

BAB I

PENDAHUUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini cukup berdampak pada pertumbuhan media *online* di Tanah Air. Media konvensional terpaksa harus beralih atau mengikuti perkembangan era teknologi informasi dan komunikasi ini, bila media massa tersebut ingin tetap bisa bertahan. Kecepatan media *online* dalam menyampaikan informasi menjadi salah satu penyebab media massa konvensional harus juga memiliki media *online*. Seperti dilansir berita okezone.com tanggal 26 April 2017, data yang dimiliki Dewan Pers sedikitnya terdapat 43 ribu situs media *online* yang ada di Tanah Air, walaupun hanya ada 230 media *online* yang terverifikasi¹.

Media massa yang dulu bersaing dalam memberikan informasi secara konvensional, kini harus juga bersaing dalam memberikan informasi kepada masyarakat melalui media *online*. Media *online* memberikan kemudahan bagi siapa saja yang ingin mendapatkan informasi, kapanpun dan dimanapun dia berada, dengan jaringan internet kita dapat mengakses berita dengan gratis tanpa harus berlangganan. Media *online* juga hadir dalam bentuk aplikasi yang bisa di *download* secara gratis.

¹http://news.okezone.com/read/2017/04/26/337/1676703/dewan-pers-dari-puluhan-ribu-hanya-230-media-massa-yang-terverifikasi?utm_source=br&utm_medium=referral&utm_campaign=news (2 Mei 2017)

Menurut M. Romli (2012) Media *online* adalah media massa yang tersaji secara online di situs (*website*) internet. Media *online* juga merupakan produk jurnalistik (Jurnalistik online). Jurnalistik online disebut juga *cyber journalisme*, didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet². Saat ini kehadiran media *online* di Tanah Air semakin banyak, boleh dibilang semua media konvensional juga memiliki media *online*.

Pertumbuhan media *online* yang begitu banyak juga berdampak kepada kehidupan sosial, ekonomi dan politik masyarakat di Indonesia. Media massa dan politik adalah dua hal yang selalu berkaitan atau tidak dapat dipisahkan. Media massa merupakan sebuah alat yang selalu digunakan untuk kepentingan politik semua lapisan masyarakat ataupun hanya sebagian kelompok orang saja. Oleh sebab itu, banyak kita temukan media massa yang digunakan oleh kelompok tertentu atau keberpihakan media massa kepada suatu golongan.

Pemberitaan di media massa tak terkecuali media *online* kadang dimonopoli oleh kepentingan kelompok tertentu agar tujuan-tujuan politiknya bisa berjalan dengan baik. Media massa dapat dengan sekejap merubah pandangan orang tentang suatu masalah, itulah salah satu kekuatan atau kelebihan media massa, sehingga media massa sering jadi medan pertempuran para politikus. Media massa lebih banyak mementingkan

²<http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-online-pengertian-dan.html>- (5 September 2016)

kampanye politik terselubung melalui beritanya, dari pada melakukan sosialisasi politik kepada khalayak demi kepentingan yang lebih luas.

Sejak era reformasi media massa selalu digunakan sebagai alat politik. Tak jarang banyak media cenderung berpihak ataupun kontra terhadap sebuah masalah atau isu yang sedang hangat diperbincangkan. Sikap media tersebut bisa karena ideologi para jurnalis/wartawan ataupun karena kepentingan pemilik modal. Di Indonesia cukup banyak media yang pemiliknya merupakan seorang tokoh politik dari partai tertentu. Sejauh ini ada tiga politisi yang mempunyai media massa, yaitu Politisi partai Nasdem Surya Paloh (Media Group), politisi partai Golkar Aburizal Bakrie (PT Visi Media Asia Tbk. atau disebut VIVA), politisi partai Perindo Hary Tanoedibjo (MNC Group).

Karena alasan itulah banyak berita yang mempunyai *framing* yang sarat akan kepentingan politik. Hal ini semakin menguatkan bahwa media massa merupakan sarana komunikasi politik yang sangat diminati oleh para politikus untuk berkampanye dan hanya sekedar untuk menyatakan sikap atau opini.

