

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selama berjalannya pemerintahan, Indonesia mengalami berbagai transformasi sistem demokrasi. Perjalanan sistem demokrasi tersebut diantaranya, pada masa Demokrasi Liberal Parlementer yang dimulai pada 17 Agustus 1945 hingga tahun 1959, konfigurasi politik pada masa Demokrasi Terpimpin yang berlaku selama kurun waktu antara tahun 1959 hingga tahun 1966, konfigurasi politik pada masa Demokrasi Pancasila yang berlaku sejak tahun 1966 hingga 1998 yang merupakan pasca jatuhnya rezim Orde Baru, dan yang terakhir konfigurasi Demokrasi Era Reformasi yang dimulai pada tahun 1999 sampai dengan sekarang (Setiawan, 2006:17).

Berakhirnya era Orde Baru, yang kemudian melahirkan era Reformasi telah membawa angin segar bagi rakyat Indonesia. Berbagai segi kehidupan terbebas dari penguasa yang represif, terutama dalam kehidupan politik. Pada masa inilah menandakan kelahiran serta awal baru bagi partai politik di Indonesia yang semula dikungkung oleh penguasa. Munculnya berbagai macam partai politik merupakan ekspresi kebebasan serta kehendak rakyat untuk bisa berpartisipasi secara lebih luas dalam kehidupan politik. Begitupun dengan pers di Indonesia. Kini pers telah mendapatkan suatu kebebasan untuk mengeluarkan aspirasi serta pendangannya sekalipun menyinggung atau menyindir para penguasa. Tak ada lagi pembredelan terhadap media serta

pemberitaan yang mengusik penguasa. Pers dan rakyat telah diberikan kebebasan untuk ikut berpartisipasi dan mengawasi jalannya pemerintahan di Negeri ini.

Dapat dikatakan kini Indonesia telah sepenuhnya menjadi negara demokrasi yang mengedepankan hak dan kepentingan rakyatnya. Salah satu bentuk pengakuan terhadap penyelenggaraan kedaulatan rakyat adalah dengan memberikan kebebasan kepada rakyatnya untuk berpartisipasi dan berperan aktif dalam menentukan pemerintahan yaitu dengan diikutsertakan dalam proses pemilihan umum (pemilu). Disini rakyat bisa ikut berpartisipasi secara langsung, jujur dan adil tanpa adanya intervensi dari pihak manapun.

Pemilu dianggap bisa menjadi sarana yang paling adil untuk para partai politik berkompetisi dalam merebut hati serta suara masyarakat. Pelaksanaan pemilu yang hanya terjadi 5 (lima) tahun sekali dijadikan sebagai kilas balik bagi para pemimpin sebelumnya atas pertanggungjawaban kinerja yang selama ini dijalani, dan sebagai penilaian publik untuk pemilu selanjutnya terhadap para partai politik yang berkompetisi. Partai politik dinilai oleh rakyat secara jujur, adil dan transparan, sehingga kinerjanya selama 5 (lima) tahun itulah yang nantinya akan mempengaruhi pilihan publik dalam pemilu.

Semangat reformasi tersebut juga telah mendasari bahwa perlunya pemilihan kepala daerah (pilkada) secara langsung. UU No. 32 Tahun 2004 telah mengatur pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah secara langsung (pilkada langsung) yang tertera di dalam pasal 56 Ayat 1 yang berbunyi

kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.

Dengan adanya peraturan ini, maka seluruh masyarakat Indonesia bisa ikut serta dalam proses demokrasi. Pilihan yang ditunjukkan pada saat pemilihan secara langsung ini adalah bukti semakin dewasanya masyarakat Indonesia dalam berdemokrasi dan berpolitik. Walaupun memang pada prakteknya banyak kekurangan, tetapi semangat pemilihan langsung telah semakin membuka cakrawala baru bagi masyarakat dalam memilih pemimpin pada level atas (Setiawan, 2006: 25).

Pemilihan kepala daerah (pilkada) secara langsung telah tergambar dari pemilihan gubernur (pilgub) DKI Jakarta. Berbagai partai politik berlomba-lomba mencalonkan kandidat mereka masing-masing untuk menjadi Cagub dan Cawagub DKI Jakarta, baik itu partai yang berkoalisi ataupun partai independen. Banyaknya partai politik yang mencalonkan diri, menandakan bahwa betapa menggiurkannya kursi kepemimpinan yang tak serta merta melupakan visi dan misi dari pencalonan tersebut.

“Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi DKI Jakarta menyatakan enam pasangan Calon Gubernur (Cagub) dan Calon Wakil Gubernur (Cawagub) lolos menjadi Calon Gubernur setelah melalui proses verifikasi. Jamaluddin menyatakan jumlah dukungan masing-masing pasangan yang memenuhi syarat yaitu, pasangan Alex Noerdin-Nono Sampono didukung 18 partai. Pasangan Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli didukung delapan partai. Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama didukung dua partai, dan pasangan Hidayat Nur Wahid-Didik J Rachbini dengan satu partai. Sedangkan dari jalur independen ada pasangan Faisal Basri Batubara-Biem Benyamin dan pasangan Hendarji Supandji-Ahmad Riza Patria (Solopos, 12 Mei: 2)”.

Semenjak digulirkannya Undang-undang tentang Pilkada tersebut, warga Jakarta telah dilibatkan langsung dalam proses pemilihan tak terkecuali. Pilgub DKI Jakarta kali ini dianggap sebagai kilas balik terhadap pengharapan publik untuk membawa kota Jakarta kearah yang lebih baik. Realitas bahwa Pilgub DKI Jakarta pada tahun 2012 ini yang terdiri dari dua putaran, membuktikan bahwa publik mulai bersikap rasional dan terbuka terhadap calon yang ada.

“Keinginan untuk berubah tercermin pada wajah-wajah penduduk Ibu Kota saat ini. Umumnya publik sudah muak dengan kemacetan, kekumuhan, ketidakteraturan, dan banyak hal negatif lainnya. Publik berharap pemilihan kepala daerah (pilkada) DKI Jakarta kali ini membawa perbaikan yang diharapkan banyak orang. Wajar saja pemilih di Jakarta diharapkan menjadi *role model* pemilih rasional yang mengedepankan kepentingan bersama (Seputar Indonesia, 11 Juli 2012: 4)”.

Kini pemilihan umum tidak terpaku pada asumsi bahwa pemimpin Jakarta harus berdasarkan budaya asal yaitu Betawi, tapi terlebih pada *trackrecord* dari para cagub dan cawagub yang nantinya calon terpilih bisa membawa kota Jakarta kearah yang lebih baik serta lebih mengutamakan kepentingan publik.

“Tingkat persentasi menurut *exit poll*, sebagai alasan publik Jakarta dalam memilih para calonnya, adalah *Pertama*, sebagian besar publik Jakarta memilih gubernur karena alasan program-program yang dijalankan atau dijanjikan paling meyakinkan sebesar 37,7%. *Kedua*, dianggap paling memperjuangkan rakyat kecil sebesar 28,8%. Sementara faktor-faktor yang lainnya hanya dipilih kurang dari 10% (Seputar Indonesia, 12 Juli 2012: 4)”.

Keberhasilan meregup animo publik yang besar selama proses pemilihan kepala daerah (pilkada) DKI Jakarta tidak bisa dilepaskan dari peran media. Media dianggap menjadi sarana yang ampuh untuk

mempengaruhi sikap publik. Peran media menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2000: 66), *Pertama*, media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang berkembang dan terjadi diluar sana. *Kedua*, media dianggap sebagai cerminan berbagai peristiwa yang ada di segala penjuru dunia. *Ketiga*, memandang media massa sebagai filter, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. *Keempat*, media massa dipandang sebagai penunjuk jalan atau *interpreter* yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian. *Kelima*, media massa sebagai forum untuk merepresentasikan berbagai informasi, dimana khalayak juga bisa memberikan *feedback* terhadap informasi yang ditampilkan. *Keenam*, media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu lalangny informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang bisa digunakan untuk komunikasi yang efektif (Afdjani, 2007: 1).

Peran media massa yang begitu signifikan, memiliki andil yang begitu besar pula terhadap pembentukan opini publik serta mengarahkan publik untuk menentukan sikap terhadap pemilihan umum khususnya pada saat Pilkada DKI Jakarta untuk periode 2012-2017. Hal ini disebabkan, karena media massa khususnya surat kabar dalam menyampaikan setiap kritik sosial akan lebih detil dan mengena terhadap isu yang ada, serta lebih efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dan heterogen. Dalam surat kabar, setiap pemberitaan diulas secara lebih mendalam dan bisa dijadikan sebagai

sarana debat publik baik dari aspirasi para tokoh terkait ataupun dari khalayak itu sendiri.

Isu mengenai Pilkada DKI Jakarta ini, tidak hanya menjadi perbincangan atau perdebatan masyarakat Jakarta saja, melainkan menjadi perbincangan seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini juga dirasakan dalam pemberitaan berbagai media massa di tanah air. Pemberitaan ini selalu diangkat oleh para jurnalis sebagai isi dalam medianya. Misalnya saja di surat kabar, isu mengenai Pilkada DKI Jakarta ini terus ditampilkan dengan berbagai bentuk berita, dari mulai berita langsung (*straight news*), *feature*, atau dari tampilan rubrik-rubrik dalam surat kabar.

Salah satunya yaitu rubrik tajuk rencana atau editorial. Di dalam editorial para jurnalis dan redaktur mencoba untuk mengkritisi isu-isu yang sedang berkembang yang sedang bergulir ditengah masyarakat. Isu yang nantinya akan diangkatpun hasil dari kebijakan redaksional surat kabar tersebut. Tulisan yang terpapar dalam editorial atau tajuk rencana lebih mengedepankan independensi dari jurnalis yang disampaikan secara lugas dan tegas, dan merupakan suatu cerminan sikap atau pandangan dari media tersebut. Oleh karena itu, penulis menjadikan rubrik ini sebagai objek penelitian.

