

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia politik memang identik dengan keutuhan suatu negara, maksudnya adalah stabilitas suatu negara. Dengan keadaan politik yang kacau akan mempengaruhi jalannya pemerintahan. Dari zaman Orde Lama, Orde Baru sampai era sekarang ini para tokoh elit suatu partai politik selalu berada di jajaran pemerintahan, baik dari kalangan menengah sampai jabatan tertinggi dalam pemerintahan suatu negara.

Pemilihan umum adalah salah satu tuntutan yang selalu menjadi pusat perhatian di dalam masyarakat yang pemerintahannya menganut sistem demokrasi. Seperti negara kita Pada tanggal 9 Juli 2014 yang lalu Indonesia memilih Presiden dan Wakil Presiden periode 2014-2019 yang mana hanya ada dua kubu kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden yang mencalonkan. Seiring akan digelarnya pemilu presiden, seluruh media begitu sangat gencar sekali memberitakan kedua kandidat calon presiden. Pemberitaan kedua kandidat memenuhi segala macam unsur-unsur media baik cetak, audio visual bahkan mulai merambah ke media sosial.

Dari sekian banyak media yang dipergunakan oleh kandidat masing-masing calon presiden, media cetak merupakan salah satu media yang memiliki tempat tersendiri di mata konsumennya. Media cetak dianggap mampu menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks atau rigid karena media cetak bisa disimpan dan dibaca berkali-kali. Fenomena politik di Indonesia saat ini menimbulkan dua kubu yang saling berseteru untuk mendapatkan kursi nomor satu di Indonesia. Politisi mencari dukungan agar masyarakat memilih masing-masing kubu dengan berbagai cara, salah

satunya memilih berkualitas dengan pemilik media massa bertujuan memperkenalkan serta agar masyarakat mendukung masing-masing kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden, serta dalam suatu peristiwa media mempunyai kepentingan tertentu di mana sebuah fenomena pemilihan Presiden 2014 yang akan mendatang.

Peran media massa dalam kampanye pemilu dapat dibagi menjadi tiga bagian. *Pertama*, sebagai perantara komunikasi langsung dari partai politik (*parpol*) dan calon Presiden kepada masyarakat pemilih. Dalam hal ini media massa berfungsi sebagai alat memperkenalkan *parpol* dan calon presiden. Kedua program berita (informasi khusus), dalam program ini diberitakan segala hal tentang pemilu dan segala hal yang berbau pemilu. Peristiwa tentang politik dipandang lebih akurat dalam menarik khalayak di banding iklan. Ketiga sebagai informasi pendidikan untuk memilih. Maksud dari informasi ini menyangkut partisipasi pemilih, proses pemilihan, cara memilih, dan juga himbuan untuk memilih dan lain-lain, dalam melaksanakan peran ini media massa dapat menjadi pemilu yang bebas dan adil, tergantung pada kemampuan media massa yang bisa bekerja secara profesional dan berintegritas, tidak akan berat sebelah/objektif (Zubair, 2014: 16-17).

Pada tanggal 19 Mei 2014 bertepatan dengan pengumuman yang masing-masing kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden mengumumkan siapa yang akan mendampingi masing-masing calon Presiden tersebut, dimana masing-masing calon diusung oleh partai seperti dikubuh Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang diusung oleh Partai Demokrat Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Nasional Demokrat (NASDEM), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA).

Sedangkan dikubuh Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa diusung oleh Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai

Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Golongan Karya (GOLKAR). Sementara itu, parpol nonparlemen yang mendukungnya adalah Partai Bulan Bintang (PBB).

Setelah beberapa kali diisukan siapa kandidat masing-masing calon akhirnya ditentukan siapa kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden, karena pemilihan Presiden mencakup masyarakat banyak sangat menarik bagi kalangan media cetak untuk menjadikannya sebuah berita. Seperti yang dilakukan oleh kedua media cetak nasional, yaitu Koran Seputar Indonesia (SINDO) dan Kompas. Keduanya memiliki pendapat yang berbeda dalam menyikapi pengumuman kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden itu dengan sudut pandang dan bingkai mereka masing-masing.

Koran Seputar Indonesia (SINDO) sebagai salah satu media cetak nasional yang mempunyai latar belakang sebagai media cetak yang dekat dengan kubu Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa. Pada tanggal 22 Mei 2014, Harry Tanoesoedibjo menyatakan siap terlibat langsung memenangkan calon Presiden (capres) dari poros koalisi partai Gerindra, Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Dukungan Prabowo-Hatta diberikan karena keinginannya melihat Indonesia sebagai Negara maju (Koran SINDO, tanggal 23 Mei 2014).

Sebelumnya Hary tanoesoedibjo sudah lumayan lama berkecimpung dalam dunia politik, di mana sebelumnya menjabat sebagai ketua umum NASDEM kemudian digantikan oleh Surya Paloh. Kemudian mencalonkan diri menjadi salah satu wakil calon Presiden yang berpasangan dengan Wiranto.

Dalam *Koran Sindo* Selasa, 20 Mei 2014 dengan berita tersebut ditulis dengan *Head Line* **“Prabowo-Hatta Banjir Dukungan”** yang memuat sebagian teks berita hingga deklarasi. Pasangan tersebut mendapat dukungan 6 partai politik (parpol) yang dipilih hampir 49%. Partai yang dimaksud adalah Partai Gerakan Indonesia

Raya (GERINDRA), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Golongan Karya (GOLKAR) dan Partai Bulan Bintang (PBB). Kekuatan Prabowo-Hatta akan membesar jika Partai Demokrat turut bergabung tetapi Partai Demokrat memilih netral. Jumlah kekuatan pendukung Prabowo-Hatta melebihi dukungan terhadap pasangan Joko Widodo (Jokowi) dan Jusuf Kalla (JK) hanya didukung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Nasional Demokrat (NASDEM) yang dipilih hampir 40% pemilih. Prabowo-Hatta semakin dapat angin segar dengan bergabungnya tokoh seperti ketua PBNU Said Aqil Siradj, mantan ketua MK Mahfud MD, Rhoma Irama, dan lain-lain.

Koran Sindo pada Rabu, 21 Mei 2014 dengan berita tersebut ditulis dengan *Head Line* “ **Mahfud MD Pecah Suara Nahdliyin**”. Prabowo memilih mantan Menteri Pertahanan era Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) karena ketokohan dan jaringan luas yang dimilikinya. Bukan cuma Mahfud MD yang bergabung tapi tokoh-tokoh besar seperti Amien Rais, Guruh Soekarno Putra, AA Gym, dan Hasyim Muzadi bersama Fadli Zon (sekjen DPP Partai Gerindra), serta Rhoma Irama.

Koran Sindo Kamis 22 Mei 2014 dengan *Head Line* “**Ahmad Dhani dkk Siap Menangkan Prabowo-Hatta**” mengutip dari pendapat kalangan artis. Ahmad Dhani terus terang menyatakan diri mendukung Prabowo kerana sosok mantan Danjen Kopasus TNI angkatan darat yang tegas dan tidak ragu dalam memimpin, sedangkan pendapat suami Ashanty itu mengakui mendukung enam partai besar sudah dianggap unggul. Anang Hermansyah bersama Ahmad Dhani, Raffi Ahmad, serta para seniman dan artis lain akan turun untuk mengajak masyarakat mendukung Prabowo-Hatta. Dukungan artis dalam pilpres cukup membawa dampak signifikan. Di

Amerika Serikat, misalnya, Barack Obama berhasil mengalahkan Mitt Romney berkat dukungan artis dari Negeri Paman Sam dalam pilpres 2012 lalu.

Koran Sindo Jumat 23 Mei 2014 dengan *Head Line* “**HT Siap ALL Out Dukung Prabowo**”. Sikap tegas ini disampaikan karena Harry Tanoesoedibjo mendukung visi dan misi yang diusung Prabowo sangat dibutuhkan Negara ini, untuk menekan angka kemiskinan dan kesenjangan yang semakin lebar. Alasan itu yang mendorongnya untuk mendukung Prabowo pada pemilu Presiden (pilpres) nanti. “*saya akan terlibat mendukung pak Prabowo,*” kata HT Prabowo-Hatta sejalan dengan platform dan visi ormas Persatuan Indonesia (Perindo), yakni tentang pembangunan Indonesia ke depan, termasuk upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang dapat dinikmati masyarakat bawah.

