

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak 2017 yang dilaksanakan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menarik banyak perhatian masyarakat Indonesia. Pemberitaan yang dilakukan oleh media mengenai Pilkada DKI Jakarta ini memberikan banyak pandangan terhadap pasangan calon gubernur DKI Jakarta melalui berita-berita yang diterbitkan. Media *online* merupakan salah satu sarana yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mendapat informasi mengenai perkembangan Pilkada DKI Jakarta 2017 ini

Tumbuhnya media baru yaitu media *online* dengan menggunakan internet dimanfaatkan sebagai alat yang digunakan untuk penyebaran informasi oleh media. Keberadaan internet ini tentu saja semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan sangat cepat dan mudah.

Beberapa media *online* yang dapat diakses, antara lain ialah situs berita yang biasa dimanfaatkan oleh media cetak atau elektronik, seperti koran, majalah, radio, maupun televisi untuk menyajikan berita-berita melalui media *online*. Berita-berita yang tersaji bukan saja berita yang telah dipublikasikan, melainkan ada banyak berita yang tidak atau belum sempat diberitakan. Para pembaca yang karena alasan tertentu, seperti kesibukan pekerjaan sehingga tidak sempat membaca koran, masih bisa menikmati berita lewat media *online* yang disediakan media tersebut. Bahkan sejumlah berita yang tidak terpublikasikan melalui koran konvensional pun masih dapat dinikmati lewat media *online* (Muhtadi, 2013 : 79).

Media *online* merupakan alat yang banyak digunakan oleh khalayak dikarenakan penggunaannya yang mudah dan cepat untuk diakses. Khalayak dapat mengaksesnya melalui komputer, laptop, maupun dari *smartphone* di mana saja dan kapan saja. Sehingga lebih memudahkan untuk mendapat informasi apa saja yang mereka inginkan.

Salah satu pengaplikasian media *online* yang paling umum digunakan dalam praktik jurnalistik modern saat ini yaitu berupa portal berita *online*. Situs berita atau portal berita ini merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan khalayak memperoleh aneka fitur di dalamnya. Di Indonesia media *online* ini sudah banyak ditemukan, baik itu hasil dari konvergensi media seperti

Kompas.com atau Metrotvnews.com maupun yang berdiri sendiri seperti Detik.com atau Kapanlagi.com.

Dalam pandangan komunikasi, sebuah media dapat dilihat melalui beberapa pendekatan untuk melihat perspektif dan ideologi media ketika melakukan penyeleksian isu atau peristiwa serta bagaimana media tersebut menyajikannya dalam sebuah berita. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah pendekatan dengan analisis *framing*.

Terkait dengan pemberitaan yang ada di media, gagasan mengenai *framing* telah secara luas digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi yang berkaitan dengan proses produksi dan penerimaan sebuah pesan media. Melalui analisis *framing*, maka dapat dipahami bagaimana cara media mengangkat sebuah isu atau peristiwa. Apakah dalam berita tersebut terdapat bagian-bagian yang dihilangkan atau bahkan disembunyikan dari proses pemberitaan media. Secara sederhana, *framing* dapat digunakan untuk mengetahui dan melihat bagaimana sebuah realitas diseleksi dan dibingkai atau dengan kata lain dikonstruksikan oleh sebuah media.

Menurut Aditjondro (dalam Sobur, 2009: 165) mendefinisikan *framing* sebagai metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai Pilkada serentak 2017 ini, dari seluruh daerah yang ikut melaksanakan Pilkada serentak, Pilkada DKI Jakarta menjadi pemilihan kepala daerah yang paling disorot oleh publik. Bahkan Pilkada DKI Jakarta 2017 ini menutupi pemberitaan tentang Pilkada lainnya di seluruh daerah di Indonesia. Sehingga dapat dikatakan jika Pilkada DKI Jakarta ini memiliki dampak yang luas, bukan hanya untuk warga Jakarta namun juga bagi seluruh masyarakat yang ada di Indonesia. Selain itu, para pasangan calon Gubernur DKI Jakarta ini juga merupakan tokoh-tokoh yang menyita perhatian publik. Nomor urut satu Agus Harimurti Yudhoyono-Sylviana Murni, nomor urut dua Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat, dan nomor urut tiga Anies Baswedan-Sandiaga Uno. (dikutip dari: <https://pilkada.tempo.co/read/news/2016/>)