Peneliti memilih media massa Kompas, karena peneliti melihat Kompas tidak hanya menjadikan isu pilkada DKI menjadi *headline news*, tetapi Kompas juga menampilkan isu tersebut melalui tajuk rencananya. Kompas memberikan perhatian lebih terhadap pilkada DKI Jakarta pada

putaran pertama periode Mei-Juli 2012 yang ditunjukkan melalui intensitas ulasan dalam tajuk rencana yang lebih banyak dibandingkan dengan media nasional lainnya. Misalnya saja Media Indonesia, ulasan mengenai Pilkada DKI Jakarta yang ditampilkan dalam editorial dalam periode tersebut hanya 2 (dua) teks saja dan Koran Tempo yang juga mengangkat isu pilkada ini sebagai ulasan dalam editorialnya hanya terdapat 4 (empat) teks saja. Selain itu ada juga surat kabar Seputar Indonesia yang menampilkan ulasan mengenai pilkada dalam tajuknya hanya 5 (lima) teks saja. Maka dari itu, disini penulis lebih memilih Kompas sebagai media massa yang dijadikan objek penelitian.

Hal yang menarik dari pemilihan surat kabar Kompas adalah dalam mengangkat realitas politik, Kompas berusaha tidak hitam putih serta Kompas menghindari cara berfikir linier yang mengutamakan salah satu partai sambil menyudutkan partai lain. Dalam menyajikan fakta kepada pembaca, Kompas menggunakan bahasa humanitis. Artinya, dalam berbahasa Kompas tidak kenes, tetapi plastis, tidak memakai bahasa yang kering, formal, abstrak dan rasional, tetapi yang menyangkut perasaan intuisi, dan emosi manusia (Sindhunata dalam Hamad, 2004: 117).

Selain itu, dalam memberitakan suatu partai, Kompas berusaha menyajikan apa adanya *track record* dan hal-hal yang berkaitan dengan partai tersebut. Soal bagaimana partai tersebut, biarlah masyarakat yang menilainya. Melalui prinsip humanisme transendental, Kompas mencoba keluar dari

ikatan-ikatan primordialisme, termasuk politik, dan lebih menekankan substansi dari suatu permasalahan (Hamad, 2004: 119).

Dewasa ini, perhatian publik tertuju pada isu yang sama yaitu Pilkada DKI Jakarta. Masyarakat berramai-ramai memberikan argumen mengenai para kandidat. Terlebih para pendukung kandidat pun berlomba-lomba membuat suatu gebrakan dalam mempromosikan calon masing-masing untuk menarik perhatian publik khususnya publik Jakarta. Statemen demi statemen dikeluarkan dalam kampanye. Hal ini yang membuat penulis memilih periode bulan Mei-Juli 2012 sebagai objek penelitian. Dikarenakan pada masa inilah, masih banyaknya jumlah pasangan calon sehingga menuntut publik untuk lebih bersikap rasional dalam memilih dari enam calon kandidat yang ada, serta proses dimana masa kampanye berlangsung. Pada masa kampanye pulalah, para calon melancarkan strategi serta visi dan misinya masing-masing demi menarik perhatian publik, baik kampanye langsung maupun melalui media massa. Proses yang bergulir seperti inilah yang nantinya akan membentuk opini publik.

Surat kabar dijadikan sarana untuk mengukuhkan posisi oleh suatu kelompok untuk merendahkan kelompok lain. Surat kabar melalui wacana beritanya dapat menentukan baik buruknya sesuatu, disinilah terjadi pemarginalan terhadap kelompok tertentu. Bentuk pemarginalan yang dilakukan yaitu melalui penekanan bagaimana aktor tertentu diposisikan didalam teks (Badara, 2012: 5).

Ketika media dalam pemberitaan Pilkada ini selalu memuat berita yang positif terhadap salah satu pasangan calon saja, maka itupun yang akan dirasakan oleh publik. Karena disini media merupakan sumber informasi publik, dengan kata lain, publik tidak akan mengetahui kalau saja media tidak memberitakannya. Jadi dengan demikian, tidak bisa dipungkiri bahwa dalam setiap pemberitaannya media juga memiliki kepentingan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan analisis wacana untuk melihat dan meneliti apakah dalam pemberitaan mengenai pilkada ini seseorang atau kelompok dimarginalkan dalam suatu wacana dan bagaimanakah media tersebut mengkonstruksi realitas politik mengenai pilkada DKI Jakarta ini.

Berdasarkan perspektif diatas, memang media memiliki andil yang besar dalam mempengaruhi opini publik. Ketika khalayak terus dibombardir oleh pemberitaan, maka secara langsung akan berpengaruh pula terhadap sikap serta perilaku khalayak itu sendiri. Disini khalayak dituntut untuk bisa bertindak secara selektif dan aktif dalam menerima informasi yang ditampilkan media.

Penelitian mengenai sikap media pada surat kabar sudah pernah dilakukan. Albertus Wahyurudhanto alumni Program Pascasarjana Universitas Diponegoro tahun 2002 melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Wacana tentang Sikap Media dan Akuntabilitas Publik (Studi Kasus terhadap Berita Dana Mobilitas Anggota DPRD Jawa Tengah pada Harian Suara Merdeka)”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, pada dasarnya kebebasan pers tidak bisa menjamin bahwa pers atau media bisa

bersikap objektif serta transparan terhadap informasi yang diberikan kepada publik. Serta adanya debat publik di media massa berlangsung tidak netral. Media atau pers harus dapat berpijak pada kepentingan publik, sehingga pemberitaannya pun berlandaskan objektivitas, tidak memihak (Wahyurudhanto, 2002).

Selain itu, ada juga penelitian yang dilakukan oleh Sylvana Anggraini alumni Universitas Negeri Surakarta tahun 2008 yang berjudul: “Konstruksi Realitas Politik dalam Kolom Lincak Solopos (Analisis Wacana Kritis Terhadap Kolom Lincak Bertema Politik Di Harian Umum Solopos Periode 1 April – 31 Juli 2008)”. Hasil dari penelitian ini menyatakan, bahwa pada pembuatan ataupun penulisan berita khususnya ketika pengkonstruksian politik yang berkaitan dengan pemerintahan, disini para penulis memberikan kesan berada dipihak rakyat kecil dan bersebrangan dengan para aktor politik. Tetapi disini juga ditemukan bahwa materi pemberitaannya lebih banyak dipengaruhi oleh ideologi dan latar belakang dari penulis. Sehingga institusi media dituntut untuk memberikan batasan yang jelas mengenai arti dari kebebasan pers dalam setiap pemberitaannya.

Mengingat banyaknya pemberitaan mengenai isu pemilihan kepala daerah (pilkada) DKI Jakarta yang bergulir ditengah masyarakat, membuat isu tersebut menarik untuk dikaji. Berikut juga bagaimana sikap media yang ditampilkan dalam teks tajuk sebagai pandangan atau opini dari media tersebut mengenai pilkada yang sedang bergulir. Dengan demikian, penelitian yang diangkat penulis berjudul: “Wacana Politik Tajuk Rencana Kompas

dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta (Studi Analisis Wacana Tajuk Rencana tentang Pilkada DKI Jakarta pada Harian Kompas Bulan Mei-Juli 2012)”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana Wacana Politik dalam Tajuk Rencana Harian Kompas mengenai Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta pada bulan Mei-Juli 2012?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji wacana politik dalam tajuk rencana tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta pada Harian Kompas pada bulan Mei-Juli 2012.

D. Manfaat Penelitian

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam tentang makna yang tersaji dalam wacana politik tajuk rencana pada Harian Kompas mengenai Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta.

Secara akademis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kajian ilmu komunikasi mengenai wacana politik yang tersaji dalam surat kabar.

E. Tinjauan Pustaka

1. Konstruksi Realitas Sosial di Media Massa

Dalam pandangan konstruksi sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas dan media massa merupakan saluran untuk menyebarkan konstruksi sosial atas realitas. Pada dasarnya ketika manusia melakukan suatu tindakan tidak sepenuhnya berdasarkan norma-norma, kebiasaan atau nilai-nilai, karena disini media memiliki kebebasan untuk bertindak. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis, dimana suatu realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Disini individu menjadi penentu atas realitas sosial yang dibentuk sesuai dengan kehendaknya. Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu berasal. Dalam prosesnya, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas didalam dunia sosialnya (Ritzer dalam Bungin. 2008: 11).

Istilah konstruksi realitas sosial (*Social Construction Of Reality*) itu sendiri diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Sosial Construction Of Reality: A Treatise In The Sociological Of Knowledge* (1966). Sama halnya dengan Ritzer, disini Berger dan Luckmann juga menyatakan bahwa individu sebagai pencipta realitas yang secara terus menerus dan subyektif (Berger dan Luckmann dalam Bungin, 2008: 13). Dengan kata lain, realitas itu tidak bisa berdiri sendiri, melainkan hasil dari ciptaan manusia yang dimaknai secara

subyektif oleh individu sehingga nantinya pemaknaan akan realitas bersifat obyektif.

Pada dasarnya, konstruksi sosial berasal dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Sejauh ini ada tiga macam konstruktivisme, yaitu: konstruktivisme radikal, realisme hipotetis, dan konstruktivisme biasa (Suparno dalam Bungin, 2008:14).

- 1) Konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita serta tidak selalu representasi dari dunia nyata. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara kenyataan dan pengetahuan sebagai kriteria kebenaran. Suatu realitas bukan hasil dari refleksi obyektif, melainkan merupakan sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman individu itu sendiri. Disini, pengetahuan merupakan suatu konstruksi dari individu yang tidak bisa diberikan ke individu lain. Oleh karena itu, individu dituntut untuk melakukan sendiri konstruksi terhadap pengetahuan, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya konstruksi tersebut.
- 2) Realisme hipotesis. Dalam hal ini, pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki.
- 3) Konstruktivisme biasa. Disini pengetahuan sebagai gambaran dari sebuah realitas. Pengetahuan individu dipandang sebagai suatu gambaran yang dibentuk dari realitas obyek dalam dirinya sendiri.

