liputan lainnya menyampaikan pesan dengan tujuan tertentu. Terdapat motif dibalik pemberitaan yang ingin ditanamkan oleh media cetak, elektronik maupun daring kepada khalayak. Karena perubahan kognitif dalam pikiran dapat mengubah pola pikir, sikap, dan perilaku tiap individu dalam memandang dan memahami dunia.

Media merupakan agen konstruksi realitas. Media bukan sekedar saluran penyampai informasi melainkan juga sebagai subjek yang mengonstruksi realitas. Di sini media tidak sekedar menampilkan dan menunjukkan realitas serta pendapat narasumber, namun juga melakukan bingkai oleh media itu sendiri. Dengan kata lain, media sangat berperan dalam mengonstruksi realitas (Eriyanto, 2002).

Selain media yang berperan sebagai konstruksi atas realitas, jurnalis juga memegang peran. Realitas yang ditampilkan oleh seorang jurnalis kepada publik bukan fakta yang sebenarnya, melainkan hasil dari bingkai atas konstruksi yang ia lihat melalui ideologinya. Bagaimana konstruksi realitas itu bekerja adalah berawal dari para wartawan kemudian ada pada eksekutif media. Kedua hal ini adalah yang sering kali mempengaruhi kebijakan dari suatu pemberitaan.

Realitas merupakan produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Paradigma konstruktivisme menilai fakta/peristiwa merupakan hasil konstruksi dari konsepsi pemahaman realitas oleh seorang Jurnalis. Sehingga pemberitaan cenderung berbeda Fakta yang dihasilkan bisa berbeda. Jurnalis/Wartawan dianggap sebagai agen konstruksi realitas karena proses dan hasil konstruksi atas berita selalu bersifat subjektif (Eriyanto, 2002).

Pendekatan konstruktivisme atau konstruksionis melihat berita sebagai hasil konstruksi dari realitas. Berita senantiasa melibatkan pandangan ideologi dan penilaian tersendiri dari seorang Jurnalis maupun media. Semua itu merupakan hasil kerja dari konstruksi seorang jurnalistik. Setiap proses dalam pembuatan berita seperti pemilihan kata, narasumber, kata dan foto hingga proses penyuntingan menunjukkan bagaimana fakta tersebut ditampilkan kepada khalayak. Berita merupakan produk konstruksi realitas yang subjektif serta pemaknaan atas realitas.

Bagaimana berita dikonstruksi dapat bergantung pada beberapa hal. Kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik menjadikan media tidak dapat bersikap netral, jujur, adil, obyektif, dan terbuka. Fakta pada media dalam paradigma konstruktivisme bersifat subjektif, hasil konstruksi, bersifat ganda bahkan plural. Berita dalam paradigma konstruktivisme bersifat subjektif, konstruksi dari realitas yang melibatkan pandangan, ideologi, atau nilai wartawan atau media. Posisi jurnalis dalam paradigma konstruktivisme adalah sebagai agen konstruksi realitas, ikut mendefinisikan apa yang terjadi.

Vincent Mosco mengungkapkan, terdapat tiga tahap yang dapat digunakan dalam membongkar rahasia yang dilakukan oleh media massa, yakni komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi (Mosco, 2014). Mosco (dalam (Hasan & Satria, 2009) menjabarkannya sebagai berikut (a) *Commodification*- segala sesuatu dikomoditaskan (dianggap barang dagangan); (b) *Spatialization*- proses mengatasi hambatan jarak dan waktu dalam kehidupan sosial, dan: (c) *Structuration*- penyeragaman ideologi secara terstruktur.

Bagaimana ekonomi politik media kemudian melihat dan mengonstruksi isu kebocoran data di Indonesia dapat dilihat pada runtutan kejadian berikut. Tahun 2017 Kemenkominfo mengharuskan semua warga Indonesia untuk mendaftarkan nomor *handphone* mereka dengan Nomor Induk Kependudukan dan Kartu Keluarga. Dijanjikan untuk bisa mendapat keamanan dari spam dari nomor yang tidak dikenal. Juga memudahkan Kemenkominfo dalam mengidentifikasi nomor yang digunakan untuk tindak pidana kriminal maupun kejahatan.

