

NASKAH PUBLIKASI

PEMBERITAAN MENGENAI SIKAP SBY

TERKAIT KASUS SIMULASI SIM

(Studi *Framing* Pada Situs Berita Okezone.com dan Vivanews.com)



Disusun oleh :

ZENA MAHADMA
L100090006

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2013



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura. Telp (0271) 717417, 719483 Fax 715448 Surakarta 57102

Surat persetujuan artikel publikasi ilmiah
Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir:

Nama : Agus Triyono, S.Sos, M.Si

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa:

Nama : Moch. Irsyad Mahlafi

NIM : L100090055

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Rekonsiliasi Keraton Dalam Konstruksi Media (Studi Analisis Framing Pada Kasus Rekonsiliasi Keraton Kasunanan Surakarta Dalam Surat Kabar Solopos Edisi Bulan Mei – Juni 2012)

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya

Pembimbing

Drs. Joko Sutarso, M. Si

PENELITIAN

yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

**PEMBERITAAN MENGENAI SIKAP SBY
TERKAIT KASUS SIMULASI SIM
(Studi *Framing* Pada Situs Berita Okezone.com dan Vivanews.com)**

Oleh:

Zena Mahadma

Progdi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: zena.mahadma@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kasus simulasi SIM yang melibatkan KPK-Polri dan menyeret nama SBY. Media memberitakan sikap SBY terkait konflik KPK-Polri berdasarkan kepentingan masing-masing. Okezone.com dan vivanews.com merupakan media *online* yang dimiliki oleh dua tokoh politik di Indonesia. Disini peneliti ingin mengetahui bagaimana pembedaan dari kedua media tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode analisa *framing* model Robert N Entman. Data diambil dari laporan okezone.com dan vivanews.com mengenai sikap SBY terkait kasus simulasi SIM dari tanggal 06 Oktober 2012 s/d 10 Oktober 2012. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *framing* dari okezone.com dan vivanews.com berbeda. Okezone.com mengkonstruksikan bahwa sikap inkonsisten dari SBY hanyalah *intrik* politik pencitraan. Sehingga laporan okezone.com cenderung menyudutkan SBY. Gambaran sikap SBY pada laporan okezone.com didukung oleh beberapa ahli politik. Sedangkan vivanews.com mempunyai pembedaan bahwa SBY menunjukkan kesigapannya sebagai presiden dalam menangani konflik KPK-Polri. Selain itu pidato SBY juga sangat tegas. Sehingga vivanews.com memberikan laporan yang cenderung mendukung SBY.

Kata kunci : sikap SBY, *framing*, okezone.com, vivanews.com

Pendahuluan

Kasus simulasi SIM yang berujung timbulnya konflik KPK-Polri menyeret nama SBY. Kopol Novel Baswedan yang merupakan anggota dari penyidik KPK menemukan adanya indikasi bahwa beberapa petinggi Polri terlibat dalam menggelapkan dana kasus simulasi SIM. Namun alih-alih ingin memberantas korupsi, Kopol Novel Baswedan malah digrebek oleh kepolisian dengan alasan bahwa dia sebagai tersangka kasus yang terjadi 4 (empat) tahun yang lalu.

Dari penggrebegan inilah dimulainya konflik KPK-Polri. Dipihak KPK ingin mempertahankan Kopol Novel sebagai penyidik dalam kasus simulasi SIM. Namun pihak Polri ingin menuntaskan kasus Kopol Novel yang sudah terjadi beberapa tahun yang lalu. Selain itu Polri juga ingin mengambil alih penyelesaian kasus simulasi SIM tersebut. Sehingga KPK-Polri seperti memperebutkan

kewenangan untuk menyelesaikan kasus ini.

Berbagai pemberitaan mempermasalahkan tentang SBY yang tak kunjung menyelesaikan konflik dua lembaga hukum Indonesia tersebut. Informasi (berita) yang disampaikan media tidaklah sama antara media satu dengan yang lainnya. Hal ini dikarenakan setiap media mempunyai sudut pandang dan kepentingan yang berbeda-beda.

Okezone.com dan vivanews.com adalah dua portal yang sudah cukup lama *eksis* memberikan informasi kepada publik, terutama masyarakat Indonesia. Kedua portal ini dilatarbelakangi kepemilikan yang berbeda. Okezone.com masuk dalam anggota MNC Group yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo yang bergabung dengan partai Nasdem milik Surya Paloh. Sedangkan vivanews.com adalah bagian dari VIVA Group yang dimiliki oleh Aburizal Bakrie. Dia

merupakan Ketua Umum Partai Golkar sekaligus lawan politik dari Surya Paloh.