Dapat ditarik kesimpulan, bahwa dari pernyataan diatas terdapat keterkaitan satu sama lain. Dimana, individu adalah penafsir dari dunia realitas yang merupakan hasil dari hubungan antara individu dengan masyarakat. Pengetahuan adalah dasar untuk individu dalam menciptakan suatu realitas.

Peter L. Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat didalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik (Berger dalam Bungin, 2008: 15).

Frans M. Parera menjelaskan, tugas pokok sosiologi pengetahuan adalah menjelaskan dialektika antara diri (*self*) dengan dunia sosiokultural. Dialektika ini berlangsung dalam proses dengan tiga momen simultan, yakni: *Pertama*, eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai manusia. *Kedua*, objektivasi merupakan interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan yang mengalami proses institusionalisasi, sedangkan yang *ketiga*, internalisasi yaitu proses dimana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu bernaung (Bungin dalam Tamburaka, 2012: 77-78).

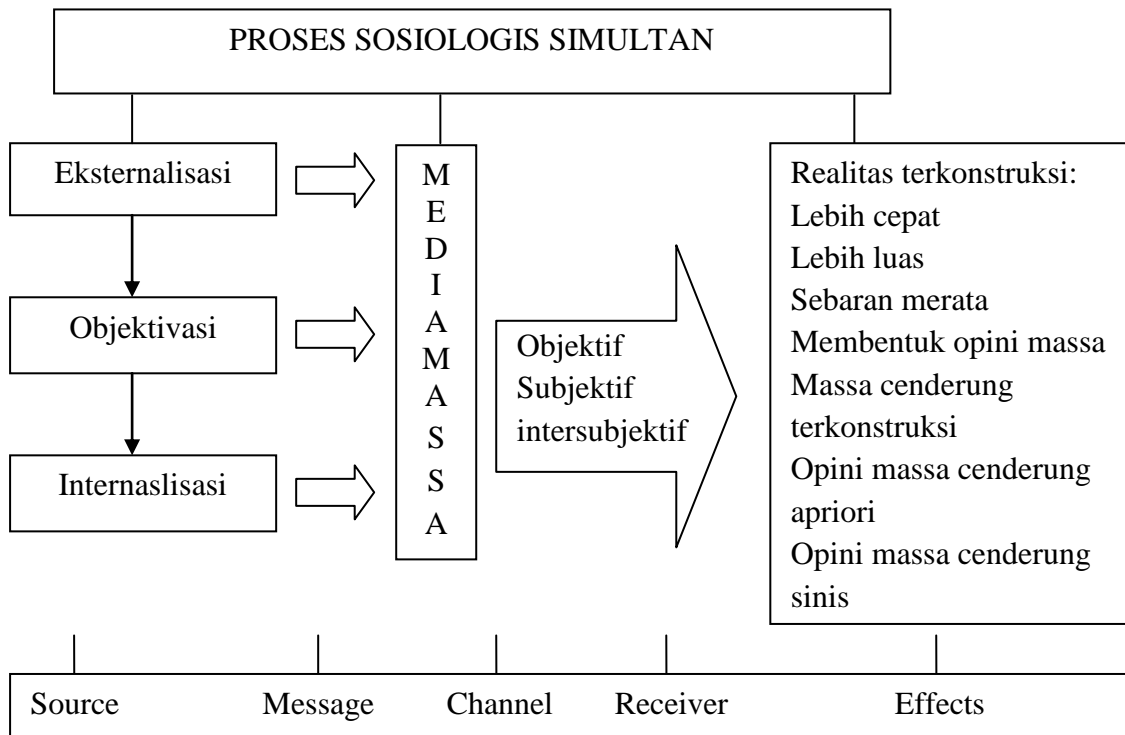
- a) Eksternalisasi adalah proses ketika produk sosial telah menjadi bagian penting dalam masyarakat untuk melihat dunia luar. Produk

sosial yang dimaksud, yaitu informasi dari media massa yang dibutuhkan khalayak untuk memaknai lingkungan sosialnya.

- b) Objektivasi merupakan tahapan dimana produk sosial berada pada proses institusionalisasi atau pelebagaan, sehingga proses ini berlangsung tidak harus saling bertatap muka antara individu dan pencipta produk sosial tersebut, melainkan hanya dengan cara penyebaran opini sebuah produk sosial kepada masyarakat.
- c) Internalisasi adalah proses pemahaman atau penafsiran langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya sebagai kumpulan proses subjektif orang lain, yang kemudian menjadi bermakna subjektif pula bagi individu itu sendiri. Dalam hal ini, dengan adanya pengaruh media, maka akan membentuk opini publik (*public opinion*) yang sama.

Gambar 1

Proses Konstruksi Sosial Media Massa



Sumber: Bungin (2008: 195)

Dari skema diatas dapat dilihat bahwa media massa menjadi bagian terpenting dalam proses konstruksi sosial atas realitas. Pada awalnya proses konstruksi sosial atas realitas menurut Peter L. Berger dan Luckmann terjadi secara alamiah tanpa melibatkan media massa sebagai variabel maupun fenomena yang bisa mempengaruhi konstruksi realitas tersebut. Namun, pengaruh dari media massa yang signifikan membuat proses konstruksi sosial atas realitas yang semula berjalan lambat, membutuhkan waktu yang lama, bersifat spasial, dan berlangsung secara hierarkis-vertikal, dimana konstruksi sosial hanya berlangsung kepada orang-orang yang hanya ada disekitar kita saja dan yang jangkauannya

dekat, tetapi kini lebih bersifat cepat dan luas. Konstruksi sosial atas realitas yang berupa informasi pun kini menyebar dengan cepat dan merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga menimbulkan opini publik ditengah khalayak, yang mengakibatkan opini cenderung apriori dan bersifat sinis (Bungin, 2008: 194).

Pada dasarnya posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atas realitas”. Namun, proses simultan yang digambarkan diatas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya proses melalui beberapa tahap penting, sebagai berikut: (Bungin dalam Tamburaka, 2012: 79).

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi.

Pada dasarnya menyiapkan materi konstruksi sosial yang nantinya akan diangkat dalam media massa adalah tugas redaksi media massa, selanjutnya tugas tersebut kemudian didistribusikan pada *desk* editor masing-masing media massa. Isu-isu penting yang sedang bergulir selalu menjadi fokus media massa, dan keaktualan sebuah peristiwa pun menjadi unsur utama dalam suatu pemberitaan, terutama yang berkaitan dengan harta, tahta dan perempuan. Didalam penyiapan materi konstruksi sosial ada tiga hal penting yaitu: (1) keberpihakan media massa kepada kapitalisme; (2) keberpihakan semu

kepada masyarakat; (3) keberpihakan kepada kepentingan umum.

Sehingga ketika media membuat suatu pemberitaan, pada tahap ini biasanya dipengaruhi oleh berbagai kepentingan, baik itu kepentingan orang diluar media dengan kepentingan media itu sendiri. Hal ini mengakibatkan adanya pemberitaan yang selalu *mengekspose* sebagian kalangan atau orang tertentu demi membentuk suatu citra ditengah publik.

2. Tahap sebaran konstruksi.

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep strategi media massa pun satu sama lain berbeda tergantung dari sistem media itu sendiri, namun pada prinsip utamanya *real time*. Media elektronik konsep *real time*-nya cenderung berbeda dengan media cetak. Karena disini media elektronik konsep *real time*-nya bersifat langsung (live), sehingga ketika informasi atau peristiwa tersebut ditampilkan, maka saat itu pula informasi tersebut sampai ditengah masyarakat. Namun lain halnya dengan media cetak, karena peristiwa yang diangkat akan mengalami proses yang panjang sebelum peristiwa atau informasi tersebut ditampilkan ditengah masyarakat. Oleh karena itu, disini *real time* yang ditampilkan oleh media cetak terdiri dari beberapa konsep yang terdiri dari terbitan hari, mingguan serta bulanan.

Tetapi tetap konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat untuk memperoleh berita tersebut (Bungin dalam Tamburaka, 2012: 80).

Pada umumnya, sebaran konstruksi sosial ini lebih bersifat satu arah, dimana media secara aktif memberikan informasi, sedangkan khalayak hanya bisa menerima tanpa bisa melakukan *feedback*, terutama pada media cetak. Namun, lain halnya dengan media elektronik seperti radio serta televisi yang menerapkan sistem *interaktif call*, sehingga bisa dilakukan dua arah.

3. Tahap pembentukan konstruksi

Setelah pemberitaan sampai kepada khalayak, kemudian terjadi tahap pembentukan konstruksi di masyarakat yang melalui tiga tahap berlangsung secara generik, yakni: konstruksi realitas pembenaran, kesediaan dikonstruksi oleh media massa dan sebagai pilihan konsumtif.

Pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang kemudian dianut dibenak masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ditampilkan dan disajikan oleh media massa sebagai suatu realitas kebenaran. Dengan kata lain, ketika media massa memberikan suatu informasi, maka informasi yang ditampilkan media tersebut dijadikan sebagai otoritas sikap untuk membenarkan suatu

kejadian. Disini media massa bisa dikatakan memiliki peran dalam mengarahkan sikap publik.

Selanjutnya adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, maksudnya bahwa ketika seseorang memilih untuk menjadi pemirsa atau pembaca, maka ia bersedia pikiran-pikirannya untuk dikonstruksi oleh media massa. Demikian pula menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang sangat bergantung pada informasi yang ditampilkan oleh media massa. Media massa menjadi bagian yang terpenting dan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan. Pada tingkatan tertentu, seseorang tidak bisa menjalankan kegiatan ketika ia belum mengkonsumsi media massa.