12/13/304827561/bawaslu-100-pilkada-lain-tertutupi-pilkada-dki-jakarta, diakses pada tanggal 11 Maret. 22:20).

Pada Pilkada DKI Jakarta ini, terdapat beberapa isu yang kencang dibicarakan di kalangan masyarakat Indonesia. Salah satunya ialah isu SARA (suku, ras, agama, dan antar golongan) serta meningkatnya intoleran yang terjadi dimasyarakat. Survei yang dilakukan Populi Center setelah Pilkada DKI Jakarta putaran pertama, menunjukkan isu SARA yang digunakan dalam Pilkada Jakarta antara lain munculnya himbauan untuk tidak memilih calon muslim dan masalah tidak menyalatkan jenazah. (dikutip dari: <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-39372353>, diakses pada tanggal 6 Juni 2017. 21:15). Dalam hal ini, isu tersebut dapat menimbulkan dampak yang kurang baik yang dapat mempengaruhi politik dan demokrasi yang terjadi di Indonesia.

Berdasarkan hal di atas, DKI Jakarta yang juga merupakan Ibukota Republik Indonesia, dianggap menjadi cerminan bagi publik terhadap politik dan demokrasi yang terjadi di Indonesia. Sehingga, memiliki dampak yang kurang baik pada pemilihan di daerah-daerah lainya yang dilaksanakan serentak di seluruh Indonesia serta dapat menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat Indonesia selama Pilkada DKI Jakarta 2017 ini berlangsung.

Berbagai pemberitaan mengenai Pilkada DKI Jakarta turut mengundang pemberitaan di berbagai media, salah satunya pemberitaan di media *online*. Media *online* memiliki keunggulan tersendiri dibalik media lainnya, yaitu cepat dalam penyampaian informasi, mudah diakses di mana saja dan kapan saja, interaktif, dengan adanya kolom komentar yang memungkinkan khalayak dapat melakukan komunikasi dua arah, serta terhubung dengan informasi lain yang berkaitan dengan berita yang disampaikan. Dengan adanya Pilkada DKI Jakarta ini, banyak sekali informasi yang disampaikan dalam sebuah media bahkan media itu sendiri digunakan sebagai salah satu alat kampanye dari pasangan calon Gubernur DKI Jakarta untuk menyampaikan visi dan misinya.

Machmud (2011: 10) menjelaskan bahwa keberadaan media atau pers dianggap sebagai kekuatan keempat (*the four state*) dalam sistem politik kenegaraan setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif. Sebagai pilar keempat itu, media massa cetak maupun elektronik dapat dimanfaatkan sebagai (a) penyalur aspirasi rakyat banyak; (b) pembentuk opini publik; (c) alat penekan yang dapat

ikut mempengaruhi dan mewarnai kebijakan politik negara; (d) pembela kebenaran dan keadilan.

Semakin banyaknya perbincangan tentang pemilihan kepala daerah tersebut membuat media-media makin gencar memberitakan tentang pasangan calon yang dianggap sesuai dengan ideologi sebuah media tersebut dengan menunjukkan elektabilitas setiap pasangan calon yang ada. Selain itu, pengaruh dari pemegang kekuasaan media serta ideologi media telah mengakar dan masih berlaku dalam proses pemberitaan media, baik itu di Indonesia maupun media dunia.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat tema pemberitaan tentang Pilkada DKI Jakarta 2017. Penulis akan melihat bagaimana media dalam memilih dan mengkonstruksikan realitas atau peristiwa menjadi sebuah berita dalam upayanya mengubah opini, sikap, dan pandangan masyarakat dalam pemilihan calon Gubernur DKI Jakarta 2017 serta mengetahui ada atau tidaknya keberpihakan media dalam menyajikan sebuah berita dari setiap pasangan calon yang ada. Maka dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian pada portal berita media *online* Kompas.com dan Tempo.co.

