

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PENCALONAN RHOMA
IRAMA SEBAGAI CALON PRESIDEN PADA PEMILIHAN
PRESIDEN TAHUN 2014 DI PORTAL BERITA
*SINDONEWS.COM DAN DETIK.COM***

*The Framing Analysis of Reporting Rhoma Irama nomination as a candidate
for President on year 2014 Presidential Election in the News Portal
Sindonews.com and Detik.com.*

Zulmi Azhar Atriansyah¹

**Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

ABSTRACT

The purpose of this study is to know how sindonews.com and detik.com news portal in reporting Rhoma Irama as the nomination of presidential candidate on 2014. This study is a qualitative research with the framing analysis method and using the constructivist paradigm. The object of this study is the news about Rhoma Irama as the nomination of presidential candidate on 2014. The news that is used in sindonews.com and detik.com news portal for a month (1st until 31st of December 2012) and each 10 news. This study uses the framing analysis method with Pan and Kosicki models. Based on the analysis that conducted, we know that sindonews.com news portal constructs in reporting the news about Rhoma Irama as the nomination of presidential candidate in presidential election on 2014 with the frame: reject the nomination. Besides, Detik.com news portal supports the nomination. Both of these news portals construct in reporting the news about Rhoma Irama's presidential candidate based on the interests or backgrounds. Sindonews.com news portal reports that Rhoma Irama reject the nomination influenced by several factors, such as: (1) the intervention from the owner of sindonews.com news online portal, in this case Hary Tanoesoedibjo as a boss in MNC Group, (2) the existence of certain political interests of the owners. While constructing the detik.com news portal, the Rhoma's nomination related to: (1) organizational factors, but not for the interests of the owner to plunge in politics, (2) due to its development, the editor, (3) and also influenced by the ideology of Rhoma Irama who runs for president in the name of Islam.

Keywords: Portal, *sindonews.com*, *detik.com*, *Framing*, *President*, *General Election*

¹ Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Popularitas Rhoma saat ini masih kalah dibandingkan Sule (pelawak). Bisa - bisa lebih populer dia (Sule) daripada Rhoma."Rhoma tidak cocok untuk maju sebagai Capres. "Dia jauh sekali untuk urusan pemerintahan, karena dia orang seni. Untuk seni memang dia jago, tapi untuk pemerintahan kurang.

Senin (19/11/2012)

(www.sindonews.com, diakses tanggal 18/02/2013)

Kutipan tersebut di atas diambil dari salah satu berita yang berjudul "Popularitas Rhoma Gak Ngaruh Buat Nyapres," yang dimuat dalam portal berita *sindonews.com* salah satu portal populer di Indonesia pada tanggal 19 November 2012 lalu yang disampaikan Iberamsyah. Isi beritanya sebenarnya berkaitan dengan deklarasi si Raja Dangdut Rhoma Irama untuk maju sebagai Capres (calon presiden) pada Pemilu (pemilihan umum) tahun 2014 mendatang. Popularitas yang menjadi andalan Rhoma Irama untuk maju menjadi calon presiden tidaklah cukup karena jika hanya mengandalkan popularitas Sule seorang pelawak saja jauh lebih populer dibandingkan dirinya. Jago di bidang seni, tidak berarti layak untuk urusan pemerintahan dan menjadi pemimpin negara.

Berita lainnya di portal berita yang sama, *sindonews.com* berjudul "Tim Sukses Jokowi Sesalkan Bang Oma" yang dimuat tanggal 2 Agustus 2012 dikemukakan:

Ceramah menyinggung SARA oleh penyanyi dangdut Rhoma Irama terkait Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI beberapa waktu lalu sangat disayangkan oleh Deni Iskandar, Ketua Tim Advokasi pasangan Jokowi - Ahok. Menurut Deni, temuan itu telah membuktikan siapa yang menghembuskan isu SARA selama ini (http://www.sindonews.com/Tim_Sukses_Jokowi_Sesalkan_Bang_Oma, diakses tanggal 2/08/2012).

Portal berita ini membingkai berita tersebut dengan menggunakan tulisan SARA dengan huruf kapital. Ini merupakan salah satu cara wartawan dalam menekankan fakta dengan struktur retorik misalnya dengan grafis, metafora berupa kata dan idiom.

Pemberitaan pencalonan Rhoma Irama di portal berita *sindonews.com* yang berjudul “PKB tak serius usung Rhoma” yang dimuat pada tanggal 3 Desember 2012, juga membingkai berita tersebut dengan menggunakan foto Rhoma Irama yang disandingkan dengan Aceng Fikri mantan Bupati Garut yang juga melakukan perkawinan siri dengan seorang perempuan beberapa waktu lalu yang hanya bertahan 3 hari saja.



Gambar 1.1. Foto Rekeyasa Rhoma Irama bersama Aceng Fikri

Sumber: (<http://www.sindonews.com/post/type/> diakses tanggal 18/02/2013)

Tampak portal berita *sindonews.com* membingkai berita seputar pencalonan Rhoma Irama dengan menggunakan foto atau gambar Rhoma Irama yang disandingkan dengan Aceng Fikri. Penggunaan foto atau gambar dalam membingkai berita pencalonan Rhoma Irama ini merupakan salah satu cara wartawan dalam menekankan fakta.

Pemberitaan dengan kontruksi yang berbeda mengenai pencalonan Rhoma Irama dijumpai pada portal berita lainnya yakni *detik.com*. Portal berita terbesar di Indonesia ini juga banyak memberitakan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres tahun 2014 mendatang. Berita yang dimuat pada *detik.com* pada tanggal 6 Februari 2013 yang berjudul “Rhoma Irama Tenar Sebagai Capres” mengkonstruksi sosok Rhoma Irama sebagai tokoh panutan dengan menggunakan kalimat “Capres Unggul dan Paling Tenar” Di antara 12 nama terkenal yang dipilih rakyat, Rhoma Irama

tampil sebagai Capres paling tenar. Nama Rhoma menjadi nama yang disebut pertama kali oleh 25,8 persen masyarakat Indonesia, disusul Ketua Umum Golkar Aburizal Bakrie (Ical) berada di posisi 2 dikenal 16,9 persen responden. Sementara Prabowo Subianto diurutan ketiga dengan persentase sama seperti Ical (<http://www.detik.com/2090149/10/survei-PDB>, diakses tanggal 18/02/2013). Tulisan judul berita dengan huruf *italic* memiliki makna tersendiri misalnya dengan penonjolan suatu berita.

Portal berita *detik.com* mengkonstruksi berita dengan menggunakan kata-kata, kalimat serta gambar atau foto Rhoma Irama tersebut yang berbeda dari foto Rhoma Irama yang digunakan portal berita *sindonews.com*. Penggunaan foto-foto ini bertujuan untuk memperkuat konstruksi berita yang disampaikan portal berita *detik.com*.