4. Tahap konfirmasi.

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun khalayak memberikan argumentasi dan akuntabilitasnya terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini dianggap perlu, karena disini media bisa memberikan penjelasan mengenai alasan-alasannya ketika melakukan konstruksi sosial. Sedangkan bagi khalayak, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan kenapa ia bisa ikut terlibat dalam proses konstruksi dan bersedia untuk dikonstruksi.

Umumnya nilai yang dikonstruksi oleh media massa berasal dari redaktur dan para *desk* media massa. Tidak selamanya nilai dan norma yang direpresentasikan oleh para redaktur dan para *desk* media massa murni berasal dari media itu sendiri, melainkan biasanya juga dipengaruhi oleh kekuatan kapitalisme baik lingkup media maupun eksternal media, sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi isi pemberitaan media massa tersebut. Selain itu, nilai-nilai yang menjadi acuan konstruksi sosial media massa adalah perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Bentuk dari perubahan sosial itu adanya gagasan kemodern-an, dimana sikap seperti ini diadopsi dari barat. Tolak ukur dari sikap modern yaitu identik dengan materi yang bisa ditukarkan dengan uang. Acuan nilai yang bersumber dari perubahan sosial semacam ini kemudian menyebar ke segala penjuru kehidupan, termasuk media massa (Tamburaka, 2012: 83).

Pada dasarnya media massa bukan hanya memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat atau sebagai sumber informasi khalayak saja, tetapi melalui pemberitaannya, media juga memberikan pengetahuan kepada khalayak sehingga informasi atau pemberitaan yang ditampilkan tidak hanya bersifat satu arah saja, tapi disini juga ada proses berfikir yang dilakukan oleh khalayak dalam memandang suatu peristiwa yang nantinya akan membentuk suatu sudut pandang atau kerangka berfikir sosial. Dengan kata lain, media massa tidak hanya sebagai sarana informasi yang menyampaikan berita secara aktual (baru) dan faktual (apa adanya) tetapi

lebih dari itu, mereka mencoba untuk membangun suatu nilai dalam pikiran serta benak kita.

Hall berpendapat bahwa eksistensi media massa, dewasa ini tidak lagi memproduksi realitas atau tidak lagi menjadi wadah penyaluran informasi, tetapi justru menentukan realitas atau melakukan pembingkaiian melalui pemakaian kata-kata tertentu yang dipilih. Dalam ungkapan lain, fakta yang dilaporkan oleh jurnalis kepada pembacanya sebenarnya bukanlah fakta yang sesungguhnya, melainkan jurnalis itu melalui strategi pembingkaiannya telah mengkonstruksi fakta yang dilihatnya, berdasarkan kategori dan ideologinya (Hall dalam Tamburaka, 2012: 85).

Pendapat itu diperkuat dengan adanya pendapat lain yang mengkaitkan dengan hubungannya dengan konstruksi realitas politik yaitu, Hamad menjelaskan bahwa dalam komunikasi politik, konstruksi realitas politik oleh media massa sangat khas karena cara media mengkonstruksi realitas akan memberi citra tertentu mengenai realitas politik terutama bagi aktor politik dan partai politik. Hamad menyebutnya:

“Media massa tidak hanya melakukan konstruksi realitas politik atas berbagai peristiwa politik dalam bentuk berita politik, tetapi juga media massa dapat melakukan dekonstruksi realitas politik. Jadi, realitas yang ditampilkan media massa adalah sesungguhnya merupakan realitas media, yang bisa juga disebut sebagai realitas tangan kedua (*second hand reality*) atau realitas buatan dari wartawan atau pemimpin redaksi” (Arifin dalam Tamburaka, 2012: 86).

Bagaimana konstruksi realitas bekerja itu berasal dari wartawan serta para pengelola media. Mereka yang sedikit banyak akan mempengaruhi isi pemberitaan dari media itu sendiri. Terlebih dalam hal

ini wartawan juga melakukan pembingkaiian (*framing*) terhadap wacana untuk memenuhi kaidah jurnalistiknya, yaitu dengan cara melakukan penyederhanaan atau penyuntingan terhadap peristiwa politik yang panjang sehingga layak untuk terbit dan layak siar. Hampir tidak ada media massa yang menyajikan berita secara utuh dari awal sampai akhir, sehingga berita yang disajikanpun biasanya hanya memuat hal-hal yang dianggap penting agar berita tersebut ketika sampai kepada khalayak bisa dipahami dan dimengerti. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan kolom pada media cetak, serta keterbatasan waktu atau durasi pada media elektronik. Oleh karena itu, arifin menyatakan:

“Pembingkaiian (*framing*) yang dilakukan oleh wartawan atau media massa adalah upaya melakukan konstruksi realitas politik dengan cara memberikan penonjolan terhadap substansi-substansi persoalan dan esensi dari berbagai peristiwa dan isu politik yang diberitakan. Penonjolan tersebut tentu disertai motif dan tujuan serta kepentingan tertentu dari wartawan atau pemimpin redaksi media massa sesuai dengan politik redaksi serta visi dan misi yang sudah ditetapkan sebagai kerangka acuan baku. Motif tujuan dan kepentingan yang tersirat dalam frame sebuah institusi media massa dapat bersifat politik atau bersifat ekonomi” (Arifin dalam Tamburaka, 2012: 95).

Dengan demikian, media massa dapat melakukan konstruksi serta dekonstruksi realitas politik, sehingga nantinya terbangun citra politik serta persepsi politik yang dianut oleh khalayak yang kemudian membentuk opini publik akan suatu realitas.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemberitaan Media Massa

Suatu pemberitaan yang ditampilkan oleh media mengandung maksud dan arti yang ingin ditunjukkan oleh wartawan atau media tersebut

dengan menggunakan orientasi tertentu. Sebelum sampai kepada publik pemberitaan mengalami proses yang panjang, sehingga berita tersebut layak untuk ditampilkan. Disinilah, wartawan dituntut untuk bisa mengedepankan objektivitas bukan opini dari wartawan yang nantinya bisa berpengaruh terhadap isi media. Ada tiga pendekatan untuk menjelaskan isi media, yaitu (McNair dalam Sudibyo, 2001: 2-3):

- 1) Pendekatan politik-ekonomi. Pendekatan ini berpendapat bahwa isi media ditentukan oleh kekuatan eksternal diluar pengelola media, misalnya saja pemilik media, modal serta pendapatan dari media tersebut. Dimana nantinya akan mempengaruhi wujud isi media dan peristiwa apa saja yang layak dan tidak layak untuk ditampilkan dalam suatu pemberitaan, serta akan mempengaruhi kearah mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan.
- 2) Pendekatan organisasi (*organisational approaches*). Pendekatan ini melihat bahwa disinilah peran pengelola media dalam proses pembentukan dan produksi berita. Berita merupakan hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi, sehingga segala unsur-unsur yang ada dalam redaksional-lah yang nantinya akan mempengaruhi sebuah berita.
- 3) Pendekatan kulturalis (*culturalist approach*). Pendekatan ini merupakan gabungan dari pendekatan ekonomi politik dan

pendekatan organisasi. Dalam pendekatan ini, proses pembentukan suatu pemberitaan tak hanya dipengaruhi oleh faktor internal media itu sendiri, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal media.

Pemberitaan di media massa tidak bisa dilepaskan dari yang namanya intervensi baik dari internal media maupun dari eksternal media itu sendiri. Faktor internal yaitu berupa kebijakan redaksional, ideologi dari media itu sendiri, ideologi personal para jurnalis atau redaksi, kepentingan politik para pengelola media, relasi media dengan sebuah kekuatan politik tertentu. Sedangkan faktor eksternal, yaitu bisa dari para pemilik modal dan pemilik media yang tidak ikut secara langsung dalam proses pengolahan berita, tekanan pasar pembaca atau pemirsa, sistem politik yang berlaku dan kekuatan-kekuatan luar lainnya (Hamad, 2004: 2-3).

Pada dasarnya segala sesuatu yang ditampilkan atau disajikan oleh media merupakan akumulasi dari pengaruh yang beragam, baik itu dari internal maupun eksternal media. Menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, ada berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan, yakni:

1. Faktor individual. Faktor ini erat kaitannya dengan latar belakang dari personal wartawan atau pengelola media. Level ini melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari

pengelola media dalam mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak.

2. Level rutinitas media (*media routine*). Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan kerja. Bisa dikatakan rutinitas yang dijalani oleh para pekerja media setiap harinya merupakan prosedur standar yang ada dalam media tersebut. Rutinitas ini bisa berupa pembagian tugas peliputan sampai dengan berita tersebut diproduksi, dicetak dan ditampilkan dalam media.
3. Level organisasi. Level ini berhubungan dengan struktur organisasi yang nantinya bisa mempengaruhi pemberitaan. Tidak hanya pengelola media atau wartawan yang didalam organisasi berita saja, tetapi diluar itu semua, karena disini organisasi berita merupakan lingkup yang kecil dari organisasi media itu sendiri. Setiap organisasi berita terdiri dari banyak kepala, sehingga masing-masing mempunyai pandangan yang berbeda, yang dimana elemen-elemen seperti itulah nantinya bisa mempengaruhi proses pembentukan berita serta bagaimana wartawan itu bersikap.
4. Level ekstramedia. Level ini berhubungan dengan lingkungan yang ada diluar media yaitu sumber berita dan sumber penghasilan media. Sumber berita disini dipandang bukan sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa

adanya, melainkan disisi lain mereka juga memiliki kepentingan untuk mempengaruhi opini publik melalui media. Sedangkan sumber penghasilan media, lebih kepada sumber daya yang menghidupi mereka, misalnya saja pemilik media (Shoemaker dan Reese dalam Sudibyo, 2001: 7).