Setiap media memiliki ideologinya masing-masing. Ideologi dalam hal positif dipersepsikan sebagai suatu pandangan dunia yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka, sedangkan dalam hal negatif ideologi dapat dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial (Sobur, 2009:61).

Ideologi dari setiap media tercermin dari visi dan misi yang ada. Visi dan misi tersebut pada akhirnya akan terlihat dari produk jurnalistik yang dihasilkan. Kedua media *online* ini, yaitu Kompas.com dan Tempo.co memiliki cara masing-masing untuk melakukan pbingkaiian dalam suatu berita. Kompas.com dan Tempo.co sebagai media juga mempunyai ideologinya masing-masing. Penelitian ini akan melihat sejauh mana keberpihakan Kompas.com dan Tempo.co mempengaruhi konstruksi berita tentang Pilkada DKI Jakarta 2017. Media *online* yang penulis pilih disebabkan oleh sifat media *online* yang memberikan kemudahan dan informasi yang cepat sehingga merupakan alternatif dalam mengakses berita pada

saat sekarang ini daripada media massa konvensional yang membutuhkan waktu yang lama dalam penyampaian beritanya.

Kedua media *online* tersebut sudah lama hadir di kalangan masyarakat Indonesia dengan jumlah pembaca tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu kedua media *online* tersebut merupakan situs berita populer di Indonesia. Situs berita ini tentu saja memiliki andil yang besar dalam mempengaruhi opini masyarakat Indonesia terhadap isu-isu atau peristiwa yang terjadi di Indonesia.

Berdasarkan alexa.com, yaitu salah satu situs web yang menyediakan layanan data komersial terkait *traffic web* serta informasi tentang peringkat suatu situs tertentu. Kompas.com berada di peringkat ke 10, sedangkan untuk Tempo.co berada di peringkat ke 33 dari seluruh situs web yang paling banyak diakses di Indonesia per tanggal 14 Maret 2017.

Gambar 1.1 Peringkat Kompas.com di Alexa per tanggal 14 Maret 2017



(Sumber: <http://www.alex.com/siteinfo/kompas.com#?sites=kompas.com>, diakses pada tanggal 14 Maret 2017, 22:25)

Gambar 1.2 Peringkat Tempo.co di Alexa per tanggal 14 Maret 2017



(Sumber: <http://www.alex.com/siteinfo/tempo.co#?sites=tempo.co>, diakses pada tanggal 14 Maret 2017. 22:27)

Kompas.com merupakan media *online* hasil dari konvergensi dari surat kabar Harian Kompas. Kompas.com diluncurkan pada tahun 1998 sebagai upaya Kompas untuk mengembangkan dan memperluas jangkauan medianya. Dalam sejarahnya, Kompas didirikan oleh Peter Kanisius Ojong dan Jakob Oetama. P.K. Ojong dikenal sebagai tokoh di beberapa organisasi Katolik yang ada di Indonesia. Sebelum mendirikan Kompas P.K. Ojong merupakan seorang pimpinan redaksi mingguan Star Weekly, sebuah majalah untuk komunitas Tionghoa-Indonesia. Sedangkan Jakob Oetama memiliki latar belakang sebagai wartawan mingguan Penabur milik gereja Katolik sebelum mendirikan Kompas. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diartikan bahwa Kompas memiliki ideologi pemberitaan yang berdasarkan latar belakang dari para pendiri Kompas yaitu Tionghoa maupun Katolik. Selain itu, Kompas.com merupakan media *online* berita yang terkemuka dan kredibel. Hal ini dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang pernah diraih. Salah satunya yaitu menjadi “*Top Brand*” kategori “*Online News Platform*” pilihan generasi Y pada tahun 2016. (dikutip dari <http://www.kompasgramedia.com/news/read/kompascom-jadi-top-brand-kategori-online-news-platform-pilihan-generasi-y>, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, 10:08). Ini membuktikan bahwa Kompas.com menjadi salah satu situs berita favorit yang sering di akses oleh masyarakat Indonesia.