Koran Sindo Sabtu 24 Mei 2014 dengan *Head Line* “**Nowela Idola Baru Indonesia**” Nowela menjadi kemenangan sekaligus mencatatkan sejarah karena dia pemenang pertama dari Indonesia Timur. Calon Presiden (capres) Prabowo Subianto yang menyaksikan langsung perjuangan Nowela dan Husein di atas panggung bersama CEO MNC Group Harry Tanoesoedibjo mendapat kehormatan menyerahkan secara simbolis hadiah kepada sang juara juara Indonesia Idol 2014.

Sementara itu, pemberitaan dalam *Kompas* terlihat sangat kontra dengan pemberitaan pada *Koran Sindo*. *Kompas* lebih banyak memuat berita dari kubu Joko Widodo dan Jusuf Kalla, CEO *Kompas* Gramedia mempunyai ideologi yang sepaham dengan Joko Widodo yang juga menjunjung tinggi Pluralisme. Dimana ketika Jokowi masih menjabat sebagai Gubernur DKI dimana wakilnya Ahok yang beragama Kristen (*Kompas.com*, diakses 1 September 2014 15.30 WIB).

Nama *Kompas* sering diplesetkan dengan *Komando Pastor* atau *Komando Pak Seda*. Tentu ini ada dasarnya. Ketika, Koran ini akan didirikan, situasi saat itu yakni

tahun 1960, dimana tiap-tiap surat kabar mempunyai tujuan politik. Mengharuskan *Kompas* memiliki tujuan politik juga (Hamad, 2004: 116).

Dalam *Kompas* Selasa, 20 Mei 2014 dengan *Head Line* **“50 Hari Penentuan”** *Kompas* menjelaskan pasangan Jokowi-JK menggelar deklarasi Gedung Joang 45, Jakarta Pusat. Pasangan ini diusung Partai Demokrat Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Nasional Demokrat (NASDEM), Partai kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA). Jokowi-JK langsung mendaftarkan diri ke komisi pemilihan umum (KPU), Sementara itu, pasangan Prabowo-Hatta mendeklarasikan pencalonan mereka di rumah Polonia. Kelima partai politik itu adalah Partai Gerakan Indonesia Raya, Partai Amanat Nasional, Partai Keadilan Sejahtera, Partai Persatuan Pembangunan, dan Partai Golongan Karya. Partai non parlemen yang mendukung adalah Partai Bulan Bintang. Partai Demokrat yang menguasai 61 kursi DPR belum menentukan sikap secara definitif, demikian juga dengan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia yang tidak memiliki kursi di DPR.

Kompas 21 Mei 2014 dengan *Head Line* **“Kompetisi Dua Capres Dimulai”** pemberitaan Prabowo-Hatta berlangsung semarak se usai pendaftaran di KPU. Prabowo-Hatta menggelar konferensi pers mengatakan bahwa *“masih yakin demokrat akan memberikan dukungan kepada Prabowo-Hatta”*. Partai pendukung Jokowi-JK kemarin, mulai merapatkan barisan dan menyusun strategi memenangi pilpres yang tinggal 49 hari. Megawati selaku ketua umum PDI-Perjuangan, PDI-Perjuangan selama 10 tahun tidak dalam pemerintahan melakukan konsolidasi, sehingga partai lebih mantap. Menghadapi persaingan Partai Gerindra yang berkualisi dengan banyak partai, Megawati menyatakan *“PDI-P biasa dikeroyok”*.

Kompas Kamis, 22 Mei 2014 dengan *Head Line* **“Saatnya Mengkritisi Visi-Misi”** 9 program Jokowi-JK melawan 8 program nyata Prabowo-Hatta, visi-misi

Jokowi-JK dipaparkan dalam 12 agenda startegis bidang politik, 16 agenda startegi bidang ekonomi. Serta 3 angka strategis bidang kepribadian dan budaya. Sedangkan pasangan Prabowo-Hatta menurunkan visi-misi dalam delapan Agenda dan Program Nyata untuk menyelamatkan Indonesia. Pendapat peneliti senior penelitian politik lembaga ilmu pengetahuan Indonesia Siti Zuhro menilai kedua pasangan mengungkap gagasan yang mirip, “Jokowi-JK menjabarkan ide Tri Sakti Bung Karno dengan tekanan pentingnya menjaga Bhineka Tunggal Ika dan nasionalisme. Prabowo-Hatta menawarkan gagasan ekonomi sosialisme Indonesia dengan tekanan ketahanan/kemandirian pangan dan ekonomi.

Kompas Jumat, 23 Mei 2014 dengan *Head Line* “**Suryadharma Ali Terkejut**” yang memuat pemberitaan setelah menjalani tes kesehatan. Dalam tes tersebut, Jokowi harus menggambarkan. “gambar rumah besar, kelihatannya istana, ”katanya. Capres Prabowo memilih tim pemenangan Mahfud MD yang juga mantan Ketua Mahkamah Konstitusi (MK) itu, Kamis (22/5) langsung memimpin rapat penyusunan strategi pemenangan Prabowo-Hatta. Sedangkan dari tim Jokowi memilih Anies Baswedan menjadi ketua tim pemenangan capres Jokowi, Anies Baswedan yang juga Rektor Universitas Paramadina itu, membenarkan informasi bahwa dirinya bergabung dalam tim pemenangan Jokowi-JK. “Indonesia butuh terobosan dan kebaruan, Ujar Anies Baswedan”.

Kompas Sabtu 24 Mei 2014 dengan *Head Line* “**SDA Belum Mau Lepas Jabatan**” memuat pemberitaan Menteri Agama Suryadharma Ali, meski sudah ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus dugaan korupsi terkait penyelenggaraan haji 2012/2013 oleh Pemberantasan Korupsi, belum berpikir untuk melepas jabatannya. Pendapat Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang juga Ketua Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah Din Syamsudin mengimbau Suryadharma

untuk non-aktif atau mengundurkan diri dari jabatannya. Dengan demikian, Suryadharma bisa lebih fokus menghadapi proses hukum di KPK. Sedangkan pasangan Prabowo-Hatta mengambil sikap menunggu proses hukuman. Penetapan Suryadharma sebagai tersangka sama sekali tidak mengganggu koalisi yang dibangun, sedangkan pendapat Ketua Umum Partai Gerindra Suhardi juga berkeyakinan status SDA tidak akan memengaruhi calon pemilihan untuk memilih Prabowo-Hatta.

Tabel 1.1

Perbandingan Antara Koran Sindo dan Kompas

Hal yang dibandingkan	Koran Sindo	Kompas
	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Koran Sindo</i> lebih banyak mengutip dari kubu Prabowo dan Hatta. 2. <i>Koran Sindo</i> memberitakan Prabowo dan Hatta layak menjadi kandidat calon presiden dan wakil presiden dan mempunyai dukungan dari partai besar dan artis ternama. 3. <i>Koran Sindo</i> memberitakan Prabowo dan Hatta layak menjadi presiden kerana sosoknya yang tegas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Kompas</i> lebih banyak memberitakan kubu Jokowi dan JK. 2. <i>kompas</i> memberitakan Jokowi dan JK pantas dijadikan Presiden dan Wakil Presiden penuh dengan kerakyatannya 3. <i>kompas</i> Jokowi-JK selalu diberitakan sosok yang peduli dengan rakyat kecil dan berbau dengan masyarakat.

Jadi alasan penulis memilih kedua media cetak tersebut untuk menjadikan bahan penelitian ini, karena dalam pemberitaannya. *Koran Sindo* dan *Kompas*

memiliki cara pandang yang berbeda dalam menyikapi pemilihan capres priode 2014-2019 antara Joko Widodo dan Prabowo Subianto.