Menurut data yang tertera pada artikel Majalah Tempo edisi 10 September 2022 tercatat sudah dari Mei 2020 sampai September 2022, lebih dari 10 rangkaian kasus kebocoran data pribadi. Mulai dari data pengguna *marketplace*, pelanggan layanan perusahaan BUMN, kartu SIM ponsel dan aplikasi dari Kementerian Kesehatan. Berikut rekapan kasus kebocoran data yang terjadi pada rentang waktu Agustus-November 2022. Yang pertama adalah kebocoran 26,7 data pelanggan layanan internet dan TV kabel Indihome pada bulan Agustus. Kedua, kebocoran lebih dari 17 data pelanggan Perusahaan Listrik Negara (PLN) di bulan yang sama. Kemudian 1,3 milyar data registrasi kartu SIM ikut bocor pada September. Kemudian diikuti kebocoran lebih dari 105 juta data penduduk dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Tak sampai di situ, pada bulan November Teguh Aprianto (*Cybersecurity Consultant*) melalui akun twitternya (@secgron) mengungkapkan terjadi kembali kebocoran data dari aplikasi MyPertamina sebanyak lebih dari 44 juta data bocor ke internet. Masih di bulan November, kini data dari peduli lindungi yang bocor. 3,2 Milyar data pengguna bocor begitu saja. Ini menjadi penting mengingat data-data tersebut bersifat kredensial dan rentan disalahgunakan di tangan orang yang tidak tepat.

Pada tahun 2017 Kemenkominfo menyatakan akan menjamin kerahasiaan data pribadi pada registrasi nomor tersebut. Data yang bocor dan dijual ke publik berupa Nomor Induk Kependudukan, Kartu Keluarga, tempat dan tanggal lahir, usia, jenis kelamin, hingga alamat lengkap. Pelaksana Tugas Kepala Biro Kemenkominfo menyatakan bahwa perlindungan data tersebut menggunakan standar ISO 27001. ISO 27001 atau ISMS (*Information Security Management System*) adalah sebuah standar khusus yang terstruktur tentang pengamanan informasi yang diakui secara internasional, Pengamanan informasi tersebut dapat dicapai dengan melakukan suatu kontrol yang terdiri dari kebijakan, proses, prosedur, struktur organisasi, serta fungsi-fungsi infrastruktur Teknologi Informasi.

Hal ini tentu saja menarik perhatian banyak media massa, mengingat kejadian ini bersifat masif. Media massa sangat berperan dalam memberikan kontrol terhadap kebijakan yang dijalankan negara dalam mengatasi krisis. Informasi berbagai kebijakan dari pemerintah disampaikan media massa ke masyarakat untuk memberikan ketenangan pada masyarakat. Keberadaan jurnalisme tetaplah dianggap penting dalam suatu negara, pemberitaan media akan mendorong kontrol terhadap kebijakan pemerintah. (Sulistiyowati & Uswatun Hasanah, 2021)

Dengan adanya tekanan dari berbagai elemen masyarakat dan media, pemerintah melalui DPR melakukan percepatan pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP). Di sinilah peran media mendorong percepatan dan kontrol terhadap kebijakan pemerintah. Selain memberi fungsi hiburan, sumber informasi, serta mencari keuntungan, media diminta untuk

memberikan ruang bagi publik untuk menyampaikan pendapat atau masalah (Zulaikha, 2019).

Dua media yang peneliti soroti di sini yaitu Koran Tempo dan Media Indonesia. Pemilihan dua media massa ini didasari pada asumsi bahwa Koran Tempo merupakan media yang cukup kritis dalam menilai kebijakan pemerintah. (Steele, 2005) menyatakan bahwa Tempo memiliki rekam jejak sebagai media yang independen dalam mengawal kebijakan pemerintah sejak jaman Orde Baru. Tempo tidak dikendalikan oleh para pemilik modal sehingga bisa independen dalam membuat berita yang dibutuhkan oleh masyarakat. TEMPO Media Grup (PT Tempo Inti Media Tbk.) merupakan perusahaan swasta terbuka, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan sahamnya dimiliki beberapa institusi dan sebagian dimiliki masyarakat. Pemegang saham PT Tempo Inti Media Tbk. adalah: PT Grafiti Pers, PT Jaya Raya, Yayasan Jaya Raya, Yayasan Karyawan TEMPO, Yayasan 21 Juni dan Masyarakat .