Terkait dengan pemberitaan pencalonan Rhoma Irama jadi Capres, dua portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* tersebut, memberikan perhatian yang cukup besar yang ditunjukkan dengan seringnya pemberitaan mengenai Rhoma Irama di portal berita tersebut. Perhatian yang besar oleh kedua portal berita ini tidak terlepas dari peristiwa politik sebagai salah satu topik yang selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan. Dalam hal ini, terdapat dua faktor yang saling berkaitan dengan berita politik, *pertama*, dewasa ini politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*) yakni media massa yang mustahil dipisahkan dari kehidupan politik. Para aktor yang ingin terjun di dunia politik seperti halnya Rhoma Irama yang mencalonkan diri sebagai presiden senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan agar seluruh aktivitas politiknya memperoleh liputan dari media. *Kedua*, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor (politik) lazimnya selalu mempunyai nilai berita khususnya bila peristiwa politik itu mengenai pergantian presiden biasanya menjadi sebuah berita luar biasa (Hamad, 2004: 1).

Cara kedua portal berita (*sindonews.com* dan *detik.com*) dalam mbingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres memiliki perspektif yang berbeda. Berita tersebut dikonstruksi dengan menggunakan pilihan kata-kata dan foto yang menunjukkan penolakan terhadap Rhoma Irama khususnya oleh portal berita *sindonews.com*. Konstruksi berita ini dapat dipengaruhi adanya intervensi dari

pemilik portal berita *online sindonews.com* dalam hal ini Hary Tanoesoedibjo yang merupakan bos MNC (Media Nusantara Citra) Group. Hal ini senada dengan yang dikemukakan Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemberitaan seperti pengaruh individu-individu pekerja media, pengaruh rutinitas media, pengaruh organisasional seperti pemilik media, pengaruh dari organisasi media, dan pengaruh ideologi (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

Sementara portal berita *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama juga terkait dengan faktor organisasi namun bukan karena adanya kepentingan pemilik untuk terjun di bidang politik seperti yang terjadi pada portal berita *sindonews.com*. Pendekatan organisasi terkait dengan isi media melihat bahwa pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita (Sudibyo, 2009: 9). Konstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama seperti yang ada di portal berita *detik.com* merupakan hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Misalnya, mekanisme penentuan nilai-nilai berita, dimana sebuah peristiwa seperti pencalonan Rhoma Irama diberitakan dengan pertimbangan mempunyai nilai berita tertentu. Menurut Agus Sudibyo hal itu bisa terjadi karena pada perkembangannya, kalangan redaksi mungkin bosan dengan *genre* pemberitaan yang sudah biasa, dan mencoba untuk mengembangkan *genre* lain. Namun pihak sirkulasi menuntut agar *genre* pemberitaan itu tetap dipertahankan karena pasar pembaca ternyata menyukainya (Sudibyo, 2009: 9-10). Akhirnya berita-berita sensasional dan bombastis seperti pencalonan Rhoma Irama disajikan oleh portal media ini. Hal ini menunjukkan bahwa portal berita ini mengangkat Rhoma Irama bukan berdasarkan motivasi ekonomi atau persaingan politik tetapi karena memang tokoh ini mempunyai nilai berita yang tinggi (Sudibyo, 2009: 9). Hal itu ditunjukkan dengan pemilihan kata-kata tertentu, foto-foto yang digunakan untuk memperkuat konstruksi berita yang dilakukan portal berita tersebut.

Berita pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden seperti yang diberitakan kedua portal berita ini tujuan utamanya adalah untuk pembentukan opini publik mengenai dirinya. Dalam hal ini, portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* setidaknya melakukan tiga hal, yakni: (1) menggunakan simbol-simbol politik

(*language of politic*) yang dalam pemberitaan Rhoma Irama dengan menampilkan partai politik yang mencalonkannya, (2) melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) yang ditunjukkan dengan pembedaan berita dari perspektif yang berbeda antara *sindonews.com* dan *detik.com*, dan (3) melakukan fungsi agenda media (*agenda setting function*). Dalam kajian ini, difokuskan pada poin nomor 2 strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) atau berita oleh kedua portal berita.

Dalam mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama, kedua portal berita *sindonews.com* menggunakan bahasa atau pilihan kata tertentu, dan gambar atau foto-foto. Penggunaan pilihan kata-kata dan foto-foto Rhoma Irama memperkuat konstruksi yang digunakan oleh kedua media ini. Hal itu dikuatkan oleh Ibnu Hamad bahwa dalam mengkonstruksi suatu berita, bahasa baik bahasa verbal (kata-kata tertulis maupun lisan) maupun bahasa non verbal (gambar, foto, gerak-gerik, grafik, angka, tabel) merupakan unsur utama. Bahasa verbal maupun non verbal merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Tidak ada berita tanpa bahasa Verbal dan non verbal). Hal tersebut dikuatkan pendapat Ludwig Wittgenstein yang mengatakan bahwa gambar atau foto pada pokoknya menyatakan menggambarkan realitas. Kata-kata dan struktur bahasa menentukan gambaran suatu realitas (Wittgenstein, dalam Hamad, 2004: 14).

Berdasarkan uraian tersebut di atas, tampak bahwa portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* membingkai beritanya dari sudut pandang yang berbeda. Hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan kajian mengenai kedua portal berita ini khususnya dalam membingkai berita pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang dengan menggunakan analisis *framing*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* membingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014?”

KERANGKA TEORI

1. Konstruksi dalam Media

Konsep konstruksionisme diperkenalkan oleh Peter L Berger bersama Thomas Luckman melalui karya dan menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atas realitas (Sobur, 2012: 91). Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Karenanya konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruksionis sering disebut paradigma produksi dan pertukaran makna.

Berger dalam penelitiannya menemukan tesis utama yakni manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus-menerus. Menurutnya, masyarakat tidak lain adalah produk manusia, namun secara terus-menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Sebaliknya, manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Teori konstruksi Peter L. Berger dan Thomas Luckman menyatakan bahwa “realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi subyektif dan obyektif, realitas tidak dibentuk secara ilmu, juga tidak diturunkan oleh Tuhan. Sebaliknya, realitas itu dibentuk dan dikonstruksi manusia. Pemahaman ini menyiratkan bahwa realitas berpotensi berwajah ganda, plural (Berger dan Luckman, 1996: 12).

Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu. Misalnya, berita pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden dapat dimaknakan atau ditafsirkan berbeda-beda oleh media. Konstruksi yang berbeda tersebut dilengkapi dengan pernyataan tertentu, sumber kebenaran tertentu, bahwa yang mereka katakan dan mereka percayai itu adalah benar adanya, dan punya dasar atau bukti yang kuat.