Selama berlangsungnya Pilkada Kompas.com merupakan media dengan jumlah pemberitaan Pilkada DKI Jakarta paling banyak, yakni sebanyak 1743 pemberitaan. (dikutip dari <http://www.tribunnews.com/nasional/2016/12/03/urutan-media-yang-paling-banyak-memberitakan-pilkada-dki-jakarta?page=2>, pada tanggal 15 Maret 2017, 08:40). Jika dibandingkan dengan media *online* lainnya, saat ini Kompas.com merupakan situs berita yang paling intens dalam pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melihat bahwa Kompas.com dengan latar belakang serta ideologi yang dimiliki sebuah media, maka dapat dikatakan bahwa Kompas.com akan memihak pada calon pasangan yang sesuai dengan kesamaan latar belakang dan ideologi yang dimiliki. Hal ini juga didukung dengan faktor Kompas.com yang menjadi media *online* favorit yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah pemberitaan paling banyak mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017.

Media lainnya yang penulis teliti ialah **Tempo.co**. Produk berita yang di produksi oleh Tempo Media Group ini merupakan salah satu pelopor situs berita media *online* di Indonesia sejak tahun 1995 dan hingga saat ini sudah memiliki pembacanya di seluruh daerah di Indonesia. Di Indonesia Tempo.co dinilai sebagai media yang independen dan menjadi cerminan baik untuk media yang ada di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari ideologi yang diterapkan dalam sebuah media. Melihat visi misi dari Tempo Media Group, Tempo.co berkomitmen untuk menjadi media yang independen dan bebas dari segala tekanan serta berpegang teguh pada kode etik. (dikutip dari <https://korporat.tempo.co/tentang/visi>, diakses pada tanggal 16 Maret 2017, 16:44). Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan Tempo.co akan jauh dari pengaruh kepentingan-kepentingan politik dalam setiap pemberitaannya.

Namun, pada sebuah artikel yang berjudul “Heboh Pengakuan Wartawati *Ex-Tempo* : Kebobrokan Media di Indonesia” pada situs berita [voa-islam.com](http://www.voa-islam.com) dijelaskan mengenai bagaimana permainan uang yang terjadi dalam media Tempo dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan tertentu serta kaitannya dengan pemberitaan yang diterbitkan oleh Tempo. (dikutip dari <http://www.voa-islam.com/read/indonesiana/2013/11/13/27565/heboh-pengakuan-wartawati-extempo-kebobrokan-media-di-indonesia/#sthash.Ixq2Q37K.dpbs>, diakses pada tanggal 11 Desember 2017, 01:22). Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya terkait ideologi yang dimiliki Tempo, hal ini merupakan sesuatu yang kontradiktif yang terjadi di dalam badan Tempo itu sendiri. Maka dapat dikatakan pemberitaan Tempo memiliki keberpihakan pada pihak-pihak yang memiliki kepentingan tertentu selama Pilkada DKI Jakarta 2017 berlangsung.