Pemilihan Media Indonesia sebagai pembanding didasari pada rekognisi Media Indonesia dimiliki oleh Surya Paloh yang merangkap ketua umum partai politik Nasional Demokrat (Nasdem). Media Indonesia dibeli Surya Paloh karena beliau kecewa terhadap rezim orde baru yang membatalkan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) Surat Kabar harian Prioritas, media massa yang dimiliki Surya Paloh saat itu.

Sejak dimiliki oleh Surya Paloh tahun 1989, mengubah kebijakan pemberitaan Media Indonesia dengan memperjuangkan kebebasan pers hingga menjadi sorotan berbagai media massa lain. Media Indonesia yang bernaung di

bawah PT Citra Media Nusa Purnama menjadi media massa yang sarat akan kepentingan politis. Mengingat Partai Nasdem merupakan tempat Menkominfo saat ini Johnny G. Plate, menjadi Sekretaris Jendral di partai tersebut. Orang yang dinilai bertanggung jawab atas isu kebocoran data tersebut.

Partai Nasdem sendiri sejatinya tergabung dalam Koalisi pemerintahan Jokowi sejak tahun 2014. Tergabung dengan 9 partai lainnya pada Koalisi Indonesia Maju pada 2019. Dengan Johnny G. Plate sebagai wakil ketua umum kampanye Jokowi perwakilan partai Nasdem pada Pemilihan Presiden 2019. Hingga pada akhirnya diangkat menjadi Menteri Komunikasi dan Informasi Periode 2019-2024. Apakah Media Indonesia sebagai media yang dibawah naungan partai Nasdem yang pro pemerintah berpihak pada sisi Johnny G. Plate sebagai kader partai Nasdem pada isu kebocoran data ini atau cenderung netral pada setiap pemberitaannya. Mengingat pada penelitian sebelumnya Media Indonesia dinilai kritis terhadap pemerintahan dan turut memperjuangkan kebebasan pers hingga lahir UU No. 40 Tahun 1999.

Keterlibatan pejabat publik dalam kepemilikan media massa ini secara teori mendorong media tersebut lebih berpihak kepada pemilik atau badan yang menaunginya. Kepentingan politis dan kapitalis muncul sebagai pengaruh kepemilikan media massa tersebut. Kepemilikan media yang bersifat kapitalistik akan dapat dijumpai jika berada pada satu negara yang menganut sistem demokrasi, di mana campur tangan pemerintah sangat sedikit dalam mengatur media dan pasar memegang kendali dalam semangat kapitalisme. Melihat perkembangan dinamika media massa saat ini, kecenderungan industri media sebagai alat kapitalisme menjadi semakin nyata. Bentuknya menjadi semakin menggurita, menjangkau ke

mana-mana, cenderung ingin memonopoli tetapi kontrol pemilikannya justru makin terkonsentrasi hanya pada beberapa orang saja.

Media sendiri dianggap sebagai pranata sosial yang dinamikanya dipengaruhi oleh berbagai kepentingan baik dari dalam maupun luar institusi (Herlina, 2019), oleh karena itu penting rasanya untuk mengetahui bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi isi media. Beberapa di antaranya adalah pemilik modal dan partai politik. Pengaruh internal pada konten media berhubungan dengan kepentingan pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, serta rutinitas organisasi media. (Krisdinanto, 2017)

Hubungan antara konten dan kepemilikan terletak pada pemilik media yang mempunyai kekuatan untuk mengeliminasi jangka potensi dalam mempengaruhi konten. Tiga cara utama mengapa kepemilikan media dapat mempengaruhi keputusan pembuatan konten media yaitu : (1) mereka dapat mengatur *budget* dan rutinitas organisasi media (2) dapat mengatur berita melalui proses seleksi dan *framing* (3) memperkerjakan dan memberhentikan karyawan.