Koran Sindo banyak mengambil sumber dari dalam kubu Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa. Pemilik saham media *Koran Sindo* yakni Harry Tanoesoedibjo yang juga menjadi sebagai tim sukses pemenangan Prabowo-Hatta, sedangkan *Kompas* kontra dengan pemberitaan *Koran Sindo* karena *Kompas* lebih banyak untuk memberitakan dari kubu Joko Widodo dan Jusuf Kalla.

Namun di balik itu semua, media sebagai penyampaian pesan kepada khalayak pembaca mempunyai peranan yang penting dalam membentuk persepsi masyarakat yang bermacam-macam terhadap suatu berita, pemilihan Presiden 2014 antara Joko Widodo dan Prabowo Subianto misalnya. Seperti yang telah diungkapkan oleh Murray Edelman bahwa realitas yang dipahami oleh khalayak adalah realitas yang telah terseleksi, khalayak didikte untuk memahami realitas dengan cara tertentu. Media adalah subjek yang menyeleksi dan membingkai realitas tersebut. Cara media menyeleksi, membingkai dan mengkontruksi inilah yang dimaksud dengan analisis *framing* (Edelman dalam Eriyanto, 2002: 155).

Seperti yang diungkapkan Dennis McQuail, tidak ada keraguan bahwa pemilik dalam media berbasis pasar memiliki kekuasaan pasar mutlak atas konten dan dapat meminta apa yang ingin mereka masukkan atau keluarkan (McQuail, 2011: 22).

Penelitian mengenai *framing* dalam pemberitaan media cetak yang telah diteliti sebelumnya oleh Herman Susilo, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2008, dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan Kontroversi Pertemuan Politik di Medan Antara Partai Golkar dan PDI Perjuangan Pada Surat Kabar Media Indonesia dan Koran Tempo”.

Berkaitan dengan opini publik, suatu isu ketika dikemas dan dibingkai dengan sudut tertentu bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas sebuah isu. Dalam peristiwa ini misalnya, persepsi masyarakat terhadap pemilihan calon Presiden (capres) antara Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa akan berbeda sesuai dengan media yang menyampaikan informasi kepada mereka. Sudut pandang permasalahan akan menimbulkan persepsi berbeda-beda setiap individu masyarakat.

Media cetak pada pemilu 2014 memainkan sebuah strategis. Peran media tidak terlepas dari posisi media sebagai penghubung atau media dari berbagai pihak yang ada di dalam masyarakat serta pemerintah terhadap fakta-fakta terkait pemilu 2014. Media cetak seharusnya dalam konteks mencerdaskan masyarakat dengan tujuan membawa kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat dan bangsa, media cetak dalam memaparkan fakta tidak boleh terjebak dari satu isu kepada isu yang lainnya serta harus mampu mengurai keterkaitan fakta-fakta pemilu mulai tahap persiapan, pelaksanaan, perhitungan hingga penetapan (Zubair, 2014: 86).

Perbedaan yang mendasar dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah dari objek pemberitaan yang lebih fokus pada pemberitaan pemilu Presiden periode 2014-2019 yang mencakup kepentingan nasional, yakni kepentingan rakyat Indonesia. Kemudian dari sudut pandang peneliti, yakni mengikuti paradigma konstruktivisme. Karakteristik konstruktivisme adalah metodologi empiris logis dalam pengertian luas dan ajakan untuk menerapkan kerangka tersebut kedalam penelitian manusia (Zubair, 2014: 292). Kemudian dari sumber pemberitaannya yaitu dari surat kabar *Kompas* dan *Koran Sindo* yang keduanya adalah surat kabar nasional.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat oleh peneliti yaitu:

1. Bagaimana Media *Koran Sindo* dan *Kompas* dalam membingkai dan mengkontruksi berita mengenai pemilihan Presiden 2014 antara Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembedaan berita pada surat kabar *Koran Sindo* dan *Kompas*.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana *Koran Sindo* dan *Kompas* dalam membingkai pemberitaan mengenai pencalonan Presiden (capres) 2014 antara Joko Widodo dan Prabowo Subianto.
2. Mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pembedaan berita pada surat kabar *Koran Sindo* dan *Kompas*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta dapat menjadi bahan bacaan dan kajian referensi bagi khalayak yang diminati studi analisis framing.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak umum untuk lebih mengetahui bagaimana media melakukan pemilihan dan pemilihan fakta

terkait peristiwa; isu dan fenomena yang muncul dan ditampilkan kepada khalayak pembaca media surat kabar serta dapat memahami bagaimana sudut pandang pengemasannya.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi Sebagai Produksi Makna

Komunikasi merupakan aktivitas yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehari-hari, atau dapat dikatakan harus dilakukan oleh manusia dalam proses bersosialisasi dengan masyarakat. Baik itu komunikasi dalam bentuk verbal (kata-kata) maupun non-verbal (perilaku). Di dalam komunikasi tersebut terkandung pesan-pesan atau makna yang tidak hanya dapat disampaikan melalui kata-kata atau pembicaraan tetapi juga dapat disampaikan melalui simbol-simbol, ekspresi dan sebagainya.

Komunikasi dapat diartikan sebagai proses peralihan dan pertukaran informasi oleh manusia melalui adaptasi diri dan kedalam sebuah sistem kehidupan manusia dan lingkungan. Proses peralihan dan pertukaran informasi itu dilakukan melalui simbol-simbol bahasa verbal maupun non-verbal yang dipahami bersama (Liliweri, 2001: 5).

Seperti yang dikemukakan oleh John Fiske, ada dua perspektif, yakni komunikasi sebagai transmisi pesan dan komunikasi sebagai pertukaran maupun produksi makna. Proses pengkonstruksian pesan (*encode*) yang terjadi antara

pengirim dan penerima pesan serta bagaimana penerima dan pengirim menerjemahkan pesan tersebut (*decode*). Perspektif yang kedua adalah komunikasi sebagai proses produksi dan pertukaran makna (*production and change and meanings*) yang berkaitan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang agar menghasilkan makna. Metode yang digunakan dalam perspektif ini adalah semiotika, ilmu yang mempelajari tentang teks tanda dan makna (Fiske, 2002: 9).

Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi berdasarkan paradigma tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Efendy, 2001: 10)

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, baik secara primer dan secara sekunder. Pertama proses berkomunikasi secara primer adalah proses penyampai pikiran atau proses seseorang komunikasi kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media sarana penyampaian berkomunikasi. Proses kedua

berkomunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana. Pentingnya peranan media, dalam proses berkomunikasi, disebabkan oleh keefisiensinya dalam mencapai komunikasi. Surat kabar, radio atau televisi misalnya, merupakan media yang keakuratan dalam pencapaian komunikasi dengan jumlah khalayak yang banyak (Effendy, 1984: 11-16). Proses dimana pesan sampai ke audiens melalui media massa disebut “komunikasi massa” (Vivian, 2008: 453).

Faktor lingkungan serta perkembangan teknologi komunikasi juga akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi. Proses komunikasi selalu berangkat dari orang-orang yang bermaksud ingin berkomunikasi, baik itu ingin langsung memberikan informasi antar pribadi atau hanya sebagai perantara. Oleh karena itu, dasar studi komunikasi adalah proses komunikasi yang intinya adalah makna. Dalam berkomunikasi, orang saling bertukar citra atau makna melalui lambang-lambang yang menjadi unsur primer pembicaraan dan hal yang dilambangkan serta diinterpretasi akan menciptakan lambang yang bermakna (Liliweri, 1991: 23-24).

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan kontruksionis:

a. Pendekatan kontruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas makna bukanlah suatu yang pasti, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam satu pesan.

b. Pendekatan kontruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan kontruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikator, dan dalam sisi penerima pesan. Ia bagaimana mengkontruksinya (Eriyanto, 2002: 40-41).