Pada dasarnya ketika media massa ikut terlibat dalam kegiatan politik, tidak semata-mata mencerminkan bahwa media tersebut peduli atau perhatian terhadap berbagai macam kegiatan politik, melainkan disisi lain ada sebuah keterikatan dan suatu kepentingan antara sebuah media dengan kekuatan politik yang diberitakan, baik itu kepentingan ekonomi, politik maupun ideologis (Hamad, 2004: 75).

Terlepas dari apapun itu, pers yang merupakan sumber informasi publik diharapkan mampu memberikan transparansi informasi yang objektif, tidak berpihak dan mengedepankan etika jurnalistiknya. Walaupun sulit untuk membuat sebuah berita yang objektif terhadap semua pihak dan fakta-fakta yang ada, objektifikasi tetap perlu menjadi tolak ukur dalam membuat sebuah berita. Menurut Robert Entman, secara teoritik objektifikasi membatasi wartawan untuk tidak melukiskan realitas menurut kepentingannya sendiri, mencegah kalangan media mempengaruhi pikiran dan politik masyarakat (Entman dalam Sudibyo, 2001: 73).

3. Tajuk Rencana

Tajuk rencana atau yang sering dikenal dengan editorial merupakan suatu bentuk opini atau pandangan media terhadap suatu peristiwa yang diangkat yang terdapat dalam surat kabar. Dulu, tajuk rencana dikenal dengan istilah “Induk Karangan” yang sesungguhnya berasal dari bahasa Belanda “Hoofd artikel” sedangkan dalam bahasa Inggris, tajuk rencana disebut dengan istilah “leader’ (Assegaff, 1985: 63).

Lyle Spencer dalam bukunya yang berjudul *Editorial Writing* memberikan batasan tajuk rencana sebagai pernyataan mengenai fakta dan opini secara singkat, logis, menarik ditinjau dari segi penulisan dan bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, atau memberikan interpretasi terhadap suatu berita yang menonjol sebegituruapa, sehingga bagi kebanyakan pembaca surat kabar akan menyimak pentingnya arti berita yang ditajukan tadi (Assegaff, 1985: 63). Dari pernyataan di atas, maka tajuk rencana disusun berdasarkan opini atau pendapat dari penulis yang tetap harus logis, menarik dan bisa mempengaruhi pendapat pembaca.

Pendapat lain menyebutkan bahwa pada dasarnya tajuk adalah roh bagi sebuah harian atau otomisme dari seluruh konten surat kabar menurut perspektif atau pandangan redaksi media. Melalui tajuk itulah kemudian redaksi mengemukakan pendapat atau opini, pikiran dan kritisme terhadap beragam peristiwa yang dikonstruksi untuk menghasilkan sebuah sudut pandang yang nantinya akan ditampilkan ke tengah publik yang pada prinsipnya tetap berlandaskan pada fakta (Siregar, 2003: 1). Dengan kata

lain, opini atau pandangan yang ditampilkan dalam media merupakan hasil dari kebijakan redaksional yang dianggap mewakili redaksi dan merupakan cerminan sikap media terhadap permasalahan yang terjadi.

Lain halnya dengan berita, tajuk rencana justru berisi ideologi atau pendapat penulis yang mewakili media surat kabar, sehingga tajuk yang ditampilkan pun lebih bersifat kritis. Cara penyampaian pendapat (opini) nya pun dengan menggunakan nada yang beragam. Terkadang terdengar menghakimi, menggurui, menyalahkan, mencela, dan terkadang juga bersifat mendukung, informatif dan menghibur para pembaca.

Oleh karena itu, tajuk rencana biasanya ditulis oleh pemimpin redaksi atau bisa juga oleh wartawan senior yang sudah berpengalaman, berwawasan dan berpandangan luas, serta arif dalam berpandangan, sehingga ketika ia mengeluarkan pendapat atau opini, ia tidak melibatkan perasaan pribadi yang nantinya akan mempengaruhi isi teks tajuk tersebut. Unsur yang paling penting dari pembuat tajuk adalah ia harus mengerti nilai berita, karena nantinya ia harus bisa menjelaskan argumentasinya secara logis terhadap pandangan yang dikeluarkan mengenai penyebab dan akibat suatu peristiwa. Selain itu, ia juga harus bertanggung jawab terhadap pemikiran atau perspektif yang timbul di tengah masyarakat atas tajuk yang ditampilkan. Bisa dikatakan ketika penulis pro atau membela sesuatu, maka ia harus memberikan alasan yang kuat. Begitupun dengan sebaliknya, ketika penulis menyerang terhadap permasalahan yang terjadi, maka ia juga harus bisa memberikan alasan dari penyerangan tersebut

(Barus, 2010: 143). Dengan demikian, penulis yang bertugas menulis tajuk rencana haruslah memiliki kepekaan terhadap situasi sosial di sekitarnya yang bisa dijadikan bahan dalam menulis tajuk rencana.

Tajuk rencana bisa dikatakan sebagai bagian yang penting dalam sebuah surat kabar. Karena dalam hal ini surat kabar, juga memiliki tanggung jawab dalam memerankan diri sebagai penyalur aspirasi dan manifestasi penghargaan atas kebebasan berfikir dan mengemukakan pendapat. Jadi pembaca tidak hanya disesaki dengan berbagai fakta dalam berita, tetapi pembaca juga perlu mengukur dari sisi pendapat umum (*public opinion*) yang berkembang melalui tajuk rencana salah satunya (Barus, 2010: 141).

Dalam penulisan tajuk rencana, para redaktur surat kabar bisa bersikap sebagai berikut (Panuju, 2005: 81):

1. Bersifat *Favorable* ketika media dalam wacana atau teksnya mendukung dan menyetujui terhadap masalah atau isu yang sedang aktual.
2. Bersifat *unfavorable*, ini merupakan kebalikan dari *favorable*. Dimana media menampilkan wacana berupa menentang dan tidak setuju terhadap masalah atau kejadian yang sedang aktual.
3. Bersifat netral, disini media hanya sekedar memberi informasi tentang peristiwa yang sedang bergulir, tanpa memberikan penilaian ataupun penghakiman, tidak juga memberikan sikap dan pandangannya terhadap masalah tersebut.

Singkatnya, editorial atau tajuk rencana merupakan refleksi keberadaan media tersebut hadir di tengah-tengah publik. Melalui tajuk rencanalah kita bisa melihat ideologi serta latar belakang jurnalistik media tersebut. Menurut Gay Talese, pandangan pers sebagaimana yang tampak dalam sajian tajuk rencana merupakan *soul of newspaper a reflection of its inner character and philosophy* (jiwa sebuah surat kabar yang mencerminkan karakteristik *intern* dan falsafahnya) (Talese dalam Panuju, 2005: 80).

Pada tahun 1974, diselenggarakan Konferensi Nasional para penulis tajuk. Isinya menekankan beberapa hal yang harus diperhatikan para penulis tajuk yang bisa dikaitkan dengan bahasa penulisan tajuk, diantaranya terdapat beberapa unsur, yaitu: (1) penulis tajuk harus menyajikan fakta-fakta yang jujur dan tuntas. (2) penulis tajuk harus mengambil kesimpulan obyektif berdasar pada fakta-fakta yang ada, bobot bukti, dan konsep yang valid. (3) penulis tajuk tidak dipengaruhi oleh kepentingan pribadi (Santana K, 2005: 72).

Kemudian dijelaskan beberapa unsur penting dalam tajuk rencana. *Pertama*, yakni fakta. Fakta merupakan unsur utama dalam suatu pemberitaan tak terkecuali tajuk rencana. Fakta menjadi acuan wartawan dalam mengutarakan opini atau pandangan dari media tersebut. Tanpa adanya fakta, maka argumen atau opini yang ditampilkan media dalam teksnya tidak bisa dipertanggungjawabkan, bahkan bisa dikatakan sebagai fitnah belaka. Lalu dampak yang ditimbulkan dari tajuk tersebut bukan

hanya terhadap subjek yang diberitakan, tapi akan berpengaruh terhadap kepercayaan publik dan kredibilitas media itu sendiri.

Kedua, yakni interpretasi. Interpretasi menjadi proses penting lainnya. Menurut Kamus Komunikasi, susunan Onong Effendy, interpretasi disini merupakan keseluruhan dari proses kegiatan yang dilakukan oleh wartawan dari mulai memahami suatu fenomena sampai dengan pemroduksian fenomena tersebut menjadi suatu pesan yang siap untuk dikomunikasikan kepada khalayak. *Ketiga*, yakni opini. Opini merupakan pernyataan-pernyataan terhadap suatu persoalan yang tengah bergulir, dan dari pernyataan-pernyataannya bisa terlihat sikap media tersebut (Suherman dalam Santana K, 2005: 66-67).

Menilik lebih lanjut, sama halnya dengan bagian-bagian informasi yang terdapat dalam surat kabar, tajuk rencana juga memiliki beberapa fungsi. *Pertama*, menjelaskan berita. Dalam hal ini penulis tajuk rencana tidak hanya sekedar menampilkan berita, tetapi lebih kepada menjelaskan berita tersebut kepada khalayak mengenai peristiwa yang sedang bergulir agar bisa dipahami dan dimengerti. Karena disini tajuk rencana merupakan pandangan atau opini dari media tersebut, maka penulis tajuk rencana bebas untuk memberikan opini atau pandangannya, bahkan interpretasinya dalam menjelaskan suatu peristiwa.

Kedua, mengisi latar belakang. Tajuk rencana berfungsi untuk memberikan kaitan suatu berita dengan kenyataan-kenyataan sosial lainnya. Teks tajuk yang ditampilkan juga bisa didukung dengan data-data

tambahan yang bisa menjadi bahan pengetahuan oleh para pembaca mengenai isu-isu terkait yang semula tidak diketahui oleh para pembacanya.