Dari perbedaan kepemilikan inilah peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana *frame* yang ditampilkan oleh kedua media ini. Berita yang ditampilkan oleh media sudah melalui proses penyelesaian sesuai dengan kepentingan masing-masing media. (Eriyanto, 2005:185-187)

Kepentingan media berbeda-beda, ada yang untuk kepentingan bisnis, politik atau hanya karena ingin memberikan informasi kepada publik. Karena perbedaan kepentingan inilah maka setiap pemberitaan yang dipublikasikan media akan berbeda-beda pula. Maka akan disajikan berita dari berbagai macam sudut pandang. Hal ini akibat dari adanya konglomerasi media. (Swarnawati, 2012)

Kekuatan media bukan hanya sebagai *civil society*. Namun juga mempunyai kekuatan politik. Media dapat membentuk hegemoni masyarakat. Praktek ini dapat terlihat pada media yang mengkhususkan program berita sebagai

sajian utama. Pemilik media yang sedang berkecimpung dalam dunia politik dapat tampil di media kapan pun yang dia mau sebagai seorang pahlwan. Namun media akan mencerca habis-habisan lawan politiknya. (Ida & Subiakto, 2012:109)

Hakikat media massa sebenarnya adalah menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan dan mempengaruhi. Namun kini para penguasa media memanfaatkan media sebagai kendaraan politik. Yang bisa menarik simpati dari publik. Dengan adanya konglomerasi media seperti ini maka pemberitaan dalam dunia politik tidak akan berimbang.

Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi massa

Dalam kehidupan ini komunikasi terbagi dalam beberapa level. Salah satunya adalah komunikasi massa. John R Bitner memberikan sebuah pernyataan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang membutuhkan *gatekeeper* yang berfungsi sebagai

penghubung untuk menyampaikan informasi dari satu individu ke individu lainnya melalui media massa. (Nurudin, 2009:3-4)

Dalam komunikasi massa dibutuhkan media massa. Hal ini bersifat wajib karena tanpa media massa tidak akan bisa dikatakan komunikasi massa. Media massa dan komunikasi massa adalah dua hal yang tidak terpisahkan. Keduanya saling berhubungan satu sama lain. semua yang ditayangkan oleh media massa adalah komunikasi massa. Jadi komunikasi massa dan media massa tidak dapat berdiri sendiri. Tanpa media massa komunikasi massa tidak akan pernah ada begitupun sebaliknya.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan melalui media massa, baik itu media cetak maupun media elektronik. (Nurudin, 2009:3-4)

Media tidak dapat berdiri hanya dengan satu komponen saja. Karena dalam sebuah media terdapat individu-individu yang bertugas sesuai dengan bagiannya. Jika

individu-individu tersebut tidak ada maka proses penyampaian pesan tidak akan pernah terjadi. (Nurudin, 2009:6-7)

2. Media massa sebagai alat kekuasaan

Media massa sendiri mempunyai definisi sebagai seperangkat alat yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan. Jadi media massa merupakan faktor yang harus ada di dalam komunikasi massa. (Cangara, 2006:134)

Dengan adanya media massa maka akan muncul pula apa yang dinamakan konglomerasi media. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana media melihat suatu peristiwa untuk dipublikasikan. Pada akhirnya setiap media mempunyai *frame* yang berbeda.

Informasi yang diberikan media, sarat akan makna tersembunyi yang coba untuk disampaikan kepada khalayak. Pemilihan teks, gambar, caption dan pertanyaan wawancara membatasi tentang apa yang

akan disampaikan oleh media. Pada akhirnya media merupakan alat kekuasaan yang mampu membentuk pola pikir masyarakat dengan cara menyajikan informasi yang telah diseleksi sesuai dengan kepentingan pemilik media. (Davis & Walton, 2010:306-308)

Dalam media massa ada kepentingan lain yang ingin disampaikan . baik kepentingan bisnis ataupun kepentingan politik. Media massa memberikan berbagai pilihan kepada khalayak. Namun semua pilihan tersebut telah ditentukan oleh penguasas media. Bukan hanya ditentukan karena kepentingan bisnis. Namun dalam hal politik, media telah berperan dalam mempengaruhi pilihan publik. Lihat saja dalam bebrapa media.