Isi media akan menunjukkan ke manakah media berpihak karena isi media merupakan basis dari pengaruh media, isi media merupakan kajian komunikasi yang penting untuk memahami adanya fenomena yang tersembunyi (Krisdinanto, 2017) Wartawan media massa cenderung memilih seperangkat asumsi tertentu yang berimplikasi bagi pemilihan judul berita, struktur berita, dan keberpihakannya kepada seseorang ataupun sekelompok orang, meskipun keberpihakan tersebut sering bersifat subtil dan tidak sepenuhnya disadari (Zulaikha, 2019)

Menurut Pamela dan Reese: “Media bukanlah ruang hampa, ada faktor internal dan eksternal terhadap isi media, faktor internal yang memengaruhi isi media terbagi dalam beberapa level yakni: 1) individu sebagai pekerja media (*individual level*); 2) pengaruh rutinitas media (*media routines level*); 3) organisasi media (*organizational media level*) sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi isi media dibagi dalam 1) level ekstra media misalnya pemodal, partai politik dan lain-lain dan 2) level ideologi”, (Shoemaker & Reese, 1996)

Teori tersebut menggambarkan bahwa ruang berita bukanlah ruang hampa, bebas kepentingan dan sebagainya sehingga pesan yang disampaikan dari media tidaklah tepat sesuai realitas peristiwa itu sesungguhnya namun realitas yang sudah mendapat pengaruh baik dari faktor internal maupun eksternal media (Sulistiyowati & Uswatun Hasanah, 2021)

Pesan yang disampaikan media berdasarkan atas liputan jurnalis. Dari beberapa peristiwa yang terjadi, melalui mekanisme keredaksionalan dipilih peristiwa yang dianggap perlu untuk diberitakan sebagai informasi penting yang harus diketahui khalayak. Fungsi pengawasan media berperan dalam penentuan agenda politik terutama yang berkaitan dengan kontrol terhadap kebijakan publik.

Melalui uraian konteks di atas, peneliti tertarik untuk meneliti adakah perbedaan konstruksi Koran Tempo dan Media Indonesia dalam isu kebocoran data ini. Mengingat pemilik modal memiliki pengaruh dan kepentingan dalam konstruksi isi media tersebut. Penelitian serupa juga dilakukan di Universitas Sebelas Maret oleh Muhammad Rais Alfaridzi (2023) dengan topik yang sama namun pemilihan media dan model analisis yang berbeda. Penelitian tersebut

memilih Tempo.co dan Kompas.com sebagai media yang akan dianalisis dan menggunakan analisis framing model Entman. Secara garis besar pada analisis media Tempo memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Yakni sama-sama kritis terhadap pengelola data yang merugikan masyarakat.

## **B. Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang tersebut, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimana *Framing* Pemberitaan media daring Koran Tempo dan Media Indonesia terhadap Isu Kebocoran Data di Indonesia.

## **C. Tujuan Penelitian**

Menganalisis Perbedaan *Framing* Pemberitaan media daring Koran Tempo dan Media Indonesia terhadap Isu Kebocoran Data di Indonesia.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Praktis**

Penting untuk mengetahui bagaimana ekonomi politik media berpengaruh terhadap konstruksi sebuah berita. Karena pemilik sebuah media massa memiliki kontrol atas media tersebut atas dasar kepentingan tertentu.

### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dibuat agar khalayak mengetahui keberpihakan Koran Tempo dan Media Indonesia terhadap isu kebocoran data yang terjadi di Indonesia. Sehingga penting untuk mengetahui media mana yang kritis atau berpihak terhadap sebuah isu.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Konstruksi Realitas Media**

Media adalah agen konstruksi, pandangan konstruksionis mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan positivisme dalam menilai media. Dalam pandangan positivisme, media dilihat sebagai saluran. Media adalah sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator ke penerima (khalayak). Media dilihat murni sebagai saluran, tempat bagaimana transaksi pesan dari semua pihak yang terlibat dalam berita (Astuti, 2016). Dalam pandangan konstruksionis, media dilihat sebaliknya. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas (Astuti, 2016).