Ketiga, meramalkan masa depan. Penulis tajuk rencana mencoba memberikan ramalan apa yang akan terjadi dan karena itulah kita bisa berjaga-jaga atau memanfaatkan sesuatu di masa depan. Dan yang terakhir adalah meneruskan suatu penilaian moral. Penulis tajuk bisa dikatakan sebagai wakil dari aspirasi masyarakat. Dimana dalam setiap wacananya diharapkan memihak dan memberikan penilaian dan argumentasi atas setiap penilaian yang dikeluarkan dalam melihat suatu peristiwa (Assegaff, 1985: 64-65).

Berdasarkan fungsi-fungsi di atas, maka bisa dilihat tujuan dari media tersebut. Berbagai fungsi dalam tajuk disampaikan melalui materi-materi tertentu. Misalnya saja melalui materi yang berisi informasi dan materi yang memaparkan peristiwa aktual.

Materi tajuk bisa memberikan penjelasan terhadap permasalahan yang sedang bergulir serta membentuk interpretasi tertentu bagi pembaca. Materi tajuk bisa bersifat argumentatif, dimana penulisnya melakukan penganalisaan terlebih dahulu dengan berlandaskan data dan fakta yang akurat, serta kemudian memaparkan jawaban dari pertanyaan “mengapa” dan “apa” akibatnya. Materi tajuk juga bisa membujuk agar berbagai pihak dapat merespon peristiwa yang sedang terjadi, dengan cara persuasif dan agitatif. Materi tajuk bisa memuji yang dianggap sudah berjasa kepada

masyarakat. Selain itu, materi tajuk juga bisa menghibur para pembaca yang ketika itu sedang tertimpa kemalangan, bencana sosial, ataupun penderitaan tertentu. Humor atau lelucon bisa dipakai guna mengajak masyarakat memperhatikan sebuah fenomena sosial yang luput dari wacana publik (Santana K, 2008: 70).

Dalam hal ini, tajuk rencana mempunyai kebebasan dalam menguraikan masalah, sehingga tajuk rencana seperti mutlak harus dimiliki oleh penerbitan pers, khususnya surat kabar dan majalah. Jenis tajuk rencana antara lain (Djuroto, 2004: 78):

1. Meramalkan (*forecasting*). Penulis tajuk rencana ini bisa memasukkan imajinasinya, untuk memprediksi atau meramal kejadian-kejadian yang akan datang berdasarkan informasi yang melatarbelakangi ditulisnya tajuk rencana ini.
2. Memaparkan (*interpreting*). Penulisan tajuk rencana bisa memaparkan kembali berita atau peristiwa yang kurang jelas dalam pemuatan penerbitannya. Disini, penulis tajuk bisa berperan sebagai *guide* untuk menjelaskan suatu pemberitaan.
3. Mengungkapkan (*exploring*). Selain bersandar pada informasi pemberitaan dari penerbitannya, disini penulis juga bisa mengangkat permasalahan yang dihadapi masyarakat sebagai bahan informasi dalam pembuatan tajuk. Dalam hal ini, penulis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap lingkungan sosialnya.

Rizal Mallarangeng membagi tajuk rencana ke dalam tiga model, yakni model jalan tengah (MJT), model angin surga (MAS), dan model anjing penjaga (MAP) (Panuju, 2005: 81). Penjelasannya sebagai berikut:

1. Tajuk MJT, tajuk model lebih terkesan ingin menghindari konfrontasi langsung dengan pihak yang sedang diulas atau dikritisi. Bentuk pemberitaannya cenderung berputar-putar, sehingga mengaburkan pesan yang akan disampaikan.
2. Tajuk MAS, tajuk model ini dibuat dengan tulisan yang didalamnya mengandung imbauan serta harapan.
3. Tajuk MAP. Tajuk model ini kebalikan dari tajuk MJT. Disini penulis dengan lugas, berani, tajam dan kritis terhadap suatu peristiwa, sekalipun kritik itu ditujukan kepada pemangku kekuasaan. Tajuk seperti itulah yang betul-betul menjalankan perannya sebagai media pers sekaligus sebagai lembaga kontrol dan pemberi informasi yang mendidik dan mencerdaskan pembaca.

Berdasarkan perspektif diatas, melalui tajuk rencanalah penulis bisa mengkritik, mempertanyakan, mendukung atau bahkan mencela keputusan yang diambil oleh para penguasa atau pemikiran yang timbul di tengah masyarakat. Karena itu, tidak jarang jika tajuk rencana digunakan sebagai acuan oleh para penguasa dalam mengambil keputusan untuk menentukan langkah apa yang akan diambil dalam menghadapi permasalahan yang ada.

4. Politik Pemberitaan Media Massa

Berbicara tentang politik memang tidak bisa dilepaskan dari media massa. Begitupun dengan media massa itu sendiri yang tidak bisa dilepaskan dari peran komunikasi massa. Menurut Wright, komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) yang menghubungkan antara komunikator dan komunikan yang sangat luas, heterogen, dan bisa menimbulkan efek tertentu (Ardianto, 2005:3). Baik itu dengan menggunakan media cetak maupun media elektronik.

Sedangkan Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr dalam bukunya *Communication theories, Origins, Methods, Uses*, menyatakan bahwa:

“Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder*, atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skript untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk berbuat berbagai hal menjadi lebih baik” (Severin dan Tankard dalam Effendy, 2001: 21).

Disini media menjadi sarana penyebaran pesan-pesan komunikator (penulis, narasumber) kepada komunikan (pembaca, pendengar). Satu hal yang mesti digarisbawahi, yaitu dalam proses komunikasi massa tidak bisa dilepaskan dari peran komponen-komponen berikut, yaitu: *source*

(sumber), *encoder* (komunikator), *signal* (sinyal/tanda), *decoder* (komunikan), *destination* (tujuan).

Walaupun pada dasarnya disini komunikator serta komunikan tidak bisa berkomunikasi secara langsung, tetapi tetap peran antara satu sama lain saling terkait. Dengan kata lain, ketika pesan hanya diproduksi secara terus menerus oleh komunikator tanpa adanya komunikan, maka pesan itu tidak mempunyai tujuan, begitu pun sebaliknya, ketika hanya ada komunikan tanpa ada saluran yang digunakan untuk penyampaian pesan oleh komunikator, maka komunikasi hanya bisa bersifat terbatas, hanya bisa dilakukan dengan jarak yang terjangkau oleh mata saja atau secara langsung.

Setiap kegiatan komunikasi, terlebih komunikasi yang menggunakan media massa secara tidak langsung akan membawa pengaruh terhadap khalayak itu sendiri. Disini khalayak dituntut untuk aktif ketika menerima suatu pesan yang dikirim oleh media. Khalayak juga memiliki peran dalam memilih pesan mana yang akan ia terima, misalnya saja, ketika khalayak menonton televisi dan tidak menyukai terhadap tayangan yang ditampilkan, maka ia memiliki kekuasaan untuk memindahkan atau mematikan *channel* tersebut. Begitupun juga dengan surat kabar, khalayak memiliki kuasa untuk membaca atau tidak berita tersebut, serta khalayak bisa melakukan *feedback* terhadap pemberitaan yang ada.

Seperti yang telah diungkapkan diatas, komunikasi tidak hanya berupa pesan dari sumber ke penerima tetapi juga menciptakan suatu makna yang nantinya realitas tersebut akan dikonstruksi. Disinilah fungsi media massa yang merupakan elemen yang penting dalam politik. Oleh karena itu, media massa menjadi sarana para aktor politik untuk membentuk suatu citra serta berperan dalam setiap penyelenggaraan politik. Media menjadi saluran komunikasi politik.

Dewasa ini, bentuk komunikasi politik yang digunakan oleh para aktor politikpun mengalami perubahan yang signifikan pula. Semulanya para aktor politik dalam menarik perhatian publik hanya melalui kampanye, pawai, dan baliho, tapi kini begitu variasi dengan menggunakan media massa yang berupa iklan maupun melalui pemberitaan-pemberitaan yang dilakukan oleh para pekerja media.

Beragam pemberitaan muncul serta menghiasi media massa saat ini, khususnya surat kabar. Salah satu pemberitaan yang selalu menarik perhatian media massa yaitu peristiwa tentang politik sebagai bahan liputan. Hal itu dikarenakan, dewasa ini partai politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*) yakni media massa, sehingga kehidupan politik tidak bisa dilepaskan dari media massa. Disini terjadi hubungan timbal balik antara para aktor politik dengan media massa. Para aktor politik senantiasa menarik perhatian media massa agar aktivitas politiknya bisa diliput, begitupun sebaliknya para aktor politik tersebut merupakan sumber berita yang layak oleh media massa (Hamad, 2004: 1).

Liputan politik dianggap mampu membentuk opini publik, apalagi kehidupan politik sering digulirkan oleh pekerja media ke tengah masyarakat melalui pemberitaan-pemberitaan dan perkembangannya pun selalu menjadi perhatian publik. Dengan kata lain, ketika media mengkonstruksi realitas politik, maka itupun yang akan berkembang ditengah masyarakat. Karena disini media merupakan sumber informasi masyarakat. Terlebih ketika media melakukan suatu penekanan terhadap teks beritanya, maka disanalah akan tercipta opini publik.

Prinsipnya, ketika konstruksi sosial atas realitas di media massa, tidak bisa dilepaskan dari yang namanya bahasa. Karena konstruksi realitas itu merupakan upaya untuk menceritakan (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan suatu realitas. Oleh karena itu, bahasa merupakan unsur utama dalam proses konstruksi realitas. Bahasa kini tak hanya digunakan sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bisa menentukan gambaran mengenai suatu realitas-realitas media yang nantinya akan muncul di benak khalayak (Hamad, 2004: 12).