Atas dasar itu lah pembicara politik bisa didaya gunakan untuk kepentingan politik, tampak para elit politik selalu berlomba menguasai wacana politik melalui media massa guna memperoleh dukungan massa. Kaum propagandis biasanya paling peduli dengan pengendalian opini publik melalui media massa. Karena daya jangkau yang dimilikinya, para politisi berharap kontruksi realistas politik yang dibingkai media berpihak kepadanya (Hamad, 2004:15).

2. Media dan Kontruksi Realitas Sosial

Media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka tujuan utama media massa adalah mengkontruksi berbagai realita yang akan disiarkan maupun di media cetak. Media menyusun realita dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media massa pada dasarnya adalah menyusun realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 11).

Dalam kehidupan sosial, media massa seharusnya berada pada posisi yang bersifat netral dan jauh dari tekanan politik dan elit penguasa. Elemen dasar seluruh isi media massa, entah itu hasil liputan seperti berita, laporan pandangan mata, atau hasil analisa berupa artikel opini, adalah bahasa (verbal dan non-verbal). Isi media cetak adalah bahasa tertulis baik berbentuk kata, angka, gambar atau grafis (Hamad, 2004: 15).

Dalam komunikasi massa ada beberapa media salah satunya adalah media cetak. Surat kabar adalah bagian dari media cetak. Surat kabar adalah salah satu bentuk khusus teks yang bisa disebut *sinteks*, ini karena tidak ada kata yang tepat, ini bisa didefinisikan sebagai teks yang menanamkan keterhubungan pada teks yang tampak bersifat acak hanya dengan mengorganisasikan semuanya titik. Surat kabar memberikan jaminan bahwa di dalam segala sesuatu terdapat suatu tujuan tunggal,

dengan menggabungkan cerita-cerita kriminal, laporan kecelakaan, ulasan film dan buku, iklan, dan semua yang membangun kehidupan sehari-hari. Surat kabar tersebut dari lembaran-lembaran berita yang ditulis tangan dan dipasang di tempat-tempat umum pada zaman dahulu (Danesi, 2010: 84).

Dalam konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian yang integral dan politik, tetapi juga memiliki posisi strategis dalam dunia politik, aspirasi masyarakat yang beraneka ragam harus diartikulasikan. Media massa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan untuk kepentingan-kepentingan seperti ini, karena sifat media massa yang dapat mengangkut pesan-pesan (informasi dan citra) secara masif dan menjangkau khalayak atau publik yang jauh beragam dan terpancar begitu luas (Zubair, 2014: 288)

Dalam proses pembentukan realitas, ada dua titik perhatian Stuart Hall. Pertama, bahasa. Bahasa, sebagaimana dipahami kalangan strukturalis, merupakan sistem penandaan. Realita dapat dilihat dari melalui cara yang berbeda pada peristiwa yang sama. Makna yang berbeda dapat dilekatkan pada peristiwa yang sama. Kedua, politik penandaan, yakni bagaimana praktik sosial dalam membentuk makna, mengontrol, dan menentukan makna (Stuart Hall dalam Eriyanto, 2001 : 29).

Munculnya opini publik mengenai kehidupan politik. Bentuk opini itu adalah bentuk gambaran politik (*political image*) positif ataupun negatif mengenai suatu realitas politik. Selanjutnya bagi komunikasi politik, opini publik ini akan memberikan pengaruh terhadap pembelajaran politik, partisipasi politik dan usaha mempengaruhi pejabat dalam pengambilan keputusan. Melalui pembentuka opini publik komunikasi politik, bertujuan untuk mencari dukungan dalam wujud kerelaan masyarakat memilih partai politik yang akan dipilih melalui berkampanye. Dalam berkampanye para aktor politik melakukan langkah persuasi dan propaganda politik

melalui media massa supaya mau memuatnya, yang pada dasarnya merupakan kepentingan politik dengan tujuan merayu khalayak (Hamad, 2004: 28).

Pengaruh politik terhadap kehidupan pers, akan terlihat pada dimensi hubungan pers dengan partai politik. secara umum partai politik sebagai suatu kelompok yang terorganisasi, dan memiliki tujuan orientasi nilai-nilai yang sama. Dengan tujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik untuk melaksanakan kebijakan (Arifin, 1992: 23).

Apa yang disajikan oleh media, pada dasarnya ialah yang berpengaruh akumulasi beragam, Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, meringkas berbagai faktor tertentu mempengaruhi pengambilan keputusan dalam sebuah pemberitaan, ada 5 faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi.

- a. *Pertama*, faktor individu. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesionalisme pengelola media. Latar belakang kehidupan wartawan seperti agama, pendidikan, budaya, jenis kelamin akan mempengaruhi pola pemberitaan. ketika media menyebar luaskan sebuah berita akan dipengaruhi dengan aspek-aspek personal baik dari pengelola media dan wartawan.
- b. *Kedua*, institusi media. pembentukan berita akan dipengaruhi oleh institusi media. wartawan, fotografer, layoter dan editor, adalah sebagian kecil yang mempengaruhi bukan cuma sekedar pengelola media dan wartawan yang menentukan sebuah berita, seperti pemodal, pengiklan, dan pemasaran bisa mempengaruhi, hal ini akan mempengaruhi sebuah peristiwa untuk dijadikan berita faktor-faktor ekonomi seperti ini menjadi pertimbangan sebuah peristiwa yang dapat menaikkan angka penjualan dan oplah media.
- c. *Ketiga*, rutinitas media. media berhubungan langsung dengan mekanisme dan proses penentuan suatu berita, pekerjaan media berhubungan dengan tujuan

bagaimana pembuat berita dibentuk melalui proses panjang dengan berpindah-berpindah tangan sampai ke proses cetak.

- d. *Keempat*, idiologi. Dalam konteks ini, idiologi ditafsirkan sebagai kerangka pemikiran dijadikan menjadipatokan setiap individu untuk melihat realitas. Idiologi pada tatanan ini yang berhubungan konsep masing-masing individu dalam menafsirkan suatu realitas, idiologi yang abstrak menjadi artian sebagai siapa yang berkuasa dan siapa yang menentukan bagaimana media akan dipahami oleh publik. Media berhak menentukan faktor apa saja yang akan disajikan kepada publik, pada saat itu pula akan menerapkan kekuasaannya untuk membentuk opini khalayak sesuai keinginannya.
- e. *Kelima*, ekstramedia. Pada level ini, kenyataannya sebuah media hanya bagian dari sistem besar, bercermin dari banyaknya kasus mempengaruhi berita. Ada tiga faktor yang mempengaruhi pemberitaan:
 - i. Sumber berita. Sumber berita tidak selalu netral dalam memberikan informasi berita. Sumber berita tentu saja melakukan politik pemberitaan.
 - ii. Sumber penghasilan media. Pada bagian ini sebuah media dalam menjaga keberlangsungannya membutuhkan dana agar tetap berdiri, Salah satunya melalui dana dari pendapatan mengiklankan. Konsekuensinya terjadi ketergantungan sebuah media pada iklan akan menyebabkan terjadinya akibat pada objektivitas media dalam memberitakan suatu permasalahan.
 - iii. Faktor pihak eksternal media. Seperti pemerintah dan pelaku bisnis. Pengaruh atau tidak sangat ditentukan dari masing-masing lingkungan di luar media. dalam Negara otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita yang akan disajikan. Berbeda dengan

negara yang demokratis, justru melihat dari sudut pandang lingkungan pasar dan bisnis (Shoemaker dan Reese dalam Sudibyo, 2001: 2-4).

Dalam kontruksi realitas ada tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja media, khususnya oleh para komunikator massa, tatkala melakukan kontruksi realitas, termasuk realitas politik, yang berujung pada pemebentukan citra sebuah kekuatan politik: pemilihan simbol (fungsi bahasa): pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi framing), dan kesediaan member tempat (agenda seting). Pertama dalam pilihan (simbol) politik, sifat dari pembicaran politik untuk selalu memperhitungkan simbol politik.