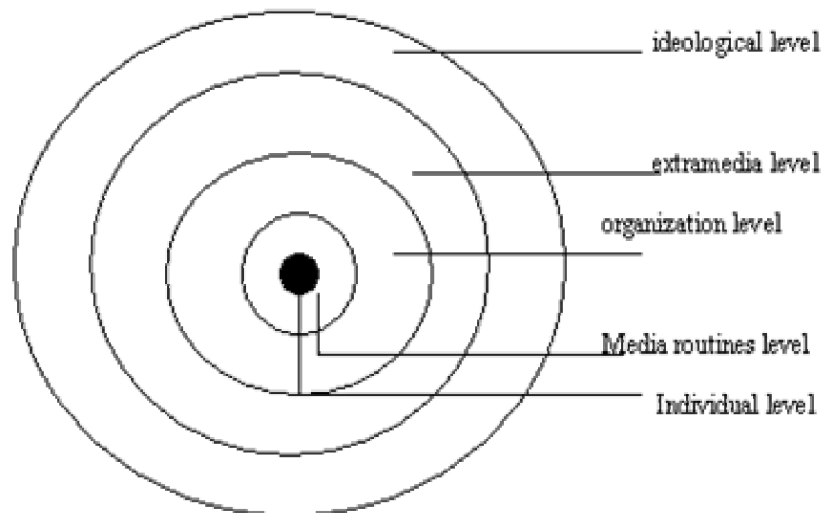
Berger dan Luckman memulai penjelasan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman “kenyataan” dan “pengetahuan”. Mereka mengartikan realitas sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui memiliki

keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara, pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas - realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik (Berger & Luckman dalam Sobur, 2012: 91).

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konstruksi Berita

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.

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



Gambar 1.3. Model Hirarki Faktor-faktor yang Mempengaruhi Isi Berita
Sumber: Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, 1996

3. Realitas dan *Framing*

Dalam pandangan konstruksionis, tidak ada realitas dalam arti riil yang seolah-olah ajeg, sebelum peneliti mendekatinya. Hal yang ada sesungguhnya konstruksi atas suatu realitas. Egon G. Guba mengemukakan bahwa realitas sosial tergantung pada bagaimana seseorang memahami dunia, bagaimana seseorang

menafsirkannya. Penafsiran dan pemahaman itulah yang kemudian disebut sebagai realitas. Peristiwa dan realitas yang sama bisa jadi menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda-beda dari orang yang berbeda. Definisi orang atas realitas tersebut yang menunjukkan bagaimana realitas dipahami atau bagaimana seseorang menafsirkan dunia (Guba, 1990: 127).

Tabel 1.1. Framing dan Realitas

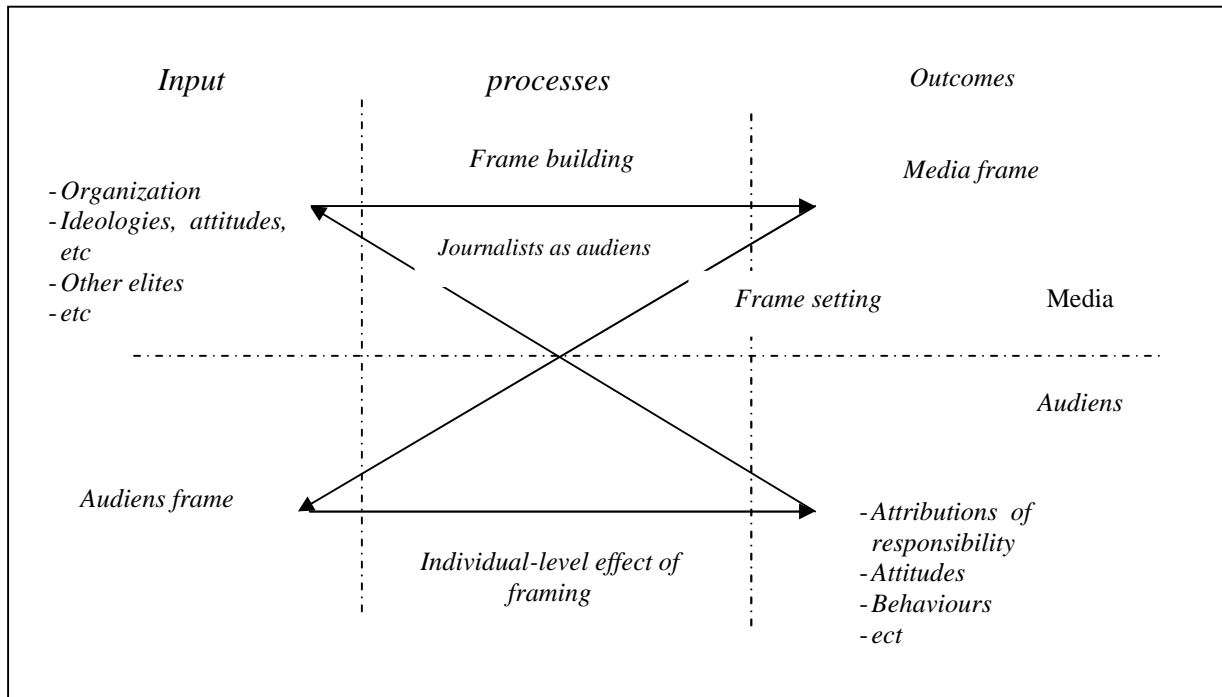
Pemberitaan peristiwa tertentu	Kenapa peristiwa itu diberitakan? Kenapa peristiwa lain tidak diberitakan? Kenapa peristiwa yang sama di tempat/pihak yang berbeda tidak diberitakan?
Pendefinisian realitas tertentu	Kenapa realitas didefinisikan seperti itu?
Penyajian sisi tertentu	Kenapa sisi tertentu yang ditonjolkan? Kenapa bukan sisi yang lain?
Pemilihan fakta tertentu	Kenapa fakta itu yang ditonjolkan? Kenapa bukan fakta yang lain?
Pemilihan narasumber tertentu	Kenapa narasumber itu yang diwawancarai? Kenapa bukan yang lain?

Sumber: Eriyanto, 2012: 97-98

4. Konsep Framing

Ide tentang *framing*, pertama kali dimunculkan oleh Baterson (1995). *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisasikan pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep serupa juga diberikan oleh Goffman (1974) yang mengandalkan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2012: 161).

Dietram A. Scheufele menjelaskan model proses *framing* tersebut dengan mengaitkannya dengan tiga hal, yakni: *input*, *processes* dan *outcomes*. Hal itu seperti dijelaskan pada Gambar 1, mengkonseptualisasikan *framing* sebagai suatu kesinambungan yang diawali dengan adanya *input*, kemudian diproses, dan kemudian diperoleh hasil (Scheufele, 1999: 115). Gambar tersebut menjelaskan empat proses: *building frame*; bingkai pengaturan, tingkat individu terhadap efek *framing*, dan hubungan antara *frame* individu dan *frame* media (yaitu, wartawan dan elit dalam proses *framing*).



Gambar 1.4. Mode Proses Penelitian *Framing*

Sumber: Dietram A. Scheufele, 1999: 115

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa proses penelitian *framing* pada umumnya dilakukan dengan mengikuti tiga tahapan, yakni adanya input seperti organisasi, ideologi, elit-elit, kemudian dilakukan proses yang meliputi empat proses yakni *building frame*; bingkai pengaturan, tingkat individu terhadap efek *framing*, dan hubungan antara *frame* individu dan *frame* media. Hal terakhir adalah *outcomes* yang menyajikan media kepada audiens yang kemudian oleh audiens dikonstruksikan sesuai dengan penafsiran sendiri.

B. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis *framing* dan menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut paradigma konstruktivis, realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang yang biasa dilakukan oleh kaum klasik dan positivis. Paradigma konstruktivis menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna ataupun pemahaman perilaku di kalangan mereka sendiri. Karenanya, dalam penelitian analisis *framing* ini bertujuan untuk menemukan bagaimana sebuah peristiwa atau realitas dikonstruksi oleh media massa *online* dan melalui cara apa konstruksi tersebut dibentuk. Proses pembentukan dan konstruksi dari realitas ini, akan menghasilkan adanya bagian tertentu yang menonjol dan mudah dikenali serta bagian lain yang dihilangkan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah berita di portal berita tentang pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014. Adapun berita yang dipakai adalah berita yang ada di portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* sejak munculnya pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden yakni selama satu bulan (tanggal 1 – 31 Desember 2012) masing-masing sebanyak 10 berita.

HASIL PENELITIAN

Intensitas pemberitaan mengenai pencalonan presiden di berbagai media massa baik cetak maupun elektronik menjelang Pemilu tahun 2014 mendatang semakin tinggi. Salah satu *point of interest* (titik perhatian) dalam pemberitaan pencalonan presiden tersebut adalah munculnya si Raja dangdut Rhoma Irama yang secara terang-terangan ingin maju menjadi Capres pada Pemilu mendatang setelah berulang kali menolak mencalonkan diri khususnya pada masa Orde Baru lalu. Sejak mengikrarkan diri mengenai pencalonan diri Rhoma Irama pada bulan Desember 2012 lalu, telah menimbulkan berbagai reaksi di kalangan masyarakat, kalangan politisi, partai politik, dan kelompok-kelompok sosial lainnya terkait dengan berita pencalonan Rhoma Irama tersebut. Tetapi umumnya, dapat dibagi ke dalam dua kelompok. *Pertama*, reaksi yang menolak Rhoma Irama sebagai Capres. Penolakan terjadi karena menilai Rhoma Irama tidak layak menjadi seorang pemimpin dengan berbagai alasan seperti si Raja dangdut yang sering meniupkan SARA, berpoligami, dan juga tidak memiliki kompetensi sebagai seorang pemimpin atau presiden. Mereka yang menolak Rhoma Irama sebagai Capres mempunyai argumentasi bahwa pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres dan jika kelak terpilih tidak akan memberikan banyak manfaat selain semakin memperburuk keadaan misalnya terjadinya diskriminasi yang semakin kuat kepada kelompok minoritas (agama-agama non muslim).

Kedua, reaksi yang memandang pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres adalah suatu hal yang tepat karena Rhoma Irama dinilai memiliki banyak kelebihan seperti seorang mubaligh, seorang Da'i, populer atau terkenal yang memiliki banyak pengikut atau penggemar. Mereka yang menerima pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden juga berargumentasi bahwa pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden merupakan hal yang wajar dan bisa diterima karena pencalonan menjadi pemimpin merupakan hak setiap warga negara. Meskipun Rhoma Irama selama ini hanya sebagai penyanyi dangdut, namun banyak hal yang dapat diandalkan Rhoma Irama untuk menjadi seorang pemimpin, misalnya popularitas yang dimiliki, banyaknya penggemar yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan kata lain, kontroversi

pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014 mendatang didukung oleh argumentasi masing-masing kelompok baik yang mendukung maupun yang menolaknya. Bagaimana media memaknai berita pencalonan Rhoma Irama ini? Apakah media memandang pencalonan tersebut sebagai hal yang baik dan pantas, ataukah sebaliknya, bukan sebagai sebuah berita yang baik dan tidak pantas? Portal berita *sindonews.com* dan portal berita *detik.com* sejak bulan Desember tahun 2012 lalu memberitakan pencalonan Rhoma Irama tersebut. Dalam hal ini, akan dijelaskan atau dipaparkan bagaimana peristiwa yang sama, ditulis oleh kedua portal berita ini sesuai dengan pandangan atau *frame* dari masing-masing kedua portal berita tersebut.

Analisis terhadap dua portal berita ini yakni portal berita *sindonews.com* dan portal berita *detik.com* akan menggunakan analisis *framing*. Dalam mengkonstruksi berita, tampak bahwa kedua portal berita tersebut tidak terlepas dari adanya pengaruh baik faktor *internal* maupun faktor *eksternal*. Perbedaan kedua portal berita dalam mengkonstruksi berita tersebut terkait dengan pihak-pihak tertentu seperti pihak aktor politik, para wartawan, pemilik modal, dan lain-lain. Kepentingan dari pihak-pihak ini memiliki tujuan yang sama yakni pembentukan opini publik (*public opinion*) melalui pemberitaan tersebut.

Portal berita *sindonews.com* dan *detik.com* dalam mengkonstruksi pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres setidaknya melakukan tiga hal, yakni: (1) menggunakan simbol-simbol politik (*language of politic*) yang dalam pemberitaan Rhoma Irama dengan menampilkan partai politik yang mencalonkannya, (2) melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) yang ditunjukkan dengan pemingkakan berita dari perspektif yang berbeda antara *sindonews.com* dan *detik.com*, dan (3) melakukan fungsi agenda media (*agenda setting function*). Dalam kajian ini, difokuskan pada poin nomor 2 strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) atau berita oleh kedua portal berita.

Dalam mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama, kedua portal berita *sindonews.com* menggunakan bahasa atau pilihan kata tertentu, dan gambar atau foto-foto. Penggunaan pilihan kata-kata dan foto-foto Rhoma Irama memperkuat konstruksi yang digunakan oleh kedua media ini.

Kajian atau analisis terhadap pemberitaan berita pencalonan Rhoma Irama ini mengambil batasan waktu pada bulan Desember tahun 2012, dibatasi pada sejumlah pemuatan berita politik yakni 10 dari masing-masing portal berita *sindonews.com* dan portal berita *detik.com*. Pemuatan berita pencalonan Rhoma Irama pada kedua portal berita isi atau materi beritanya sama dan waktu pemuatan berita sedapat mungkin dicari atau diusahakan pada waktu yang sama atau paling tidak sangat berdekatan.


Analisis pemberitaan pencalonan Rhoma Irama pada kedua portal berita ini pertama-tama dilakukan secara terpisah yang dimulai dari portal berita *sindonews.com* dan kemudian dilanjutkan dengan analisis berita portal berita *detik.com*. Selanjutnya, pemberitaan pencalonan Rhoma Irama pada kedua portal berita tersebut, kemudian dikritisi sehingga dapat diambil suatu kesimpulan berdasarkan analisis *framing* tentang pemberitaan kedua portal berita seputar pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang.