Tidak berbeda dengan televisi, radio dan media massa yang lain, internet sebagai media juga merupakan sebuah agen yang mengonstruksi, dan oleh karenanya mampu membentuk identitas, citra, dan opini publik. Seiring dengan keluarbiasaan yang dimiliki oleh internet, dengan kecepatan yang lebih besar ketimbang televisi dan radio (yang membutuhkan proses penyuntingan yang lama sebelum disiarkan, ketimbang media di internet) dalam membentuk identitas, opini dan citra, internet mempunyai posisi lebih rentan ketika membentuk sebuah konstruksi dalam opini publik. Sehingga akan sangat diperlukan kontrol yang ketat dari regulator.

Keberagaman isi/konten dalam penyampaiannya setidaknya harus lepas dari kepentingan dari pemilik modal/media. Sehingga jaminan dalam hak dasar sosial dan politik warga negara terpenuhi, jauh dari monopoli informasi dan media

oleh segelintir orang yang memasung konteks demokrasi. Karena media sebagai salah satu bagian dari ruang publik, hendaknya memungkinkan terjadinya pertukaran informasi dan pandangan yang terkait dengan kepentingan orang banyak yang menyuarakan opini publik.

Isi media adalah hasil para pekerja media mengonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, di antaranya realitas politik. Menurut Alex Sobur isi media pada hakikatnya merupakan hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya, sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas itu.

Seperti yang kita ketahui bahwa pekerjaan wartawan adalah mencari dan menulis berita berdasarkan fakta dan kemudian diterbitkan dalam bentuk surat kabar, maka bisa dikatakan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang sudah dikonstruksikan wartawan. Karenanya, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang dikonstruksikan (*constructed reality*). (Sobur 2001,p87-89)

## **2. Ekonomi Politik Media**

Vincent Mosco mengatakan bahwa ekonomi politik dipandang sebagai studi mengenai hubungan sosial, khususnya hubungan kekuatan, yang biasanya berbentuk produksi, distribusi, dan konsumsi dari sumber. Hubungan ini timbul dalam hubungan timbal balik antara sumber daya alam proses produksi komunikasi seperti surat kabar, buku, video, film, dan khalayak adalah sumber daya yang utama (Mosco, 1996: 25). Teori ini menekankan pada kontak institusional dari produk

komunikasi yang menghubungkan produsen, seluruh penjual, dan konsumen. Penjualan, penyewaan, dan perhatian akan menjadi masukan untuk membuat sebuah produk baru. Ekonomi politik cenderung memfokuskan perhatian pada rangkaian hubungan sosial tertentu di sekitar kekuasaan atau kemampuan untuk mengontrol orang lain, proses, dan berbagai hal.

Gramsci mengemukakan bahwa hubungan pemilik modal dan pekerja yang dalam konteks media massa antara wartawan dan pemilik industri media merupakan hubungan yang bersifat hegemonik. Melalui hubungan hegemonik ini, pemilik media melakukan kontrol atas produksi berita yang dijalankan oleh media agar tetap memberikan kepastian bagi ideologi dan kepentingan kapitalnya. Pada era media massa menjadi bagian dari partai politik, media massa menjadi alat transformasi ideologi tertentu dari partai politik kepada publik. Posisinya yang dependen terhadap partai politik mengakibatkan media massa tidak secara bebas memproduksi wacana tersendiri yang dikerangkakan dalam ideologi tertentu. Media massa praktis menjadi alat politik untuk menyosialisasikan gagasan dan kepentingan partai terhadap publik dan konstituennya (Muttaqin, 1970)

Dapat dipahami pengertian ekonomi politik secara lebih sederhana, yaitu hubungan kekuasaan (politik) dalam sumber-sumber ekonomi yang ada di masyarakat. Bila seseorang atau sekelompok orang dapat mengontrol masyarakat berarti dia berkuasa secara *de facto*, walaupun *de jure* tidak memegang kekuasaan sebagai eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Pandangan Mosco tentang penguasa lebih ditekankan pada penguasa dalam arti *de facto*, yaitu orang atau kelompok orang yang mengendalikan kehidupan masyarakat.