Secara garis besar pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian tersendiri dalam menilai bagaimana fakta, media, berita, dan wartawan. Hal ini sangat bertentangan dengan paradigam positivis dalam memandang realitas. Kita dapat melihat adanya perbedaan penilaian tersebut dalam table dibawah ini :

Tabel 1.2

Perbedaan paradigma positivis dan paradigma konstruksionis

	Paradigma Positivis	Paradigma Konstruksionis
Perbedaan Ontologis	Ada fakta yang riil yang diaturkaidah-kaidah tertentu yang universal.	Fakta merupakan konstruksi atas realitas
	Berita merupakan cermin dan refleksi dari kenyataan	Berita tidak mungkin merupakan cermin dari realitas karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi realitas.
Perbedaan Epistimologi	Ada suatu realitas obyektif, diluar diri wartawan. Wartawan meliput realitas yang tersedia dan obyektif.	Realitas bersifat subjektif Realitas merupakan hasil pemahaman dan pemaknaan wartawan.

	Wartawan membuat jarak dengan obyek yang hendak diliput, sehingga yang tampil bias obyektif.	Wartawan tidak mungkin membuat jarak dengan realitas. Realitas merupakan produk transaksionis antara wartawan dengan objek yang hendak diliput.
	Realitas sebagai hasil liputan wartawan harus bersifat obyektif, dalam arti memberitakan apa yang terjadi apa adanya.	Realitas sebagai hasil liputan wartawan bersifat subjektif. Realitas yang terbentuk merupakan olahan dari pandangan atau perspektif dan pemaknaan wartawan peristiwa.
	Paradigma Positivis	Paradigma Konstruksionis
Perbedaan Aksiologis	Nilai, etika, opini dan pilihan moral berada diluar proses peliputan berita.	Nilai, etika, atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa.
	Wartawan berperan sebagai pelapor.	Wartawan berperan sebagai partisipan yang menjembatani keragaman subjektifitas pelaku sosial..
	Tujuan peliputan dan penulisan berita: eksplanasi dan menjelaskan apa adanya yang diliput..	Tujuan peliputan dan penulisan berita: rekonstruksi peristiwa secara dialektis antara wartawan dengan peristiwa.
Perbedaan Metodologis	Kualitas pemberitaan : liputan dua sisi. Obyektif dan kredibel.	Kualitas pemberitaan : interaksi antara wartawan dan objek yang diliputnya, intensitas.
	Kualitas pemberitaan : liputan dua sisi. Obyektif dan kredibel.	Kualitas pemberitaan : interaksi antara wartawan dan objek yang diliputnya, intensitas.

(Guba & Lincoln dalam Agus Salim, 1994 : 77)

Dalam komunikasi politik, para komunikator saling bertukar citra-citra atau makna-makna melalui lambang politik, komunikator massa menjadikan komunikator

politik sebagai sumber berita, media massa akan terlibat langsung maupun tidak langsung oleh sebab itu pengambilan satu nara sumber tentu didasari atas pertimbangan tertentu apalagi manakala media membuat ulasan. Kedua dalam melakukan pembingkaiian (framing) peristiwa politik.

Jarang ada media yang membuat berita sebuah peristiwa secara utuh, dengan peristiwa yang panjang, lebar dan rumit, dicoba “disederhanakan” melalui mekanisme pembingkaiian (framing) fakta-fakta dalam bentuk berita layak terbit. Komunikator sering kali hanya menyoroti hal-hal yang “penting” (mempunyai nilai berita), dengan berbagai kepentingan. Ketiga adalah fungsi agenda setting, seperti media massa memberi tempat pada sebuah politik, apabila satu media apalagi sejumlah media menaruh sebuah kasus sebagai *head-line* dan seberapa besar media memberikan perhatian khusus terhadap suatu isu atau peristiwa (Hamad, 2004: 16-24).

3. Nilai Berita

Berita biasanya tidak ditampilkan dengan tujuan pembelajaran, tetapi hanya menawarkan layanan dimana beragam bagian informasi, tujuan umumnya adalah informasi dan konten berita yang biasanya dinilai. Masyarakat belajar dari berita dan lebih mendapatkan informasi dan berita memiliki efek tergantung pada jangkauannya terhadap khalayak yang memperhatikan kontennya, memahami serta mampu mengingat atau mengenalinya setelah peristiwa tersebut terjadi. Sementara jenis efek yang lain, pemahaman dan ingatan tergantung, baik pada faktor pesan maupun pengirim dan juga pada faktor khalayak. Pesan berita dapat kurang lebih relevan, menarik perhatian, atraktif, dan dapat dipahami (McQuail, 2011: 266-267).

Penyajian berita dalam surat kabar pada dasarnya tidak berdiri dengan sendirinya akan tetapi ia selalu terikat dengan sistem politik atau sistem budaya yang

berlaku dimana media itu berjalan. Oleh karena itu, suatu berita yang sudah masuk dalam liputan surat kabar, pada dasarnya berita sudah melalui proses penyaringan, yaitu pemimpin redaksi serta redaktur pelaksan. Apa yang disajikan pada surat kabar dasarnya ialah semua yang di kemas dalam berita informasi yang sudah layak dapat di pertanggungjawabkan kebenarannya (Suwardi, 1993: 85).

Pers juga ikut andil dalam menentukan untuk terciptanya demokrasi, di negara yang berpedoman terhadap demokrasi, menciptakan sebuah kehidupan demokrasi memerlukan satu budaya yang menunjang, prinsip-prinsip yang mendasari kebebasan yaitu berbicara, kebebasan pers, kebebasan berpolitik. Pers bisa menjalankan peran dan fungsinya dengan benar. Salah satu produk pers baik cetak dari elektronik atau news media adalah berita. Munculnya berita perusahaan pers mempunyai tujuan yang sifatnya universal yaitu mendidik, menghibur, mediasi dan memberikan informasi (Zubair, 2014: 75).

Ada dua jenis berita yakni pertama berita yang fokus pada peristiwa yang khas, menyajikan peristiwa kepada khalayak yang hangat, baru terjadi, tidak dipandang dengan konteks minimal, dan tidak dihubungkan situasi dan peristiwa yang lain. Gagasan utamanya adalah bahwa sebuah topik belum tentu layak dijadikan sebuah berita sampai “terjadi” sesuatu. Kedua adalah berita yang berdasarkan proses yang disajikan melalui pendapat tentang kondisi dan situasi dalam masyarakat yang berhubung dalam konteks yang luas melampaui waktu (Ishwara, 2005: 52).

Nilai berita adalah prinsip-prinsip yang menjadi pedoman yang mengarahkan dan mendisiplinkan awak media ketika berhadapan dengan fakta atau informasi. Nilai berita antara lain adalah: *aktualitas, akurasi, cover both side, magnitude, proximity, prominence, relevan, dan konflik*. Keputusan untuk memuat atau tidak memuat suatu berita dan memuat dalam porsi seberapa dan pada bagian mana di

dasari dengan sebuah nilai-nilai berita. Di satu sisi jika praktik jurnalistik berjalan tanpa acuan, metode dan regularitas praktis sama sekali, yang akan terjadi adalah kekerasan, nilai dan kaidah pemberitaan sumbangan signifikan kepada universalitas jurnalisme dan kebebasan pers itu sendiri (Sudibyo, 2009: 230).

Organisasi media tidak hanya mempunyai peran struktur dan pola kerja, akan tetapi mempunyai ideologi profesional. peristiwa tidak lantas disebut sebagai salah satu berita, tetapi dinilai melalui aspek-aspek yang menjadikan peristiwa menjadi nilai berita, nilai berita mempunyai standard dan ukuran bagi wartawan sebagai kriteria dalam mengemas sebuah berita. Editorial mempunyai peran penting dalam menentukan mana yang layak diberitakan, mana yang harus diliput, dan mana yang tidak layak diliput. Sebuah peristiwa yang mempunyai unsur nilai berita yang paling banyak memungkinkan untuk di tempatkan sebagai berita utama. Jurnalisme mempunyai peranan penting dalam membuat sebuah berita, industrial pula menempatkan jurnalisme menjadi salah satu komponen dalam manajemen media (Siregar, 1995: 6).