Perbandingan *Frame* Portal Berita *Sindonews.com* dan *Detik.com* Mengenai Pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres pada Pemilu Tahun 2014

Pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014 telah menimbulkan sikap pro dan kontra seperti yang diberitakan kedua portal berita yakni *sindonews.com* dan *detik.com*. Perbandingan kedua portal media ini dalam membingkai berita pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.5. *Frame* Perbandingan Pemberitaan Pencalonan Rhoma Irama sebagai Presiden pada Pemilu Tahun 2014 pada Portal Berita *Sindonews.com* dan *Detik.com*

Elemen	<i>Sindonews.com</i>	<i>Detik.com</i>
<i>Frame</i>	Kontra pencalonan presiden Rhoma Irama dalam Pilpres 2014 mendatang	Pro pencalonan presiden Rhoma Irama dalam Pilpres 2014 mendatang
SINTAKSIS	<ol style="list-style-type: none"> 100% dari judul yang dibuat menyudutkan Rhoma, bahwa dia tidak mampu/tidak cocok maju sebagai Capres Popularitas Rhoma Irama, sama sekali tidak ada pengaruhnya dalam pencalonannya menjadi Capres, artis 	<ol style="list-style-type: none"> 80% dari judul yang dibuat bernada mendukung Rhoma/memberi kesempatan Rhoma untuk bisa maju jadi Capres di Pilpres 2014 mendatang Popularitas Rhoma Irama punya pengaruh dalam pencalonannya sebagai Capres, karena dibanding Abu Rizal Bakri atau

	<p>adalah pekerja seni, namun dibanding pelawak Sule yang notabene seniman, popularitas Rhoma masih kalah.</p> <p>3. Pencalonan Rhoma Irama oleh PKB dianggap hanya <i>jokes</i> akhir tahun, karena difungsikan untuk meningkatkan <i>rating</i> atau elektabilitas PKB yang cenderung merosot di banding partai-partai liberal lainnya.</p> <p>4. Rhoma Irama bukan orang yang cocok sebagai Capres Dari PKB, karena Rhoma dianggap orang yang tidak pluralis dan sudah melakukan praktek sara dalam cramahnya jelang Pilgub DKI 2012 kemarin. Sehingga sangat tidak cocok untuk memimpin Negara Indonesia yang memiliki keberagaman budaya, suku, ras , dan agama.</p>	<p>Jusuf Kalla, Rhoma Irama lebih unggul/lebih terkenal daripada mereka yang notabene lebih senior di kancah dunia politik</p> <p>3. Rhoma Irama dianggap sudah <i>fix</i> bakal dicalonkan oleh PKB dalam pilpres 2014 mendatang. Hal ini dilihat dari pernyataan-pernyataan Muhaimin Iskandar bahwa Rhomalah yang akan dia pilih untuk jadi Capres dari PKB tersebut.</p> <p>4. Rhoma mengaku memiliki visi dan misi untuk menjadi seorang presiden dengan tetap komitmen dirinya menjaga NKRI dan Pancasila. Dan tetap menjaga pondasi bangsa ini yaitu Bhinneka Tunggal Ika.</p> 
SKRIP	<p>5. Dari sisi pencalonan, terdapat penekanan bahwa Rhoma adalah berambisi untuk menduduki kursi kepemimpinan sebagai presiden, sehingga dia dianggap mencalonkan diri, bukan dicalonkan. Dilihat dari pernyataan Pak Amien Rais, Ibrahemsjah, dan Efendi Ghazali.</p>	<p>5. Dari sisi pencalonan, Rhoma irama adalah seseorang yang dicalonkan oleh para ulama dan para habaib se indonesia, dan sama sekali tidak berambisi untuk menduduki kursi kekuasaan sebagai presiden. Alasan dia menerima pencalonan ini, karena adanya rasa prihatin terhadap kemerosotan moral dan agama bangsa Indonesia.</p> 
TEMATIK	<p>6. Poligami adalah perilaku menyimpang Rhoma yang memiliki kecenderungan seks tinggi, dan dia juga menelantarkan para istrinya salah satunya adalah mantan istrinya Angel Lelga</p>	<p>6. Poligami dianggap sah karena dalam memipin negara yang penting adalah memiliki jiwa kepemimpinan yang baik, lalu poligami juga bukan perbuatan yang dilarang agama karena sah, lalu dalam kepemimpinannya presiden Soekarno adalah salah satu presiden RI yang paling sukses dalam kepemimpinannya dan beliau juga melakukan</p>

	 <p>7. Dari sisi kompetensi, Rhoma dianggap tidak memiliki kompetensi yang kuat untuk memimpin Negara dengan jumlah penduduk yang mencapai 250jt jiwa ini. Dan untuk pengetahuan politiknya masih jauh dari cukup dia hanya memiliki elektabilitas saja sebagai publik figur.</p>	<p>poligami.</p> <p>7. Detik melihat bahwa Indonesia, butuh pemimpin yang memiliki sifat jujur, menyampaikan kebenaran, pandai, dan amanah. Dan Rhoma Irama dianggap sosok yang mewakili kebutuhan Negara kita ini. Rhoma Irama juga dianggap membawa ajaran semboyan dari rakyat untuk rakyat.</p>
RETORIS	<p>8. Mantan suami Angel Lelga, Angel Lelga adalah artis yang pernah heboh di ekspos media karena mengaku diterlantarkan oleh Rhoma, pelaku poligami yang, tidak mampu bertanggung jawab terhadap istri-istrinya, dan telah merendahkan harkat dan martabat wanita, juga termasuk menodai kesakralan dari pernikahan itu sendiri.</p>	<p>8. Suami Richa Rahim, Richa Rahim adalah seorang penyanyi dangdut, dan menjadi istri kedua Rhoma yang sampai sekarang masih setia mendampingi Rhoma walaupun mereka tidak dikarunia anak dari rahimnya</p>

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan mengenai pencalonan Rhoma Irama dari pembingkaiian portal berita *sindonews.com* dan *detik.com*. Sikap pro dan kontra dari kedua portal berita ini utamanya didasarkan pada Rhoma Irama yang selama ini dikenal sebagai seorang Raja dangdut dan cenderung kontroversial tiba-tiba mencalonkan diri sebagai seorang presiden. Berita pencalonan dirinya tersebut benar-benar menarik perhatian media seperti kedua portal berita. Masalahnya, masih segar diingatan masyarakat bahwa belum lama ini khususnya pada saat Pilgub DKI beberapa waktu lalu yang berhasil dimenangkan oleh pasangan Jokowi dan Ahok, Rhoma Irama membuat pernyataan “rasis” atau bermuatan SARA yang ditujukan kepada Jokowi dan Ahok. Jokowi dituding sebagai seorang calon pemimpin yang bukan berasal dari suku Betawi dan keislamannya diragukan. Sementara Ahok seorang etnis Tionghoa dan beragama Nasrani, menurut Rhoma Irama tidak layak memimpin masyarakat yang mayoritas beragama Islam.

Pernyataan Rhoma Irama tersebut mengundang sikap pro dan kontra yang dianggap sebagian masyarakat sebagai upaya adu domba, diskriminasi, dan pemecah

belah. Maka ketika Rhoma Irama mencalonkan diri sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014, ini bukan sebagai suatu berita yang menggembirakan tetapi malapetaka bagi sebagian masyarakat khususnya yang tidak beragama Islam seperti yang diberitakan portal berita *sindonews.com*. Sementara bagi sebagian masyarakat lainnya, pencalonan Rhoma Irama ini dianggap sebagai hal yang wajar dan sebuah berita gembira khususnya pada pendukung Rhoma Irama seperti yang diberitakan portal berita *detik.com*. Sikap pro dan kontra pun tidak terhindarkan sebagaimana tercermin dalam pemberitaan kedua portal berita ini. Masing-masing pendapat diperkuat dengan dasar pembenaran diletakkan pada beberapa hal, yakni: (1) karakter kepribadian Rhoma Irama, (2) kompetensi, dan (3) dukungan masyarakat.

Pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014 menunjukkan bagaimana terjadi perang simbolik antara kedua portal berita antara yang menolak pencalonan Rhoma Irama dan yang mendukung. Masing-masing portal berita membangun argumentasi yang kuat untuk memaknai pemberitaan tersebut.

Dasar argumentasi dukungan dan penolakan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014 dilihat dari karakter kepribadian Rhoma Irama mencakup: popularitas, poligami, dan SARA. Portal berita *sindonews.com* memaknai pencalonan Rhoma Irama tidak lebih dari sebagai berita sensasi yang sengaja dilakukan Rhoma untuk menaikkan pamor atau popularitasnya yang semakin meredup. Maraknya penyanyi baru membuat sejumlah penyanyi senior seperti Rhoma Irama perlahan-lahan mulai tenggelam. Portal berita *sindonews.com* memaknai pencalonan Rhoma Irama ini sebagai jalan pintas untuk kembali mendongkrak popularitasnya tersebut. Sementara portal berita *detik.com* memaknai pencalonan Rhoma Irama bukan sebagai upaya untuk menaikkan popularitasnya. Portal berita ini meyakini bahwa Rhoma Irama masih tetap populer dan memiliki jutaan penggemar sehingga tidak percaya bahwa pencalonan dirinya hanya sebagai sebuah berita sensasi.

Karakter pribadi yang melekat dengan Rhoma Irama adalah poligami yang dianutnya. Portal berita *sindonews.com* menggunakan dasar argumentasi mengenai poligami yang dianut oleh Rhoma Irama sebagai suatu hal yang dinilai mendapat

penolakan dari sebagian masyarakat. Sementara dari pembingkai portal berita *detik.com* menilai bahwa poligami yang dianut oleh Rhoma Irama dibenarkan secara Islam dan tidak melanggar agama. Portal ini juga mencontohkan Sukarno presiden pertama RI yang juga menganut poligami.

Sementara dari pembingkai portal berita *sindonews.com* menyebut Rhoma Irama yang dekat dengan SARA. Hal itu dicontohkan dengan pernyataan Rhoma Irama pada saat pemilihan Gubernur DKI yang menyebut Jokowi dan Ahok sebagai simbol dari SARA. Pernyataan Rhoma Irama tersebut menjadi dasar pertimbangan penolakan terhadap Rhoma Irama untuk menjadi presiden seperti yang diberitakan portal berita *sindonews.com*. Sementara portal berita *detik.com* menilai bahwa Rhoma Irama tidak melakukan SARA seperti yang dituduhkan kepadanya. Pernyataan ini dilakukan Rhoma Irama sebagai bagian dari dakwahnya sebagai seorang mubaligh. Hal ini memperlihatkan adanya perbedaan kedua portal dalam menyikapi pernyataan SARA yang dikaitkan dengan Rhoma Irama.

Selain karakter kepribadian, faktor kompetensi digunakan kedua portal media dalam membingkai berita pencalonan Rhoma Irama. Portal berita *sindonews.com* memaknai pencalonan Rhoma Irama sebagai suatu berita sensasi yang tidak didukung dengan kompetensi. Rhoma Irama disebut *jago* di bidang seni namun tidak di bidang pemerintahan. Rhoma Irama dinilai tidak memiliki kompetensi untuk menjadi presiden. Sementara dari pembingkai portal berita *detik.com*, pencalonan Rhoma Irama menjadi presiden telah didukung dengan pengalamannya sebagai penyanyi dangdut, misalnya dari lagu-lagunya yang mencerminkan kepemimpinan dalam sebuah negara yang pluralis. Hal ini memperlihatkan bahwa kedua portal berita ini membingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama dari sisi kompetensi secara berbeda.

Faktor dukungan masyarakat menjadi salah satu pendukung pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada tahun 2014. Portal berita *sindonews.com* membingkai berita pencalonan Rhoma Irama tidak mendapat dukungan dari sebagian masyarakat terkait dengan Rhoma Irama sebagai pribadi yang gemar membuat pernyataan SARA. Sementara portal berita *detik.com* membingkai berita pencalonan Rhoma Irama mendapat dukungan dari ulama dan habaib serta sejuta umat. Hal ini

memperlihatkan adanya perbedaan kedua portal berita dalam membingkai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden. Portal berita *sindonews.com* membingkai pencalonan Rhoma Irama yang tidak mendapat dukungan dari sebagian masyarakat, sedangkan portal berita *detik.com* membingkai berita pencalonan Rhoma Irama mendapat dukungan dari para ulama dan jutaan umat.

Kedua portal berita ini yakni *sindonews.com* dan *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang didasarkan pada kepentingan atau latar belakang yang berbeda. Portal berita *sindonews.com* mengkonstruksi berita pencalonan Rhoma Irama dengan *frame* berita menolak pencalonan Rhoma Irama tersebut dapat disebabkan beberapa faktor, yakni: (1) adanya intervensi dari pemilik portal berita *online sindonews.com* dalam hal ini Hary Tanoesoedibjo yang merupakan bos MNC Group, (2) adanya kepentingan politik tertentu dari pemilik. Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese mengemukakan bahwa media dalam mengkonstruksi suatu berita dapat dipengaruhi beberapa faktor seperti pengaruh individu-individu pekerja media, pengaruh rutinitas media, pengaruh organisasional seperti pemilik media, pengaruh dari organisasi media, dan pengaruh ideologi (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

Terkait dengan konstruksi pemberitaan portal berita *sindonews.com* tersebut, faktor intervensi dari pemilik media merupakan salah satu alasan mengkonstruksi pemberitaan Rhoma Irama dalam *frame* penolakan. Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese mengemukakan bahwa seorang pemilik media biasanya menunjukkan *power* atau kekuasaan terhadap media miliknya. Dalam kajian ini, sebagai pemilik media, Hary Tanoesoedibjo mengintervensi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang. Intervensi tersebut dilakukan juga terkait dengan adanya kepentingan politik dari pemilik portal berita tersebut.

Seperti diketahui bahwa Hary Tanoesoedibjo sebagai pemilik media, juga aktif dan berkecimpung dalam dunia politik yakni di Partai Nasional Demokrat (Nasdem) sebelum akhirnya memutuskan untuk keluar terhitung pada tanggal 22 Januari 2013 lalu dan kemudian pada tanggal 20 Februari 2013 dilantik menjadi ketua

DPP Partai Hanura. Sejak terlibat dalam partai Nasdem, dia memiliki ambisi yang besar untuk menguasai politik Indonesia khususnya di Jakarta sama dengan Ahok teman satu persekutuannya di Gereja Tiberias. Adanya ambisi kedua orang ini di bidang politik ini seperti dilaporkan kajian portal berita *kompasiana.com* saat pelaksanaan Pilgub DKI yang akhirnya memenangkan Jokowi dan Ahok. Pemenangan Ahok ini tidak terlepas dari adanya dukungan besar Hary Tanoesoedibjo sebagai penguasa puncak MNC Grup. Sebagai pemilik, Hary Tanoesoedibjo penentu segala hal yang bersifat strategis bagi MNC baik menyangkut kebijakan konten, pemberitaan, maupun bisnis MNC (<http://politik.kompasiana.com/2012/09/11/antara-kampanye-sara-dan-persekutuan-sara-486062.html>, diakses tanggal 9/3/2013).