Jika memang demikian, maka kekuasaan pemilik media, meski secara etik dibatasi dan secara normatif disangkal, bukan saja memberi pengaruh pada konten media, namun juga memberikan implikasi logis kepada masyarakat selaku *audiens*. Pemberitaan media menjadi tidak bebas lagi, muatannya kerap memperhitungkan aspek pasar dan politik. Dasar dari kehidupan sosial adalah ekonomi. Maka pendekatan ‘ekonomi politik’ merupakan cara pandang yang dapat membongkar dasar atas sesuatu masalah yang tampak pada permukaan. Kepemilikan media tidak dapat dipisahkan dari ekonomi politiknya. Kepentingan pemilik media akan mempengaruhi pesan isi atau berita yang disampaikan media dan hegemoni ideologi media

Konglomerasi Media adalah penggabungan-penggabungan perusahaan media menjadi perusahaan yang lebih besar yang membawahi banyak media. Konglomerasi ini dilakukan dengan melakukan korporasi dengan perusahaan lainnya. Media massa tak dipungkiri sebagai alat untuk menyalurkan aspirasi politik. Hal ini dikarenakan media yang di bawah naungan kader politik tertentu, berita yang dihasilkan cenderung memihak.

Vincent Mosco sendiri menawarkan tiga konsep dalam ekonomi politik media:

**a. Komodifikasi**

Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses perubahan barang dan jasa menjadi sebuah komoditas yang memiliki nilai tukar. Isi media berupa informasi dan hiburan merupakan komoditas yang menjadi barang dagangan pada media itu sendiri.

## **b. Spasialisasi**

Spasialisasi berkaitan dengan struktur kelembagaan media menentukan perannya di dalam memenuhi jaringan dan kecepatan penyampaian produk media di hadapan khalayak. Berkaitan dengan bentuk lembaga media, berbentuk korporasi besar atau kecil, memiliki jaringan atau tidak, monopoli atau oligopoli, konglomerasi atau bukan.

## **c. Strukturasi**

Berkaitan dengan hubungan ide antar agen masyarakat atau penyeragaman ideologi secara terstruktur. Hasil akhir dari strukturasi yaitu serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan diantara kelas, gender, ras dan gerakan sosial.

Meskipun ekonomi politik media berada pada pendekatan kritis, namun bila mengutip pernyataan Dr. Deddy Mulyana, M.A pada bagian pengantar buku Analisis Framing Eriyanto menyebutkan bahwa beliau menganggap analisis ini merupakan analisis konstruksivis dan juga kritis. Beliau juga mengungkapkan bahwa memang sebagian pakar memang membedakan antara pendekatan kritis dan juga pendekatan konstruksivis. Namun sebagian pakar lagi meletakkan pendekatan tersebut di bawah payung yang sama, yaitu pendekatan humanistik (subjektivis atau interpretif). Yang mana secara tidak langsung mengungkapkan bahwa pandangan subjektivis juga bersifat kritis, walaupun dengan nuansa yang berbeda.

## **3. Gatekeeping Theory**

Proses seleksi berita yang akan dimuat atau gatekeeping akan selalu ada dalam aktivitas jurnalistik. Gatekeeping merupakan contoh bahwa media

melakukan proses rekonstruksi realitas, untuk meyakinkan pembaca tentang isu atau realitas yang tengah terjadi di tengah masyarakat. Media massa memainkan perannya sebagai penyampai informasi kepada khalayak, tetapi juga mampu memengaruhi khalayaknya. Tugas media adalah menyajikan data apa adanya, tanpa ada pengurangan atau lebih-lebihkan. Sehingga, data dan informasi yang disajikan juga harus akurat dan sesuai dengan kenyataan.