Tidak semua laporan tentang kejadian pantas dipublikasikan terhadap khalayak. Peristiwa mempunyai beberapa kriteria, yaitu memiliki nilai berita. Nilai berita menurut Julian Haris, Kelly Leiter dan Stanley Johnson, mengandung beberapa unsur, yaitu:

- a. konflik: merupakan informasi menggambarkan pertentangan antara manusia, bangsa dan negara perlu dilaporkan kepada khalayak.
- b. Aktual: informasi tentang sebuah peristiwa yang baru terjadi perlu segera dilaporkan. Walaupun peristiwa itu terjadi dua hari yang lalu masih layak dijadikan sebuah berita.
- c. Unik: informasi peristiwa yang unik, jarang kita temui layak di jadikan sebuah berita.

- d. Kemajuan: informasi tentang kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, agar khalayak berkembang cara berfikir dan mengikuti hal yang baru.
- e. Penting: informasi yang penting bagi khalayak dalam rangka menjalani kehidupan mereka sehari-hari.
- f. Dekat: informasi yang memiliki kedekatan emosi dan jarak geografi dengan khalayak (Haris, Leiter dan Jhonson dalam Abrar, 1995: 4-5)

Elemen ini berhubungan dengan orientasi media dengan khalayak. Menurut Shoemaker dan Reese, nilai berita adalah elemen yang ditujukan kepada khalayak, berita diseleksi dengan prosedur tertentu akan membentuk sebuah batasan. Nilai berita tersebut merupakan produk konstruksi sosial:

Tabel 1.3
Nilai Berita

<i>Prominance</i>	Nilai berita dari kebesaran peristiwa atau arti pentingnya. Salah satu Peristiwa yang diberikan adalah peristiwa yang dipandang penting.
<i>Human Interest</i>	Peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur baru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
<i>Conflict/Controversy</i>	Peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita.

<i>Unusual</i>	Berita yang mengandung tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi.
<i>Proximity</i>	Peristiwa yang dekat lebih layak, diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

(Eriyanto, 2002: 105-107).

Cara seseorang jurnalisisme dalam memilih peristiwa yang memiliki nilai berita tinggi seperti konflik, seks, perang, tentang politik, kriminalitas yang dijadikan acuan atau patokan untuk diproses menjadi salah satu berita yang layak untuk diterbitkan kepada khalayak sebagai sumber informasi, salah satunya adalah dalam memberitakan pemilihan Presiden 2014 yang sangat layak bagi media untuk menjadikan sebuah berita yang mempunyai nilai pembaca terhadap khalayak banyak (Oetama, 2001, 208).

4. Konsep Framing

Ide tentang *Framing*, pertama kali dilontarkan oleh Baterson tahun 1955. *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standard untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih menjauh lagi oleh Goffman (1974) yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membingkai individu dalam membaca realitas (Sudibyo, 1999: 23)

Realitas tidak seluruhnya ditampilkan oleh suatu media. Media menyeleksi terlebih dahulu sambil menonjolkan sisi yang relevan dengan kepentingannya. Oleh

karena itu, melalui *framing* ini diajak dan diarahkan oleh media dari satu sisi tanpa diberi kesempatan untuk melihat sisi yang lain.

Pada perkembangannya, banyak ahli ilmu komunikasi yang melakukan kajian mengenai *framing*, antara lain Erwin Goffman secara sosiologis konsep *frame analysis* memelihara kelangsungan kebiasaan kita mengklasifikasi, mengorganisasi, dan menginterpretasi secara aktif pengalaman-pengalaman hidup kita untuk dapat memahaminya. Skemata interpretasi itu disebut *frames*, yang memungkinkan individu dapat melokalisasi, merasakan mengidentifikasi, dan memberi label terhadap peristiwa-peristiwa serta informasi. Dengan konsep yang sama Gitlin (1980) mendefinisikan *frame* sebagai seleksi, penegasan, dan eksklusi yang ketat, *frames* memungkinkan para jurnalistik memproses secara luas informasi secara cepat dan rutin. Serta mengemas informasi dengan tujuan penyiaran yang efisien kepada khalayak (Erwin Goffman dalam Sobur, 2006: 163).

Sedangkan menurut Entman *framing* memiliki implikasi penting bagi komunikasi politik. *Frames*, menurutnya, menuntut perhatian terhadap beberapa aspek dari realitas dengan mengabaikan elemen-elemen lainnya yang memungkinkan para khalayak memiliki reaksi yang berbeda-beda. Politisi mencari dukungan memaksakan kompetisi satu sama lain. Mereka bersama jurnalis membangun *frame* (Entman dalam Sobur, 2006: 164).

Aditjondro berpendapat berbeda menurut dia *framing* merupakan bagian tak terpisahkan dari proses penyuntingan yang melibatkan semua pekerja dibagian keredaksian media cetak. Reporter dilapangan menentukan siapa yang akan diwawancarainya, menentukan apakah laporan si reporter akan dimuat atau tidak. Proses *framing* tidak hanya melibatkan para pekerja pers, tapi juga pihak-pihak yang bersengketa dalam kasus-kasus tertentu yang masing-masing berusaha menampilkan

sisi-sisi informasi dengan menonjolkan ketentuan tertentu serta menyembunyikan sisi-sisi lain (Aditjondro dalam Sobur, 2006: 165).

Media massa pada dasarnya media sebagai sarana diskusi publik tentang suatu masalah, yang melibatkan beberapa pihak antara lain: wartawan, sumber berita, dan khalayak. Pendekatan *framing* memandang wacana berita sebagai salah satu arena perang simbolik antara beberapa pihak tertentu yang berkepenting terhadap persoalan tentang politik (Eriyanto, 2002: 195).

Berdasarkan konsep psikologi, *framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik, sehingga elemen-elemen tertentu suatu isu memperoleh alokasi sumber kognitif individu lebih besar, konsekuensinya, faktor-faktor terseleksi menjadi sebuah kepentingan dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan. Dalam perspektif konsepsi *framing* terkesan tumpang tindih. Fungsi *frames* kerap ditafsirkan sebagai struktur internal dalam pikiran dan perangkat yang dibangun dalam wacana politik (Sobur, 2006: 163).

Masing-masing ahli berbeda dalam mendefinisikan *framing*, akan tetapi inti dari itu semua, yaitu hendak menunjukkan terjadi proses seleksi dan memfokuskan suatu realitas sehingga menjadi lebih dominan dari realitas yang lain. Asumsinya isi teks yang ditonjolkan pada akhirnya akan mengiringi perhatian khalayak sehingga menimbulkan resepsi yang berbeda pada berita yang sama.

Dalam melakukan pembingkai (*framing*) peristiwa politik. Oleh sebab itu adanya tuntutan teknis: memberi batasan-batasan dalam kolom dan halaman pada media cetak, jarang media yang membua berita sebuah peristiwa dengan secara utuh. Melainkan mencoba “lebih disederhanakan” melalui mekanisme pembingkai fakta-fakta dalam bentuk berita. Untuk kepentingan pemebritan tersebut, komunikator

massa menyoroti hal-hal yang penting (mempunyai nilai berita) dari sebuah peristiwa politik (Sobur, 2006: 21).

Proses *framing* menjadikan media massa sebagai arena dimana informasi tentang masalah tertentu diperebutkan perang simbolik antara berbagai pihak tertentu yang menginginkan pandangannya didukung pembaca.

Pemilihan sumber berita sebuah peristiwa dalam jurnalistik merupakan salah satu tindakan strategis, ada beberapa orang yang mempunyai kemampuan dan kewenangan untuk tujuan memberkan informasi. Pemilihan sumber menurut J. H. Gans (1986: 128), peliputannya biasanya melalui karakteristik:

1. *Past suitability*, jika pada masa lampau seseorang bisa dijadikan sumber dengan tujuan memberikan informasi, maka secara regular dijadikan sumber lagi.
2. *Productivity*, seseorang akan dijadikan sumber apabila mudah di jumpai.
3. *Realiability*, seseorang akan dipilih sebagai sumber jika informasi yang dimilikinya sudah melalui tahap analisa dan diperiksa.
4. *Trustworthiness*, para jurnalis memeriksa kejujuran para nara sumber dari waktu ke waktu.
5. *Authoritativeness*, memiliki kewenangan.
6. *Articulateness*, seseorang akan dipilih menjadikan sebagai sumber jika memiliki kemampuan menjelaskan segala sesuatu dengan jelas.