Untuk menguji ataupun sekedar mengetahui bagaimana cara sebuah media massa membentuk *framing* beritanya, tentu kita harus menganalisisnya dengan menggunakan metode analisis *framing*. Berita-berita yang sarat akan kepentingan politik dapat kita cermati dengan metode tersebut. *Framing* berita yang dibuat tentu memiliki tujuan agar dapat mempersuasi ataupun membentuk opini publik di masyarakat. Ini juga

sekaligus dapat menguji independensi sebuah media massa termasuk media *online*.

Liputan politik mempunyai dimensi pembentukan opini publik (*public opinion*), baik yang diharapkan oleh para politis maupun para wartawan. Terutama oleh para aktor politik, berita politik diharapkan mempengaruhi sikap khalayak mengenai masalah yang dibicarakan si aktor. Para aktor politik menginginkan publik terlibat dalam pembicaraan dan tindakan politik melalui pesan politik yang disampaikannya. Dalam komunikasi politik, aspek pembentukan opini ini memang menjadi tujuan utama, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik (Ibnu Hamad, 2004: 2).

Peristiwa-peristiwa politik di Tanah Air takan pernah luput dari pemberitaan media massa, apa lagi peristiwa politik seperti, Pemilihan Presiden, Pemilihan Legislatif, dan pemilihan Kepala Daerah. Peristiwa politik ini selalu menjadi topik utama di media massa. Media massa tidak hanya berfungsi untuk mensosialisasikan, tetapi juga ada yang terlibat secara langsung. Sekali lagi, faktor kepentingan pemilik modal adalah penyebab utamanya. Dengan begitu berita politik tidak disampaikan polos begitu saja kepada khalayak akan tetapi *framing* berita selalu dibentuk sesuai dengan tujuan politik.

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari

suatu realitas/peristiwa. Disini media menseleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Karenanya, seperti yang dikatan Frank D. Durham, *framing* membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti (Eriyanto, 2002: 66-67).

Pada tahun 2016 ini, isu seputar politik kembali menjadi topik hangat di berbagai media massa termasuk media *online*. Berita politik ini sehubungan dengan akan diadakannya Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta pada 15 Februari, tahun 2017 nanti. Salah satu calon gubernur yang ramai dibicarakan dimedia massa, yaitu Basuki Tjahaja Purnama atau yang kita kenal dengan sapaan Ahok. Ahok yang kini menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta sudah dipastikan akan maju sebagai calon gubernur dalam Pilgub DKI Jakarta pada 2017 nanti.

Ahok yang sebelumnya berniat maju sebagai calon gubernur lewat jalur independen, belakangan akhirnya memutuskan untuk maju sebagai calon gubernur DKI Jakarta lewat jalur partai politik, setelah mendapatkan dukungan dari beberapa partai politik, yaitu Nasdem, Golkar, Hanura, dan PDI-P. Setelah diusung oleh keempat partai politik tersebut, Ahok di pastikan berpasangan dengan Djarot Saiful Hidayat sebagai calon Wakil Gubernur DKI Jakarta³. Dari dukungan itu, Ahok semakin diuntungkan, karena seperti yang sudah diketahui bahwa ketua umum partai Nasdem Surya Paloh

³<http://www.cnnindonesia.com/politik/20160727202345-32-147501/ahok-putuskan-maju-lewat-jalur-partai-politik/> (akses 3 Mei 2017)

merupakan pemilik dari beberapa media massa di Tanah Air, termasuk salah satu media *online*, yaitu mediaindonesia.com.

Dengan begitu sudah dipastikan bahwa berita-berita seputar Pilgub DKI Jakarta yang dimuat oleh mediaindonesia.com, *framing* beritanya akan selalu lebih cenderung mendukung Ahok. Untuk alasan itulah peneliti memilih mediaindonesia.com sebagai salah satu media *online* yang diteliti *framing* beritanya. Dengan begitu kita akan tahu bagaimana mediaindonesia.com memainkan peran penting dalam mendukung Ahok.