Gatekeeper adalah penentu materi berita yang diterbitkan sebuah media, karena tugas menyeleksi dilakukan oleh gatekeeper. Di tangan gatekeeper, seluruh informasi yang dikumpulkan setiap harinya akan dipilih untuk memenuhi ruang yang tersedia. Sebuah media tidak mungkin menerbitkan semua informasi yang terkumpul, karena dibatasi oleh ruang, misalnya jumlah halaman pada koran dan durasi pada televisi. Oleh karena itu, peran gatekeeper adalah posisi yang penting untuk menentukan keberimbangan sebuah berita. Sudut pandang yang diambil gatekeeper akan memengaruhi bagaimana media tersebut melihat sudut pandang sebuah berita (Shoemaker & Reese, 1996)

Proses gatekeeping (menyeleksi informasi) akan menentukan kualitas informasi yang tersebar. Proses seleksi yang baik akan menghasilkan informasi yang berkualitas, sebaliknya jika proses seleksinya jebol maka berpotensi berseliweran informasi tidak benar. Informasi bagai pedang bermata dua, di satu sisi bisa berupa konten positif, di sisi lain juga bisa berwujud konten negatif.

Sistem kerja wartawan sebagai gatekeeper individu adalah praktik profesional yang berpola. Ada saat tertentu di mana wartawan pergi mengumpulkan informasi, kembali ke kantor untuk menulis berita, dilanjutkan para editor, sebagai

gatekeeper lainnya, menyunting berita, hingga para desainer grafis yang mengatur tata letak. Rutinitas semacam itu akan membantu wartawan bekerja lebih sistematis dan berita yang dihimpun dapat diterima khalayak tepat waktu (Shoemaker & Reese, 1996).

Gatekeeper di sebuah redaksi media memainkan peranan dalam beberapa fungsi. Mereka dapat menghapus pesan, memodifikasi, atau bahkan menambah pesan yang akan disebar. Mereka juga dapat menghentikan sebuah informasi dengan tidak membuka “gerbang” bagi keluarnya informasi. Setiap kejadian atau isu, oleh gatekeeper, diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruang dalam surat kabar) dan cara penonjolannya, misalnya tentang ukuran berita, tata letak, dan posisi dalam surat kabar.

Berangkat dari kerangka teori tersebut, peneliti ingin melihat bagaimana Koran Tempo dan Media Indonesia mengonstruksi pemberitaan mengenai isu kebocoran data pribadi yang terjadi di Indonesia. Bagaimana perbedaan wartawan kedua media mengonstruksi pemberitaan sesuai dengan kepentingan masing-masing media akan menjadi fokus utama.

#### **F. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* (pembingkai). Bagian yang lebih ditekankan dalam penelitian kualitatif adalah kedalaman (kualitas) data, bukan banyaknya (kuantitas) data (Kiyantono, Rachmat, 2012: 56). Seperti halnya analisis isi dan analisis semiotik, *framing* adalah salah satu metode analisis media. Secara sederhana, *frame* di sini berarti bingkai yang digunakan media dalam mendeskripsikan sebuah peristiwa.

*Framing* merupakan teknik analisis untuk memahami cara pandang jurnalis dalam melihat peristiwa di lapangan dan serta perspektif media dalam memilih isu dan menulis berita. Cara pandang ini akan menentukan pilihan atas fakta yang perlu diambil atau dikurangi bahkan dihilangkan serta fakta mana yang lebih banyak diberitakan dan bagian mana yang dihilangkan serta bagaimana isi berita diarahkan,. (D'Angelo & Kuypers, 2009)

Pada dasarnya *framing*/pembingkaiian merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh media massa dalam menyusun suatu teks berita. Yang di dalamnya terdapat komunikasi, media massa, bahasa, teks, ideologi dan konstruksionis. Sobur (2001: 162, dalam Kriyanto, 2012: 255) mengatakan bahwa *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atas cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.

Dari perspektif komunikasi, analisis *framing* berfungsi untuk mengambil metode atau ideologi media dalam mengonstruksi fakta. Analisis ini mengkaji strategi pemilihan, penyorotan dan pengaitan fakta dengan berita agar lebih relevan, menarik, signifikan atau mudah diingat untuk memandu interpretasi khalayak sesuai dengan perspektif mereka. Pandangan atau pandangan inilah yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang dimasukkan, bagian mana yang ditekankan dan dihilangkan, dan dari mana berita itu diambil. Karena itu, berita tidak selalu dianggap objektif, karena manipulasi mudah menguntungkan penerbit berita.