Pemilihan sumber akan berkaitannya dengan kredibilitas dan nilai berita (Zubair, 2014, 495).

Dalam proses analisis framing ada beberapa tahapan pada akhirnya akan membawa efek. Karena sebuah realitas bisa jadi dibingkai dan dimaknai berbeda oleh media, bahkan pemaknaan itu bisa jadi akan sangat berbeda. Realitas sosial

yang kompleks penuh dimensi dan tidak beraturan, disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Berdasarkan penyederhanaan atas kompleksnya realitas yang disajikan media, menimbulkan efek framing, yaitu:

a. Menonjolkan aspek tertentu-mengaburkan aspek lain. Framing pada umumnya ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Dalam penulisan sering disebut sebagai fokus. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya, ada aspek lainnya yang tidak mendapat perhatian yang memadai.

b. Menampilkan sisi tertentu-melupakan sisi lain. Menampilkan aspek tertentu menyebabkan aspek lain yang penting dalam memahami realitas tidak mendapatkan liputan yang memadai dalam berita.

c. Menampilkan aktor tertentu-menyembunyikan aktor lainnya. Berita seringkali juga memfokuskan pemberitaan pada actor tertentu. Ini tentu saja tidak salah. Tetapi efek yang segera terlihat adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjadi tersembunyi (Eriyanto, 2002 :141).

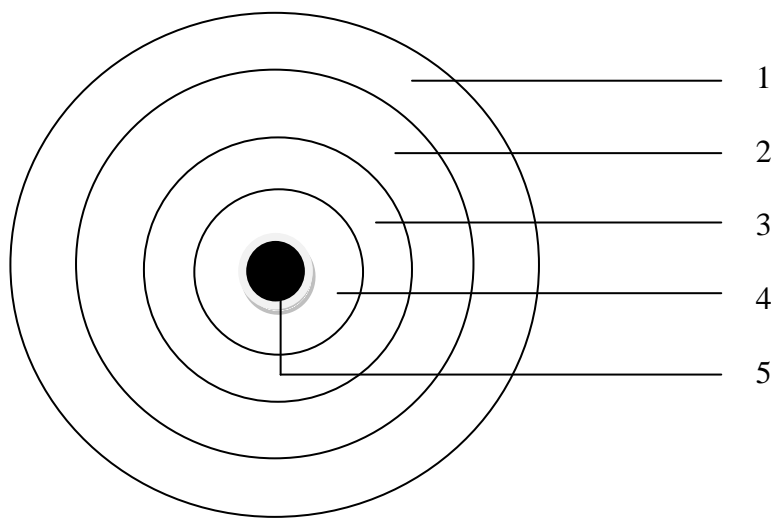
Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Framing

Sebuah berita tidaklah persis apa yang terjadi di lapangan. Segala sesuatunya telah diatur dan diproduksi dalam ruang redaksi bersama awak media. berita tidak

dapat ditulis sesuai dengan realitas yang terjadi di lapangan, melainkan dimuat berdasarkan proses seleksi yang panjang dan rumit serta dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor.

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi proses produksi berita, yaitu: faktor individu, rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia, dan level ideology seperti yang digambarkan berikut ini (Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, 1996: 29).



1. Ideological level
2. Extramedia level
3. Organization level
4. Media routines level
5. Individual level

Gambar Model Hirarki Faktor-faktor yang Mempengaruhi Isi Berita

sumber Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, 1996.

Dimana faktor-faktor yang menyebabkan media menerapkan dalam memberitakan pemilihan Presiden yang terjadi saat ini, mempengaruhi konstruksi media yang dikemukakan Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese tersebut dijelaskan seperti berikut:

- a. rutinitas media, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita yang meliputi bagaimana berita dibentuk, melalui proses serta melalui tangan siapa saja berita diproduksi sebelum sampai pada proses percetakan. Segala proses seleksi berita karena keredaksionalan sebagai rutinitas organisasi.
- b. Faktor individual, berhubungan dengan latar belakang profesional pengelola media, seperti latar belakang kehidupan wartawan, meliputi jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, dan kebudayaan.
- c. Level organisasi atau sering disebut sebagai 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, sebagai pihak yang netral dalam memberikan informasi, namun memiliki namun dibalik itu semua ada kepentingan tersendiri serta kepentingan politik media dalam memberikan informasi.
 2. Pihak *eksternal* media, meliputi pemerintahan dan lingkungan bisnis.
 3. Sumber penghasilan media.
- e. Level ideologi, acuan individu, golongan dan organisasi dalam menafsirkan realitas serta bagaimana media menyikapi realitas tersebut. Melalui ideologi, media mempunyai kekuasaan dan hak untuk menentukan berita yang akan disajikan terhadap khalayak, media menggunakan kekuasaannya untuk membentuk opini publik, dengan sesuai ideologi sebuah media (shoemaker dan reese, 1996: 29).

Melihat dari apa yang sudah dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menjelaskan bahwa media massa dalam menyajikan sebuah berita

dipengaruhi oleh aspek-aspek personal wartawan atau pengelola media itu sendiri, sehingga media dapat memutuskan berita mana yang layak dimuat atau mana yang tidak layak dimuat. Wartawan serta redaksi mempunyai peranan penting dalam menentukan sebuah berita, keduanya tidak bisa dipisahkan dari suatu kebijakan media.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini berusaha untuk menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai suatu isu. Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa pada dasarnya *framing* merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk melihat cara media bercerita atas peristiwa tertentu. Data-data dalam penelitian ini disajikan secara kualitatif. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berita yang dimuat pada *Koran Sindo* dan *Kompas* tentang pemberitaan pemilihan calon Presiden antara Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa.

Dalam penelitian ini analisis *framing* digunakan untuk mengungkap konstruksi yang dilakukan media. Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, konstruktivisme adalah metodologi empiris logis dalam pengertian luas dan ajakan untuk menerapkan kerangka tersebut kedalam penelitian manusia (Zubair, 2014: 292).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah menggunakan dua surat kabar nasional yaitu, *Koran Sindo* dan *Kompas*. Permasalahan yang akan dibahas hanya berfokus pada pemberitaan kedua media cetak tersebut mengenai pemberitaan pemilihan calon

Presiden dan Wakil Presiden 2014 antara Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Pada tanggal 20 Mei-24 Mei 2014.

Alasan peneliti memilih edisi media cetak tanggal 20 Mei 2014 karena pada tanggal 19 Mei karena menjelang pemilihan Presiden serta bertepatan pendeklarasian kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden yang diusung oleh masing-masing partai antara Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), dan terlihat jelas perbedaan dalam membingkai berita dan pada saat itu media sangat mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi khalayak.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, dalam mengumpulkan data-data menggunakan teknik dokumentasi, dan jenis datanya adalah:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya, berupa pemberitaan mengenai pemilihan Presiden dan calon Presiden antara Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta pada surat kabar *Koran Sindo* dan *Kompas* mulai tanggal 20-24 Mei 2014.

b. Data Sekunder

Data untuk melengkapi data primer berupa refreansi dari sisi lain seperti: buku, internet, jurnal, atau dokumentasi lain yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *framing* dari sudut pandang William A. Gamson dan Andre Modigliani. Alasan peneliti menggunakan sudut pandang tersebut adalah seseorang yang menaruh minat yang sangat besar pada studi mengenai gerakan sosial (*social movement*). Pemilihan

Presiden antara Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta merupakan gerakan sosial untuk mencapai satu tujuan tertentu, serta dalam metodenya banyak ditekankan adanya penandaan dalam bentuk simbolik yang ditemukan pada *Koran Sindo* dan *Kompas*. Jadi, pemberitaan pemilihan kedua kandidat calon Presiden periode 2014-2019 akan tepat apabila diteliti menggunakan penelitian Gamson dan Modigliani yang studinya membahas tentang gerakan sosial.