Ambisi politik Hary Tanoesoedibjo diwujudkan melalui Partai Nasdem, yang didirikan oleh Surya Paloh, pemilik Media Grup si pemilik Metro TV. Dalam perkembangannya, Hary Tanoesoedibjo memiliki pengaruh di Nasdem yang lebih besar daripada Surya Paloh. Ambisi Hary Tanoesoedibjo salah satunya ditunjukkan dengan usahanya untuk menggunakan media yang dimilikinya untuk mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai Capres. Deklarasi pencalonan Rhoma dari partai politik yang berbeda merupakan peristiwa politik yang dapat mengancam keberadaan partai politik lainnya. Hary Tanoesoedibjo sebagai salah satu petinggi partai politik Nasdem menggunakan media miliknya untuk membangun kekuatan politik dan sekaligus menyerang lawan politiknya seperti munculnya pemberitaan Rhoma Irama sebagai Capres dari partai politik lainnya. Hal itu ditunjukkan dengan banyaknya liputan pemberitaan kasus Rhoma Irama dari Rubrik Lipsus Jakarta 1 *www.kompas.com*, laporan Koran *sindo*, *www.okezone.com*, pemberitaan MNC Grup dan Media Grup. Dari satu kasus Rhoma Irama yang berseru agar umat Islam memilih pemimpin seiman di Masjid Al-Isra, Tanjung Duren, Jakarta Barat, Minggu, 29 Juli 2012 saja, terdokumentasi lebih dari 200 judul berita belum termasuk berita di televisi yang diulang-ulang. Ketika Rhoma Irama mendeklarasikan dirinya sebagai Capres pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang, media-media tersebut kembali ramai mengangkat kasus Rhoma Irama tersebut (<http://politik.kompasiana.com/2012/09/11/antara-kampanye-sara-dan-persekutuan-sara-486062.html>, diakses tanggal 9/3/2013). Dampak dari konstruksi pemberitaan

portal berita *sindonews.com* tersebut kemudian dibalas oleh Rhoma Irama dengan melarang semua lagunya diputar di MNCTV dan radio dangdut Indonesia (<http://www.tabloitbintang.com/film-tv-musik/kabar/62733>, diakses tanggal 9/3/2013). Hal yang dilakukan Hary Tanoesoedibjo tersebut yakni dengan intervensi media miliknya, sejalan dengan pendapat Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese bahwa pemilik media dapat melakukan intervensi terhadap media miliknya sehingga mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama seperti yang ada sekarang ini (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

Sementara portal berita *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama juga terkait dengan faktor organisasi namun bukan karena adanya kepentingan pemilik untuk terjun di bidang politik seperti yang terjadi pada portal berita *sindonews.com*. Pendekatan organisasi terkait dengan isi media melihat bahwa pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita (Sudibyo, 2009: 9). Konstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama seperti yang ada di portal berita *detik.com* merupakan hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Misalnya, mekanisme penentuan nilai-nilai berita, dimana sebuah peristiwa seperti pencalonan Rhoma Irama diberitakan dengan pertimbangan mempunyai nilai berita tertentu. Menurut Agus Sudibyo hal itu bisa terjadi karena pada perkembangannya, kalangan redaksi mungkin bosan dengan *genre* pemberitaan yang sudah biasa, dan mencoba untuk mengembangkan *angel-angel* lain. Namun pihak sirkulasi menuntut agar *genre* pemberitaan itu tetap dipertahankan karena pasar pembaca ternyata menyukainya (Sudibyo, 2009: 9-10). Akhirnya berita-berita sensasional dan bombastis seperti pencalonan Rhoma Irama disajikan oleh portal media ini. Hal ini menunjukkan bahwa portal berita ini mengangkat Rhoma Irama yang didasarkan pada kepentingan ekonomi. Topik berita yang sedang hangat diperbincangkan dalam portal berita online biasanya akan banyak diburu oleh pembaca. Semakin banyak pembaca, maka keuntungan yang diperoleh pemilik portal berita ini akan semakin tinggi, misalnya dengan banyaknya iklan yang ditayangkan di portal berita tersebut (Sudibyo, 2009: 9). Untuk mendukung nilai jual berita tersebut, maka portal berita tersebut menggunakan pemilihan kata-kata tertentu, foto-foto yang

menarik atau bahkan provokatif untuk memperkuat konstruksi berita pada portal berita tersebut.

Konstruksi berita dari perspektif portal berita *detik.com* ini juga dapat dipengaruhi faktor ideologi seperti yang dikemukakan Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese yakni sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan kohesif dalam masyarakat. Faktor ideologi dalam hal ini, yakni Rhoma Irama yang maju sebagai capres dengan mengatasnamakan agama Islam. Indonesia dengan mayoritas beragama Islam, menjadi dasar bagi portal berita *detik.com* dalam mengkonstruksi berita pencalonan Rhoma Irama misalnya dengan menampilkan foto-foto agamis Rhoma Irama. Selaku pemilik portal berita *detik.com*, Chairul Tanjung adalah seorang pengusaha di bidang media beragama Islam yang taat. Konstruksi *detik.com* terhadap pemberitaan pencalonan Rhoma Irama dengan menggunakan kata-kata, kalimat, dan foto-foto *Rhoma* yang agamis merupakan salah satu cara untuk mendukung tokoh beragama Islam maju sebagai pemimpin (Sudibyo, 2009: 12).

Dalam mengkonstruksi berita, tampak bahwa kedua portal berita tersebut tidak terlepas dari adanya pengaruh baik faktor *internal* maupun faktor *eksternal*. Pengaruh faktor *internal* berupa kebijakan redaksional tertentu, kepentingan pada pengelola atau pemilik media, relasi media dengan sebuah kekuatan politik tertentu. Sementara faktor *eksternal* seperti tekanan pasar pembaca, adanya kekuatan-kekuatan luar lainnya. Pemela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese membenarkan hal tersebut bahwa pemberitaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengaruh individu-individu pekerja media, pengaruh rutinitas media, pengaruh organisasional, pengaruh dari organisasi media, dan pengaruh faktor ekonomi. Portal berita *detik.com* mengkonstruksi berita dengan menampilkan isi berita mendukung pencalonan Rhoma Irama yang berbanding terbalik dengan isi berita *sindonews.com*. dukungan terhadap Rhoma Irama seperti yang dikemukakan portal berita *detik.com* juga dapat mengundang pembaca untuk mengetahui alasan-alasan apa yang dikemukakan *detik.com* sehingga mendukung Rhoma Irama tersebut (Shoemaker dan Reese, 1996: 192-223).