Jika dilihat dari peringkat di [alexacom](http://www.alexacom), Tempo.co jauh berada di bawah serta jumlah pemberitaan yang tidak sebanyak dari Kompas.com tersebut, penulis ingin melihat pemingkakan isu atau peristiwa yang dilakukan oleh Tempo.co dengan komitmen mereka pada sebuah pemberitaan berstandar jurnalisme yang tinggi dalam peliputan peristiwanya serta penulisannya yang tajam, cerdas, dan berimbang. Berdasarkan hal tersebut maka diperkirakan *framing* pemberitaan dalam Tempo.co akan independen dalam artian tidak terpengaruh oleh kepentingan isu politik yang ada dan menyajikan berita yang berimbang dengan

informasi yang lebih detail tentang suatu isu atau peristiwa serta penyajian berita yang tidak membosankan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana realitas yang dibingkai oleh kedua media tersebut yakni Kompas.com dan Tempo.co pada pemberitaan tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017 dari sisi sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Apakah kedua media tersebut bersifat netral dalam membingkai beritanya. Mengingat pada ideologi media, yakni media bukanlah ranah netral karena semua kalangan akan mendapat perlakuan yang sama. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki merupakan model *framing* yang melakukan pendekatan linguistik seperti pemakaian kata, pemilihan struktur, dan bentuk kalimat yang mengarah pada bagaimana peristiwa dibingkai oleh media (Eriyanto, 2004: 288-289).

Dengan menggunakan model analisis *framing* Pan dan Kosicki nantinya akan terlihat bagaimana sebuah media berpihak dari struktur berita yang disampaikan. Sehingga pada penelitian ini dapat terlihat apakah kedua media *online* tersebut melakukan keberpihakan terhadap berita-beritanya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, fokus penelitian ini adalah bagaimana pembingkai berita yang dilakukan portal berita Kompas.com dan Tempo.com dalam mengkonstruksi realitas terkait pemberitaan tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara pembingkai berita yang dilakukan portal berita Kompas.com dan Tempo.com dalam mengkonstruksi realitas terkait pemberitaan tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017.

1.4 Manfaat Teoritis

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara aspek teoritis adalah dapat menjadi masukan dan manfaat serta dapat dijadikan sumbangan untuk memperkaya penelitian di bidang Ilmu Komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat

memperkaya studi media yang menggunakan analisis *framing* mengenai pembedaan berita Pilkada DKI Jakarta 2017.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah penggambaran bagaimana pembedaan berita yang dilakukan media dalam memberitakan sebuah peristiwa, dalam hal ini berita Pilkada DKI Jakarta 2017.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini penulis melalui beberapa tahap yaitu, memilih topik yang akan diangkat, dan terpilih Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017. Setelah itu, penulis melakukan pencarian data dengan mencari berita-berita mengenai berita tersebut di media *online*. Penulis melakukan seleksi portal berita nasional, hingga terpilih Kompas.com dan Tempo.co. Setelah itu penulis mencari model analisis yang akan digunakan dalam melakukan penelitian. Teori yang digunakan adalah analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki serta teori lain yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya, penulis melakukan analisis berita di masing-masing portal berita hingga menyimpulkan pembedaan berita di portal berita Kompas.com dan Tempo.co mengenai berita Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017. Berikut tabel tahapan penelitian:

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian



Sumber: Olahan Penulis (2017)

1.6 Lokasi Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan secara *online* dengan mengakses portal berita Kompas.com dan Tempo.co.

1.6.2 Waktu Penelitian

Adapun kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung selama sepuluh bulan yaitu dari bulan Februari – November 2017. Berikut tabel waktu kegiatan penelitian:

Tabel 1.2 Tabel Waktu Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Bulan									
	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agus	Sept	Okt	Nov
Menentukan Topik Penelitian, Menentukan Masalah, Tujuan Penelitian dan Melakukan Observasi.	■	■								
Menyusun Proposal Penelitian		■	■							
<i>Desk Evaluation</i>			■							
Pelaksanaan Penelitian				■	■	■				
Penyusunan Laporan Penelitian				■	■	■	■	■	■	■
Pelaksanaan dan Sidang Skripsi										■

Sumber: Olahan Penulis (2017)