Untuk membandingkan *framing* mediaindonesia.com maka peneliti akan membandingkan dengan media *online* yang lainnya, yaitu okezone.com. Peneliti memilih media okezone.com karena alasan yang sama, yaitu karena pemilik okezone.com, Hary Tanoesoedibjo juga merupakan seorang politikus partai Persatuan Indonesia (Perindo), yang kini menjabat sebagai ketua umum partai baru tersebut. Media yang mejadi objek penelitian ini adalah mediaindonesia.com dan okezone.com⁴.

Oleh karena itu, okezone.com tidak luput dari kepentingan politik pemilik modal. Itu sebabnya okezone.com *framing* berita seputar Pilgub DKI Jakarta cenderung kontra dengan Ahok. Alasan ini jugalah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti *framing* berita di media tersebut. Memang secara keseluruhan sudah rahasia umum di masyarakat kalau kedua media

⁴<http://mediaindonesia.com/>) dan <http://www.okezone.com/> (akses 3 Mei 2017)

online ini saling bertolak belakang menjelang Pilgub DKI Jakarta 2017 mendatang.

Fokus penelitian ini adalah dinamika media massa dan politik menjelang Pilgub DKI Jakarta pada 15 Februari 2017 mendatang, dan terlepas dari lolos tidaknya Ahok sebagai calon gubernur DKI Jakarta oleh KPUD DKI Jakarta, ataupun terpilih atau tidak Ahok sebagai gubernur DKI Jakarta pada tahun 2017 nanti. Penelitian ini akan mencoba menggali lebih dalam kontruksi realitas kedua media online tersebut, dengan metode ilmiah, yaitu analisis *framing*.

Analisis *framing* seputar Ahok di pilgub DKI Jakarta menarik untuk diteliti karena sosok Ahok yang selama ini menjadi topik utama dalam perbincangan di media massa, kaitan dengan pencalonannya di pilgub DKI Jakarta 2017 mendatang, dimana pilgub DKI konon katanya mejadi barometer demokrasi di Indonesia, bahkan ada yang menyebutnya pilgub rasa pilpres. Bisa dikatakan Ahok selalu menjadi apa yang disebut dengan “*media darling*”. Apa yang dilakukan Ahok tidak cuma menjadi pro dan kontra di masyarakat, tapi juga di media massa, ada yang mendukung ada juga yang mengkritik. Gerak-gerik Ahok selalu menjadi *headline* media massa.

Sisi yang paling menarik dari penelitian ini adalah sisi dimana media massa ikut bertarung, dalam hal ini media yang pro dan yang kontra, dengan menggunakan *framing* masing-masing. Pertarungan media massa untuk membentuk sebuah opini publik tentang Ahok, baik yang positif maupun yang negatif. Dalam kasus ini, mediaindonesia.com dan okezone.com,

terlihat seperti bertarung untuk meyakinkan publik tentang sosok Ahok di pilgub DKI Jakarta.

Dengan demikian yang terjadi adalah *mediaindonesia.com* mencoba meyakinkan publik lewat berita bahwa Ahok adalah figur yang tepat untuk memimpin DKI Jakarta, sedangkan *okezone.com* sebaliknya ingin menjelaskan bahwa Ahok bukan figur yang tepat untuk memimpin DKI Jakarta. Hal ini menggambarkan media massa mudah terpapar dengan kepentingan politik pemilik modal.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis framing, dengan topik utamanya berita seputar Ahok dan pilgub DKI karena, peneliti ingin mengetahui sejauh mana media massa (*mediaindonesia.com* & *okezone.com*) melakukan manuver-manuver politik dengan beritanya. Bagaimana cara kedua media *online* tersebut melakukan sebuah *framing* berita agar dapat mempengaruhi masyarakat. Alasan lain kenapa peneliti tertarik untuk meneliti tentang topik ini, sama seperti alasan sebelumnya, yaitu sosok Ahok, pilgub DKI dan pertarungan berita di media massa, dalam hal ini *mediaindonesia.com* dan *okezone.com*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti mencoba untuk mengungkapkan rumusan masalah, yaitu bagaimana bingkai berita *mediaindonesia.com* dan *okezone.com* dalam menyikapi pecalonan Ahok

sebagai Gubernur DKI Jakarta pada Pemilihan Gubernur 2017 mendatang, periode 1 Agustus sampai 30 November 2016?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini antara lain bertujuan untuk:

1. Dapat mengetahui atau mendapat gambaran tentang bagaimana *framing* berita oleh media massa, dalam hal ini *mediaindonesia.com* dan *okezone.com*, seputar pencalonan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta di Pilgub tahun 2017 nanti.
2. Mengetahui bagaimana cara *media indonesia.com* dan *okezone.com* menkonstruksi sebuah realitas sesuai dengan kepentingan politiknya.
3. Membandingkan *framing* *mediaindonesia.com* dan *okezone.com* seputar Ahok yang akan maju sebagai calon gubernur DKI Jakarta

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat teoritis, penelitian, ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, memperluas, dan sekaligus menambah ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya dunia jurnalistik online. Serta sebagai bahan referensi dalam analisa *framing* berita.
2. Manfaat praktis, yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan bahan acuan bagi para praktisi jurnalistik dalam menkonstruksi relitas.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, merangkum berbagai kondisi, berbagai situasi atau sebagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2007: 68).

Penelitian deskriptif kualitatif yaitu pengumpulan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, catatan atau, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2002: 6)

2. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik data, dokumentasi, observasi, studi literatur, khususnya berita seputar Ahok, penelusuran langsung terhadap melalui dua media online nasional, yaitu mediaindonesi.com dan okezone.com. Berita-

berita yang dipilih periode 1 Agustus sampai 30 November 2016. Yang nanti akan digunakan sebagai analisis data.

3. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang akan digunakan adalah analisis data *framing*. Analisis data *framing* yang digunakan, yaitu model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Ada empat struktur rangkaian model ini yang menunjukkan *framing* dari suatu berita. Struktur tersebut dapat digambarkan dalam bentuk bagan berikut ini:

Tabel 1.1. Pendekatan Perangkat *Framing* Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2002: 256)

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang Diamati
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headline, Lead,</i> Latar informasi, Kutipan Sumber, Pernyataan, Penutup
SKRIP Cara wartawan	2. Kelengkapan Berita	5W+1H

	mengisahkan fakta		(Media <i>online</i> dengan <i>hyperlink</i>)
4. Objek	<p>TEMATIK</p> <p>Cara wartawan menulis fakta</p>	<p>3. Detail</p> <p>4. Kohorensi</p> <p>5. Bentuk kalimat</p> <p>6. Kata ganti</p>	<p>Paragraph,</p> <p>Proposisi</p>
	<p>RETORIS</p> <p>Cara wartawan menekankan fakta</p>	<p>7. Leksikon</p> <p>8. Grafis</p> <p>9. Metafora</p> <p>10. Pengandaian</p>	<p>Kata, Idiom,</p> <p>Gambar/Foto,</p> <p>Grafik</p>

Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah dua media *online*, yaitu *mediaindonesia.com* dan *okezone.com*. Artikel berita yang akan diteliti yakni berita seputar menjelang Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta tahun 2017, khususnya berita tentang Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok yang akan maju pada Pilgub tersebut. Periode berita yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu 1 Agustus sampai dengan 30 November 2016. Total berita yang digunakan sebagai *sample* 16 berita, dengan rician setiap media masing-masing delapan berita, setiap bulan

diambil dua berita. Ada dua alasan kuat peneliti memilih *sample* berita tersebut yakni judul dan isu yang diangkat.

5. Kerangka Konsep Penelitian

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2002: 68).

Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. Dua konsepsi *framing* tersebut yaitu konsepsi psikologi dan konsepsi sosiologi (Eriyanto, 2002: 252).

Perangkat *framing* menurut Pan dan Kosicki yaitu dengan cara apa wartawan atau media menonjolkan pemaknaan atau penafsiran mereka atas suatu peristiwa. Wartawan memakai secara strategi kata, kalimat, *lead*, hubungan antarkalimat, foto, grafik, dan perangkat lain untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca (Eriyanto, 2002:254).