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan mengenai pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden pada portal berita *sindonews.com* dan portal berita *detik.com* seperti berikut.

1. Portal berita *sindonews.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang dengan *frame* menolak pencalonan tersebut. Hal itu ditunjukkan dari empat struktur *framing*, yakni:
 - a. Struktur sintaksis dengan *headline*, *lead*, kutipan, sumber pernyataan, penutup mengarah pada dukungan *frame* portal berita *sindonews.com* yakni menolak pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang.
 - b. Dilihat dari skrip yang mencakup 5W + 1H, portal *sindonews.com*, menolak pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden. Hal itu ditunjukkan dengan pihak-pihak yang diwawancarai dalam teks berita seperti : Daniel Johan selaku Sekjen PKB, Ibrahemsjah seorang pengamat politik dari Universitas Indonesia, Pong Harijatmo seorang aktor senior, dan Idris Marham salah seorang fungsionaris Partai Golkar. Orang-orang yang diwawancarai tersebut merupakan orang yang tidak menyukai Rhoma Irama .
 - c. Dilihat dari struktur tematik, konstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama menggunakan proposisi kalimat dan hubungan antar kalimat berupa koherensi sebab akibat, koherensi penjelas, dan koherensi pembeda yang berfungsi sebagai penolakan terhadap pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden.
 - d. Dilihat dari struktur retorik, konstruksi pemberitaan memakai retorika foto (foto bersama Aceng Fikri) dan label (“jago”) untuk menolak pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden.
2. Portal berita *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden tahun 2014 mendatang dengan *frame* mendukung pencalonan Rhoma Irama. Hal itu ditunjukkan dari empat struktur *framing*, yakni:

- a. Struktur sintaksis dengan *headline*, *lead*, kutipan, sumber pernyataan, penutup mengarah pada dukungan *frame* portal berita *sindonews.com* yakni mendukung pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang.
 - b. Dilihat dari skrip yang mencakup 5W + 1H, portal *detik.com*, mendukung pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden. Hal itu ditunjukkan dengan pihak-pihak yang diwawancarai dalam teks berita yakni orang-orang yang mendukung pencalonan Rhoma Irama seperti berasal dari para ulama sebagai sumber di antaranya Didik J. Racbini selaku Ketua Lembaga Survei Pusat Data Bersatu (PDB), Akbar Tanjung selaku salah satu kader partai Golkar, dan Kiai Haji Agus Darmawan selaku Ketua Majelis Sistem Kemuliaan Akhlak (Skema) Bekasi dan Jakarta.
 - c. Dilihat dari struktur tematik, konstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama menggunakan proposisi kalimat dan hubungan antar kalimat berupa koherensi sebab akibat dan koherensi pembeda yang berfungsi sebagai penerimaan terhadap pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden.
 - d. Dilihat dari struktur retorik, konstruksi pemberitaan memakai retorika foto (foto bersama ulama) dan label (*Shiddiq*-jujur, amanah-dapat dipercaya, *fathonah*-pandai, dan *tabligh*-menyampaikan kebenaran untuk menolak pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden).
3. Kedua portal berita ini *sindonews.com* dan *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 mendatang didasarkan pada kepentingan atau latar belakang yang berbeda. Portal berita *sindonews.com* mengkonstruksi berita pencalonan Rhoma Irama dengan *frame* menolak pencalonan Rhoma Irama tersebut dipengaruhi beberapa faktor, yakni: (1) adanya intervensi dari pemilik portal berita *online sindonews.com* dalam hal ini Hary Tanoesoedibjo yang merupakan bos MNC Grup, (2) adanya kepentingan politik tertentu dari pemilik. Sementara portal berita *detik.com* mengkonstruksi pemberitaan pencalonan Rhoma terkait dengan: (1) faktor organisasi namun bukan karena adanya kepentingan pemilik untuk terjun di bidang politik, (2) karena pada perkembangannya, kalangan redaksi, (3) juga

dipengaruhi faktor ideologi yakni Rhoma Irama yang maju sebagai capres dengan mengatasnamakan agama Islam.

B. Saran

Analisis yang telah dilakukan peneliti berkaitan dengan analisis *framing* pemberitaan pencalonan Rhoma Irama sebagai calon presiden pada pemilihan presiden tahun 2014 di portal berita *Sindonews.com* dan *detik.com*. Peneliti sadar bahwa berbagai pemaparan dan hasil kajian ini tentu saja belum mencapai kesempurnaan. Sehubungan dengan itu, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menambah portal berita *online* lainnya baik yang berada satu manajemen dengan *sindonews.com* dan *detik.com* maupun yang berada di luarnya. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan kajian *framing* yang lebih bervariasi seputar pencalonan Rhoma Irama sebagai presiden pada Pemilu tahun 2014 mendatang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menggunakan metode pendekatan lainnya misalnya dengan menggunakan analisis wacana pemberitaan yang ada di portal berita *online sindonews.com* dan *detik.com*. Penelitian ini juga diharapkan pada masa yang akan datang dapat benar-benar memberikan sumbangan teoritis bagi ilmu komunikasi khususnya untuk kajian berita dengan analisis *framing* khususnya untuk portal berita *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bennet, Tony. (1998) *Mass, Media, Communication*. London: Sage Publications.

Berger, Peter L., dan Thomas Luckman. (1996) *The Social Construction of Reality*. United States: Anchor Books.

Brewer, Paul R., & Gross, Kimberly. (2010) "Studying the Effects of Issue Framing on Public Opinion about Policy Issues: Does What We See Depend on How We Look?", dalam D'Angelo, Paul & Kuypers, Jim, A. (2010) *Doing News Framing Analysis Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.

Carragee, Kevin M., dan Roefs, Wim. (2004) "The Neglect of Power in Recent Framing Research." *Journal of Communication*, June. P. 214-233.

Coleman, Renita. (2010) "Framing The Pictures in Our Heads: Exploring the Framing and Agenda Setting Effect of Visual Images", dalam D'Angelo, Paul & Kuypers, Jim, A. (2010) *Doing News Framing Analysis Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.

Deveroux, Eoin. (2003) *Understanding the Media*. London: Sage Publications.

Eriyanto. (2012) *Analisis Framing*. Yogyakarta: LkiS.

Gan, Herbert J. (2004) *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC, Nightly News, News Week and Time*. Evanstone: Northwestern University Press.

Gandy, Oscar H., dan Zhan Li. (2005) "Framing Comparative Risk: A Preliminary Analysis." *The Howard Journal of Communications*, 16:71-86.

Gorp, Baldwin Van. (2010) "Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis", dalam D'Angelo, Paul & Kuypers, Jim, A. (2010) *Doing News Framing Analysis Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.

Guba, G. Egon. (1990) *The Paradigm Dialog. The Paradigm Dialog: The Alternative Paradigm Dialog*. SAGE Publications, Newburry Park: California.

Hartley, John. (1992) *Understanding News*. London: Metbuen & Co.