Dengan demikian, bahasa merupakan nyawa kehidupan media massa. Hanya melalui bahasalah, para pelaku media bisa menghadirkan berbagai macam pemberitaan kepada khalayak. Dengan menggunakan bahasa pulalah, media massa bisa menggambarkan beragam realitas ke dalam benak masyarakat. Terdapat tiga tindakan yang bisa dilakukan

pekerja media dalam melakukan konstruksi realitas, termasuk realitas politik yang berujung pada pembentukan citra sebuah kekuatan politik, yakni: pemilihan simbol (fungsi bahasa), pemilihan fakta yang disajikan (strategi framing), dan kesediaan memberi tempat (agenda setting) (Hamad, 2004: 16):

- 1) Dalam pemilihan kata (simbol) politik. Walaupun media massa hanya bersifat melaporkan, tapi ketika kita berbicara tentang politik dalam setiap pemberitaannya pasti terdapat simbol atau lambang politik. Dimana melalui simbol-simbol itulah yang nantinya para komunikator akan bertukar makna-makna dan citra-citra tertentu. Apapun simbol yang dipilih akan mempengaruhi makna yang dipilih.
- 2) Melakukan pembingkaihan (*framing*) peristiwa politik. Peristiwa yang panjang, lebar dan rumit dicoba untuk disederhanakan melalui mekanisme pembingkaihan (*framing*) fakta-fakta dalam bentuk berita terlebih suatu peristiwa tidak mungkin ditampilkan secara utuh dalam media massa, sehingga diproses sedemikian rupa hingga berita tersebut layak untuk terbit atau layak tayang. *Framing* berkaitan dengan bagaimana realitas dibingkai dan disajikan kepada khalayak. *Framing* menentukan bagaimana peristiwa didefinisikan dan juga menentukan apakah peristiwa dianggap sebagai masalah sosial atau tidak.

Karena itu, *framing* selalu berhubungan dengan pendapat umum (Eriyanto, 2005: 145).

- 3) Menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa politik (fungsi *agenda setting*). Dalam teori ini, media massa dipandang memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi publik. Apa saja yang disajikan oleh media, itu pula yang akan diingat oleh mereka. Apa yang dianggap penting oleh media, maka dianggap penting pula oleh publik.

Media massa jelas memainkan peranan yang sangat penting dalam produksi berita dan konstruksi realitas simbolik dalam ruang publik terutama dalam ranah politik. Media bisa berfungsi sebagai jaringan komunikasi untuk pembentukan dan perkembangan wacana dalam ruang publik (Ibrahim, 2011: 90).

5. Wacana

Istilah wacana sekarang ini lebih dikenal sebagai terjemahan dari perkataan bahasa Inggris yaitu *discourse*. Kata *discourse* berasal dari bahasa latin yaitu *discursus* yang berarti lari kian kemari. Alex Sobur dan Webster pun mendefinisikan mengenai wacana tersebut, yaitu: (Sobur, 2009: 9)

1. Komunikasi pikiran dengan kata-kata, ekspresi ide-ide atau gagasan-gagasan, konversasi atau percakapan.
2. Komunikasi secara umum, terutama sebagai suatu subjek studi atau pokok telaah.
3. Risalat tulis, disertai formal, kuliah, ceramah, khotbah (Webster dalam Sobur, 2009: 10).

Merujuk pada perspektif diatas, wacana juga bisa dikatakan sebagai satuan bahasa yang digunakan dalam komunikasi, baik yang bersifat verbal dan nonverbal maupun berupa tulisan atau lisan. Menurut Tarigan, wacana adalah satuan bahasa terlengkap dan tertinggi yang berada diatas kalimat atau klausa yang didukung oleh koherensi dan kohesi yang berkesinambungan yang mempunyai awal dan akhir yang nyata, serta disampaikan secara lisan atau tulisan (Tarigan dalam Wijana, 2009: 67).

Lebih lanjut dijelaskan wacana adalah rentetan kalimat yang saling berkaitan satu sama lain, yang meghubungkan yang satu dengan yang lainnya dalam kesatuan makna. Sehingga dapat ditarik kesimpulan, bahwa pada dasarnya wacana dan bahasa saling terkait satu sama lain dan merupakan satu kesatuan yang nantinya akan membentuk suatu makna.

Berbicara mengenai bahasa dalam analisis wacana, maka tidak bisa dipisahkan dari berbagai pandangan. Mohammad A.S. Hikam mengungkapkan ada tiga pandangan mengenai bahasa, yaitu *Pertama* pandangan positivisme-empiris. Disini, bahasa dianggap sebagai jembatan antara manusia dengan objek yang ada diluar dirinya dan menganggap tidak adanya keterkaitan antara pemikiran dan realitas.

Kedua, pandangan konstruktivisme. Kaum ini menganggap subjek dan objek bahasa tidak bisa dilepaskan, dimana dalam hal ini subjek memiliki kontrol terhadap maksud dari setiap wacana yang ditampilkan. Dalam surat kabar Kompas proses pengkonstruksian suatu realitas melalui produksi yang panjang sebelum isu ditampilkan. Dimana wacana yang

ditampilkan memiliki pesan dan makna tersendiri yang ingin disampaikan kepada khalayak. Maka dari itu, Kompas menggunakan bahasa sebagai alat agar pesan, makna dan tujuannya bisa dipahami oleh pembaca. Selain itu, Kompas juga memiliki kontrol terhadap maksud dari setiap wacana untuk mengarahkan para pembacanya terhadap pandangan, opini, dan sikap tertentu.

Ketiga, pandangan kritis. Dalam hal ini individu bukan merupakan subjek yang netral, dimana ada kekuatan diluar dirinya yang nantinya akan mempengaruhi individu tersebut dalam berfikir. Bahasa berperan dalam membentuk subjek dan wacana tertentu (Eriyanto, 2006: 4-6).

Berdasarkan perspektif diatas, bahasa merupakan bagian terpenting dalam suatu wacana, baik wacana tulis maupun lisan. Melalui bahasalah kita bisa mengetahui maksud dari teks tersebut. Terutama bahasa dalam teks di media cetak yang terlihat secara jelas dan gamblang, sehingga melalui kata-kata yang disusun menjadi kalimat kita bisa mengetahui makna dan maksud didalam teks.

Disisi lain, Foucault juga mengungkapkan pandangannya mengenai wacana. Menurut Foucault, wacana disini dipahami bukan merupakan serangkaian kata atau kalimat ataupun teks, tetapi lebih kepada sesuatu yang memproduksi yang lain (gagasan, konsep atau efek). Wacana dibentuk dalam suatu konteks berdasarkan ide, opini, konsep serta pandangan hidup, yang nantinya akan mempengaruhi cara berfikir dan bertindak (Foucault dalam Eriyanto, 2006: 65).

Foucault juga menambahkan bahwa dalam pemroduksian suatu wacana juga terdapat pengaruh pengetahuan dan kekuasaan. Kekuasaan disini bukan berarti kepemilikan, tetapi lebih kepada pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, dimana pengetahuan tersebut bisa membuat seseorang memiliki kuasa. Wacana tersebut kemudian menghasilkan suatu kebenaran, dimana kebenaran tersebut bukan lahir secara alamiah tapi sesuatu yang diproduksi yang nantinya akan menggiring publik untuk mengikuti kebenaran yang telah ditetapkan (Foucault dalam Eriyanto, 2006: 67).

Seperti yang telah diungkapkan diatas, beberapa ahli mendefinisikan teori mengenai wacana. Secara singkat dan sederhana, teori wacana mencoba menjelaskan terjadinya sebuah peristiwa seperti terbentuknya sebuah kalimat atau pernyataan. Oleh karena itulah, ia dinamakan analisis wacana (Heryanto dalam Sobur, 2009: 46).

Lebih lanjut, Syamsuddin menjelaskan dari segi analisisnya, ciri dan sifat wacana sebagai berikut. *Pertama*, analisis wacana membahas kaidah memakai bahasa di dalam masyarakat. *Kedua*, analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks dan situasi. *Ketiga*, analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui interpretasi semantik. *Keempat*, analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dalam tindak berbahasa. *Kelima*, analisis wacana diarahkan kepada masalah memakai bahasa secara fungsional (Syamsuddin dalam Sobur, 2009: 49-50).

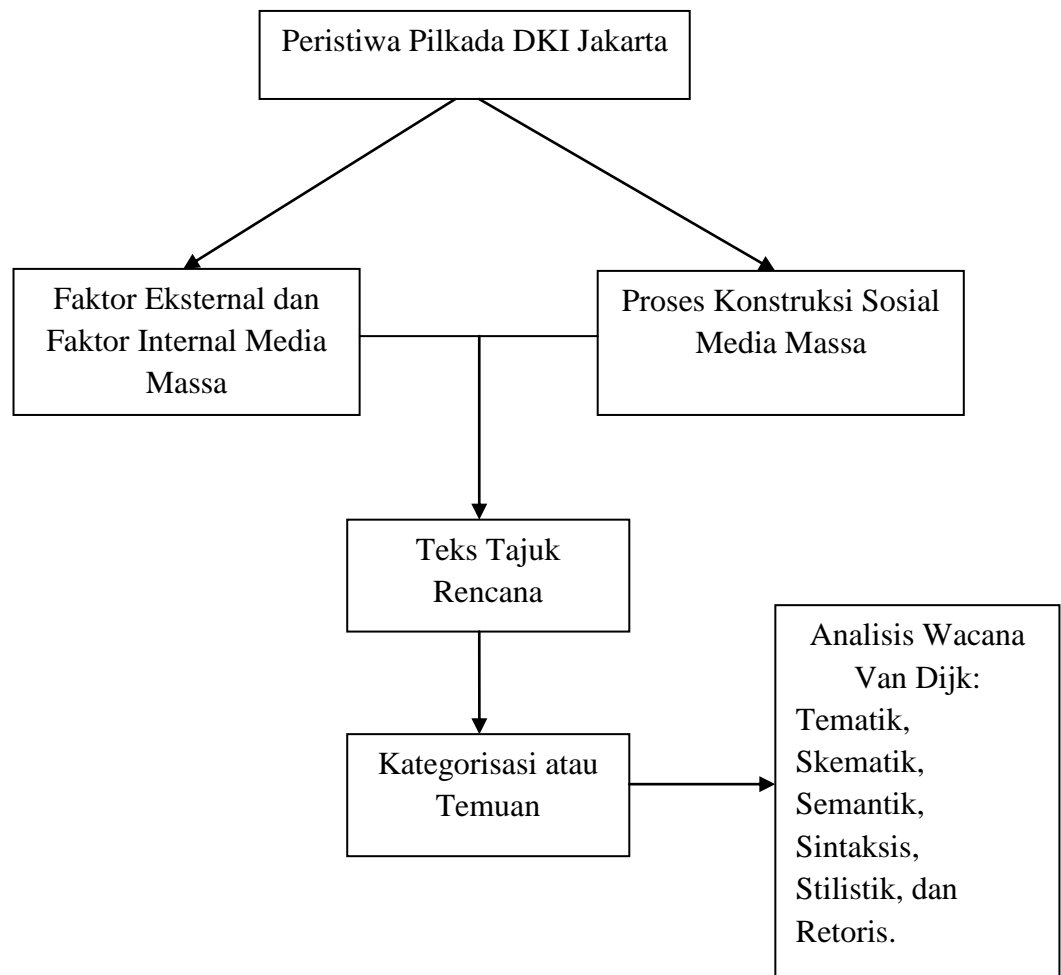
Penelitian ini menggunakan analisis wacana Van Dijk. Dalam ranah analisisnya Van Dijk menggunakan model pendekatan yang disebut dengan kognisi sosial yang diambil dari pendekatan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks merupakan hasil dari proses produksi, melainkan harus juga dilihat bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita bisa mendapat pengetahuan bagaimana dan kenapa teks tersebut bisa ditampilkan seperti itu (Dijk dalam Eriyanto, 2006: 221). Meskipun demikian, dalam penelitian level teks saja, penulis sudah bisa mendapatkan hasil dari tujuan diadakannya penelitian ini.