Sajian berita di media massa adalah hasil mekanisme kerja redaksi, G.J. Aditjondro menjelaskan, *framing* adalah metode penyajian realitas yang memberikan kemungkinan suatu kejadian yang sebenarnya tidak diingkari

melainkan dibelokkan secara halus dengan memberikan perhatian pada aspek tertentu saja (Maria et al., 2019). Analisis framing dapat mengakibatkan pergeseran pemahaman pembaca terhadap berita (Kasim et al., 2018)

Menurut Aditjondro, proses *framing* tidak hanya melibatkan pekerja pers, tetapi dalam kasus-kasus tertentu, pihak-pihak yang bersengketa, masing-masing berusaha menampilkan informasi yang ingin ditonjolkan, menyembunyikan pihak lain, dan menekankan keabsahan titik pertikaian mereka. pandangan tentang pengetahuan, ketidaktahuan dan emosi pembaca.

Pembingkaiian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki. Menurut Pan dan Kosicki, wacana media adalah proses kesadaran sosial yang melibatkan tiga aktor, yaitu narasumber, jurnalis dan publik, untuk memahami budaya dan dasar-dasar kehidupan sosial yang tepat, sedangkan *framing* yang digunakan oleh kaum konstruktivis dalam menguji wacana media difokuskan pada konseptualiasasi teks media kedalam dimensi yang bersifat empiris dan operasional berupa struktur sintaksis (*syntactical structures*), struktur naskah (*script structures*), struktur tematik (*thematic structures*), dan struktur retorik (*rethorik structures*)

<b>Struktur</b>	<b>Perangkat framing</b>	<b>Unit yang diamati</b>
SINTAKSIS (Cara wartawan menyusun fakta)	Skema Berita	<i>Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan Sumber, Pernyataan, Penutup</i>
SKRIP (Cara wartawan mengisahkan fakta)	Kelengkapan Berita	<i>What, Who, Where, When, Why, How</i>
TEMATIK (Cara wartawan menulis fakta)	Detail Koherensi Bentuk Kalimat	Paragraf, Proposisi, Kalimat, Hubungan antar Kalimat

	Kata Ganti	
RETORIS (Cara wartawan menekankan fakta)	Leksikon Grafis Metafora	Kata, Idiom, Gambar/foto, grafik

Berangkat dari metode penelitian tersebut, peneliti mengambil beberapa judul berita dari kedua media untuk diteliti sebagai berikut:

Koran Tempo	Media Indonesia
Tak Berdaya Lindungi Data Pribadi (23 Agustus 2022)	Potensi Kebocoran Dapat Terjadi Setiap Saat (26 Agustus 2022)
Banjir Data Bocor di Dunia Maya (23 Agustus 2022)	Kemenkominfo Selidik Kebocoran Data SIM (4 September 2022)
Hak Asasi Perlindungan Data Pribadi (24 Agustus 2022)	BSSN Telusuri Kebocoran Data Negara (11 September 2022)
Akar Masalah Kebocoran Data Pribadi (5 September 2022)	UU PDP Tangkal Peretas (13 September 2022)
Perlindungan Data Setengah Hati (9 September 2022)	Timsus Masih Dalami Identitas Bjorka (16 September 2022)
Ketoprak Kebocoran Data (13 September 2022)	<i>Hacker</i> Diburu, <i>Hacker</i> Dirangkul (18 September 2022)
Anggaran Cepak dan Kebocoran Data (14 September 2022)	Peretasan Data dan Krisis Kepercayaan Masyarakat (19 Spetember 2022)

Pengambilan 14 judul berita berada pada rentang waktu bulan Agustus sampai November 2022. Beberapa judul tersebut diambil karena dirasa sesuai

dengan metode penelitian yang mengutamakan teks berita untuk dibedah isinya sehingga dapat diketahui bentuk *framing* yang dikehendaki media tersebut.