Dalam hal ini peneliti mengumpulkan berita-berita dari kedua media cetak tersebut, kemudian memilih dan menyeleksi konten berita yang memuat pemberitaan pemilu 2014, dari kedua kandidat calon Presiden 2014, kemudian data-data tersebut digunakan untuk menganalisis data sesuai dengan model analisis *framing* William A. Gamson dan Andre Modigliani.

Menurut Eriyanto dalam Kriyantono (2007: 255) analisis framing pendekatan untuk mengetahui bagaimana persepektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan dalam menyeleksi isu dan penulis berita. Cara pandang seperti itu akhirnya menentukan fakta apa yang akan diambil. Kesimpulan dari di atas, Gamson dan Modigliani merumuskan model analisis *framing* seperti yang terlihat di bawah ini:

Tabel 1.4

Skema Framing Model Gamson dan Modigliani

<i>Frame</i>	
<i>Central organizing idea for making sense of relevant event, suggesting what is at issues. Frame ini akan diperkuat oleh perangkat wacana lain, seperti kalimat, kata, dan sebagainya. Secara umum.</i>	
<i>Framing Devices</i> (perangkat framing) berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai	<i>Reasoning Devices</i> (Perangkat penalaran) berhubungan dengan kohesi

<p>yang ditekankan dalam teks berita, Perangkat ini antara lain: pemakaian kata, kalimat, gambar, metafora tertentu.</p>	<p>dan koherensi dari teks yang merujuk pada gagasan tertentu. Artinya ada dasar pembenaran dan penalaran alasan tertentu sehingga membuat gagasan yang disampaikan media atau seseorang tampak benar, alamiah, dan wajar.</p>
<p><i>Metaphors</i></p> <p>Perumpamaan atau pengandaian.</p>	<p><i>Roots</i></p> <p>Analisis kasual atau sebab akibat.</p>
<p><i>Catchphrases</i></p> <p>Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya jargon atau slogan.</p>	<p><i>Appeal to principle</i></p> <p>Premis dasar, klaim-klaim moral.</p>
<p><i>Exemplaar</i></p> <p>Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.</p>	<p><i>Consequences</i></p> <p>Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai.</p>
<p><i>Depiction</i></p> <p>Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif.</p> <p><i>Depiction</i> ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.</p>	

<p><i>Visual Images</i></p> <p>Gambar, grafis, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafis untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.</p>	
--	--

(Kriyantono, 2007: 255).

Core frames (gagasan sentral) pada dasarnya berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa, dan mengarahkan makna isu, yang dibangun *condensing symbol* (simbol yang “dimampatkan”).

Condensing symbol adalah hasil pencermatan terhadap interaksi perangkat simbolik (*framing devices* dan *reasoning devices*) sebagai dasar yang digunakan secara perspektif. Simbol dan wacana terlihat transparan bila dalam dirinya menyusup perangkat bermakna yang mampu berperan sebagai panduan menggantikan sesuatu yang lain.

Struktur *Framing devices* yang mencakup *metaphors*, *exemplar*, *catchphrases*, *depiction*, dan *visual images* menekankan aspek bagaimana “melihat” suatu isu. Struktur *reasoning devices* menekankan aspek pembenaran terhadap cara “melihat” isu., yakni *roots* (analisis kausal) dan *appeal to principle* (klaim moral).

Metaphors, secara literal dipahami sebagai cara memindah makna dengan merelasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunkan kata-kata seperti, ibarat, bak sebagai, umpama, laksana. Henry Guntur Tarigan menilai metafora sebagai sejenis gaya bahasa perbandingan yang paling singkat, padat tersusun rapi. Di dalamnya terlihat dua gagasan: yang satu adalah suatu kenyataan, sesuatu yang dipikirkan, yang menjadi objek: dan yang satu lagi

merupakan perbandingan terhadap kenyataan tadi: dan kita menggantikan yang belakangan itu menjadi terdahulu (Henry Guntur Tarigan dalam Sobur, 2004: 178).

Exemplaar, mengemas fakta tertentu secara mendalam agar suatu sisi memiliki bobot makna untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya menjadi pelengkap bingkai inti dalam kesatuan berita untuk membenarkan perspektif.

Depictions, penggambaran fakta dengan memakai kata, istilah, kalimat konotatif agar khalayak terarah ke citra tertentu. Asumsinya, pemakaian kata khusus diniatkan untuk membangkitkan prasangka, menyesatkan pikiran dan tindakan, serta efektif sebagai bentuk aksi politik. *Depictions* dapat berbentuk stigmatisasi, eufemisme, serta akronimisasi.

Visual images, pemakaian foto, diagram, grafis, table, kartun, dan sejenisnya untuk mengepresikan kesan, misalnya perhatian atau penolakan, dibesarkan-dikecilkan, ditebalkan atau dimiringkan, serta memakai warna. *Visual images* bersifat sangat natural, sangat mewakili realitas yang membuat erat muatan idiologi pesan dengan khalayak (Sobur, 2004: 179-180).

Agus Sudibyo dalam Zubair (2014: 290) menjelaskan tujuan analisis framing adalah untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. dalam ranah studi komunikasi, analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan persepektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena komunikasi. Dalam prakteknya, analisis framing membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik dan kultur untuk menganalisa fenomena komunikasi (Zubair, 2014: 290).

Tahapan-tahapan penelitian ini meliputi dan menentukan harian *Koran Sindo* dan *Kompas* yang terbit tanggal 20 sampai 24 Mei 2014 kemudian dikeliping, alasan peneliti memilih edisi tersebut di atas dikarenakan kedua koran harian nasional

tersebut memiliki kepentingan yang berbeda dalam memberitakan pemilihan umum (pemilu) Presiden 2014 dan pada tanggal tersebut terdapat pemberitaan mengenai pemilihan calon presiden.

Pemilihan berita, peneliti memilih berita yang terdapat pada edisi yang sudah ditentukan di atas yang sesuai dengan penelitian ini sebagai sumber data yang menguatkan peneliti. Kedua media tersebut membingkai sebuah realitas mempunyai tujuan tertentu, media cetak di atas memiliki sudut pandang yang berbeda dalam menyikapi pemilihan calon Presiden dan Wakil Presiden dalam sebuah berita. *Koran Sindo* lebih memihak kepada kubu Prabowo dan Hatta serta sumber berita melihat dari sudut pandang tim koalisi Merah Putih, sedangkan *Kompas* pemberitaannya memihak kubu Jokowi dan JK sumber berita mengambil dari tim koalisi Indonesia Hebat.

Dengan adanya perbedaan dalam membingkai sebuah berita, media cetak mengkonstruksi berita khalayak akan menimbulkan sebuah reaksi yang berbeda-beda terhadap suatu realita, terjadinya pengaruh berita bukan tanpa sebab akan tetapi faktor-faktor kekuatan yang besar dalam mempengaruhi pikiran dan kesadaran publik. Faktor kepemilikan sebuah media pers mempunyai peran penting dalam mengkonstruksi sebuah realitas serta peristiwa yang mempunyai nilai tinggi bisa menjadi berita terhadap publik dan menguntungkan media itu sendiri.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini yaitu terdiri dari empat bab:

- BAB I Pendahuluan, yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori dan metodologi penelitian sebagai landasan awal penulisan melakukan penelitian.
- BAB II Gambaran objek penelitian, bab ini berisi tentang perbandingan dengan penelitian terdahulu.
- BAB III Penyajian data dan pembahasan, dalam bab ketiga akan dipaparkan mengenai proses analisis framing mengenai pemberitaan pemilihan Presiden 2014 antara Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa pada surat kabar *Kompas* dan *Koran Sindo* serta pembahasan mengenai hasil analisis dan temuan penelitian.
- BAB IV Penutup, merupakan bab terakhir dalam laporan penelitian yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