Van Dijk melihat suatu wacana terdiri atas berbagai struktur atau tingkatan, dimana masing-masing tingkatan saling mendukung satu sama lain (Dijk dalam Sobur, 2009: 73) yaitu:

1. Struktur makro merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami ketika hanya melihat topik atau teks tersebut. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
2. Superstruktur merupakan kerangka suatu teks, bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
3. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai.

Berdasarkan struktur di atas, penggunaan suatu kata, kalimat, proposisi, dan retorika tertentu merupakan bagian dari strategi wartawan. Dimana itu semua dipandang sebagai politik komunikasi semata dan merupakan suatu cara dalam mempengaruhi pendapat umum. Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seseorang menyampaikan suatu pesan.

F. Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berusaha mengungkap fakta suatu kejadian atau objek tanpa adanya pengujian terhadap data dan hipotesa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, ataupun membuat prediksi, melainkan hanya menggambarkan atau memaparkan suatu kejadian atau peristiwa yang terjadi (Rakhmat, 1993: 24).

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi analisis wacana. Analisis wacana sebagai suatu upaya untuk mengungkapkan maksud atau makna yang tersembunyi dari sebuah pernyataan yang diungkapkan oleh sang subjek.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah tajuk rencana tentang pemilihan kepala daerah (Pilkada) DKI Jakarta dalam surat kabar Kompas pada rentang waktu bulan Mei – Juli 2012.

Wacana tajuk rencana dipilih karena bagian ini merupakan kritisi dari media tersebut yang diangkat dari fenomena yang ada, yang lebih bersifat lugas dan tegas. Disini dapat terlihat bagaimana sikap media dalam menyikapi suatu permasalahan yang sedang bergulir di Indonesia. Pemberitaan mengenai pemilihan gubernur DKI Jakarta merupakan fenomena yang hanya muncul 5 tahun sekali sehingga pembahasannya pun akan terus bergulir dan publik selalu memantau setiap perkembangannya.

Periode waktu tersebut dipilih karena pada rentang waktu bulan Mei – Juli 2012 merupakan bulan dimana proses pemilihan gubernur DKI Jakarta bergulir yang terdiri dari 3 (tiga) tahapan yakni pra pilkada, saat pilkada, dan pasca pilkada. Dari mulai pendaftaran parpol, verifikasi terhadap parpol oleh KPU, pendataan para pemilih, kampanye para cagub dan cawagub, pemungutan suara putaran pertama, sampai dengan setelah hasil pemungutan suara.

Dalam Harian Kompas, penulis mendapatkan 8 judul tajuk rencana mengenai Pilgub DKI Jakarta yang akan diteliti, yakni:

Tabel 1
Tajuk Rencana Harian Kompas

No	Edisi	Judul
1.	14 Mei 2012	Mencari Pemimpin Jakarta
2.	22 Mei 2012	Protes Daftar Pemilih
3.	25 Juni 2012	Berharap Kampanye Damai
4.	26 Juni 2012	Pasar Gelap Politik Uang
5.	10 Juli 2012	Kredibilitas Pilkada Jakarta
6.	12 Juli 2012	Warga Jakarta Telah Bicara
7.	14 Juli 2012	Kedewasaan Politik Jakarta
8.	19 Juli 2012	Problematika DPT Jakarta

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara dokumentasi. Menurut Sugiyono, dokumen bisa berbentuk tulisan (misalnya catatan

harian, cerita, peraturan, biografi, dan sebagainya), gambar (misalnya foto, sketsa, dan sebagainya) atau karya-karya monumental dari seseorang (misalnya film, patung, dan sebagainya) (Sugiyono, 2009: 240).

Dilihat dari sumbernya, data terbagi menjadi dua, yakni data primer (utama) dan data sekunder (tambahan). Sumber data utama dalam penelitian ini adalah tajuk rencana terbitan surat kabar harian Kompas periode bulan Mei – Juli 2012 yang memuat pemberitaan mengenai pemilihan kepala daerah (Pilkada) DKI Jakarta tahun 2012. Sedangkan data tambahan yang digunakan untuk menunjang penelitian ini diperoleh dari buku-buku literatur, surat kabar, jurnal, skripsi, makalah dan website.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan aplikasi dari model penelitian Van Dijk. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya berdasarkan analisis teks semata saja, karena disini teks hanya bagian dari suatu praktik produksi yang juga harus diamati. Disini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita bisa mengetahui bagaimana suatu teks dibentuk (Eriyanto, 2006: 221). Oleh karena itu, penulis memilih model ini sebagai pisau analisis. Selain itu, model ini juga memiliki struktur teks yang lengkap dibandingkan dengan model lainnya. Sehingga diharapkan penggunaan model ini bisa membongkar makna yang terkandung dalam suatu wacana atau teks.

Model ini membagi teks menjadi tiga tingkatan, dimana tingkatan masing-masing saling mendukung. Ketiga struktur tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

Struktur Makro Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks
Superstruktur Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup dan kesimpulan.
Struktur Mikro Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

Tabel 2

Aplikasi Analisis Wacana Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik Tema/topik yang dikedepankan dalam suatu berita	Topik
Superstruktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	Skema
Struktur Mikro	Semantik Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita.	Latar, detil, maksud, praanggapan, nominalisasi.
Struktur Mikro	Sintaksis Bagaimana kalimat (bentuk susunan) yang dipilih.	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur Mikro	Stilistik Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikan
Struktur Mikro	Retoris Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, metafora, ekspresi

Sumber: Eriyanto dalam Sobur (2009, 74-81)

a. Tematik

Tematik menunjuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga dikatakan sebagai gagasan inti, ringkasan, atau bagian utama dari suatu teks. Tema dikatakan juga sebagai topik. Topik menunjukkan informasi yang penting yang ingin disampaikan oleh komunikator. Topik disini dipahami sebagai mental wartawan, sehingga lantas semua elemen dalam berita mengacu dan mendukung topik dalam berita.

b. Skematik

Struktur skematis atau superstruktur menggambarkan bentuk umum dari suatu teks. Bisa dikatakan skematik merupakan strategi dari komunikator untuk mendukung makna umum dengan memberikan sejumlah alasan pendukung. Dalam konteks penyajian berita, meskipun mempunyai bentuk dan skema yang beragam, berita umumnya secara hipotetik mempunyai dua kategori skema. Pertama, *summary* yang ditandai dengan dua elemen yakni judul dan *lead* (teras berita). Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan.

c. Semantik

Semantik merupakan makna lokal (*local meaning*), yakni makna yang muncul dari hubungan antar kalimat, hubungan antar proposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks.

Strategi semantik dapat diterapkan melalui beberapa bentuk, yaitu:

- 1) Latar merupakan elemen wacana yang dapat jadi alasan pembenar terhadap gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Latar peristiwa digunakan untuk menyediakan latar belakang hendak kemana makna suatu teks dibawa.
- 2) detail ini berhubungan dengan kontrol yang dilakukan oleh komunikator.
- 3) maksud lebih melihat kearah apakah teks tersebut disampaikan secara eksplisit atau tidak, dan apakah fakta disajikan secara telanjang atau tidak.
- 4) Pengandaian (*presupposition*) digunakan untuk mendukung makna suatu teks, dimana pernyataan-pernyataannya bisa dipercayai dan tidak perlu dipertanyakan
- 5) Nominalisasi

d. Sintaksis

Pemakaian kata ganti, aturan tata kata, pemakaian kalimat, dll yang nantinya akan mempengaruhi makna dari suatu teks.

Strategi sintaksis dapat diterapkan dalam beberapa bentuk, yaitu:

- 1) Koherensi adalah pengaturan secara rapi kenyataan dan gagasan, fakta dan ide menjadi suatu uraian yang logis sehingga mudah memahami pesan yang dikandungnya.

- 2) Bentuk kalimat menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat
- 3) kata ganti merupakan alat yang digunakan komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana.

e. Stilistik

Stilistika adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang komunikator untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana.

f. Retoris

Retoris merupakan gaya yang digunakan komunikator ketika sedang berbicara atau menulis dengan pemakaian kata yang berlebihan (hiperbola) atau bertele-tele.