Dilihat dari pemiliknya maka suatu media akan menghilangkan fakta yang dapat menghancurkan citra pemiliknya namun fakta-fakta yang mendukung sang *bos* akan ditonjolkan. Sebaliknya fakta-fakta yang menjatuhkan lawan politinya akan ditampilkan secara terus menerus.

Kekuatan media sangat berpengaruh dalam dunia politik. Terlebih jika pemilik media tersebut terjun dalam dunia politik. Tokoh politik yang dekat dengan penguasa media tidak akan mendapat pemberitaan yang menjatuhkan pada media tersebut. Namun tokoh politik yang terlibat masalah dengan sebuah media, dalam sekejap citranya akan jatuh. Media bukanlah hal yang dapat disepelekan. Kemampuan media untuk mempengaruhi khalayak sangat kuat. Dengan mudah media akan membentuk pola pikir masyarakat dengan menonjolkan fakta-fakta tertentu dan menghilangkan fakta yang lain.

3. Jurnalistik dalam *New media*

Seiring perkembangan zaman, media massapun ikut berkembang. Saat ini ada yang dinamakan dengan *new media* atau lebih dikenal dengan internet. Dengan internet kita semakin mudah untuk mendapatkan informasi. *New media* adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau

jaringan teknologi informasi di akhir abad 20. (Flew, 2008:16)

Meskipun terbilang baru namun perkembangan dari *new media* dapat dikatakan spektakuler. Dalam beberapa tahun saja media ini sudah berkembang sangat maju. Dengan memberikan fasilitas yang dianggap mempermudah konsumen maka dalam sekejap penikmat media ini sangat besar. Hampir semua orang di dunia ini memanfaatkan *new media*. Beberapa orang dapat dikatakan tidak bisa hidup tanpa internet.

Internet bukan dimanfaatkan sebagai hiburan semata. Berbagai informasi dan berita dapat diakses dengan mudah. Informasi yang disediakan di dalam internet sangat beragam. Bahkan bisa dikatakan, internet menyediakan semua informasi yang dibutuhkan khalayak.

Salah satu keunggulan *new media* adalah mampu memberikan informasi secara cepat dibandingkan dengan media konvensional. Selain itu informasi yang disajikan juga selalu *up to date*. Sehingga

khalayak tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan informasi terbaru tentang suatu peristiwa. Internet juga dapat melakukan perbaikan secara cepat jika terjadi kesalahan pada informasi yang telah ditayangkan. Keunggulan lainnya dari internet ini adalah dimanapun kita dapat mengaksesnya. Kita dapat mengakses internet tanpa harus dirumah, di kantor ataupun ditempat yang ditentukan. Dengan menggunakan fasilitas dari teknologi *gadget* yang semakin canggih, kita dapat mengakses internet dimana pun kita mau. Internet tidak terbatas dimensi waktu dan tempat. (Suryawati, 2011:113)

Didalam *new media* juga terdapat jurnalisme *online* atau yang sering kita sebut portal berita. Jurnalisme *online* merupakan kegiatan jurnalisme yang menggunakan media *on line*. *New media* membawa perubahan yang besar dalam kehidupan. (Fenton, 2010:122-123)

Secara umum *online* dapat diartikan informasi yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun selama tersedia jaringan

internet. Oleh karena itu wartawan dapat memberikan laporannya kepada publik melalui media *online* dengan cepat tanpa harus menuju kantor dahulu. Dengan ada unsur *online* inilah yang menjadi kelebihan *new media*. Unsur ini tidak ada pada media lainnya.

Dengan menggunakan media *online*, wartawan yang memberikan laporan tersebut mendapatkan *feedback* secara langsung dari khalayak. Sehingga dapat dilakukan perbaikan pada laporan tersebut. Hal itulah yang membedakan jurnalistik yang menggunakan media *online* dengan media konvensional. Pada media konvensional wartawan tidak bisa mendapatkan *feedback* secara langsung. Ini dikarenakan media konvensional sifatnya satu arah saja. Sehingga butuh waktu yang relatif lama untuk mendapatkan *feedback* dari khalayak. (Suryawati, 2011: 113-115)

Namun disisi lain, tingkat kepercayaan dari jurnalistik *online* lebih rendah dibanding media konvensional. Hal ini dikarenakan informasi pada media *online*

dengan mudahnya hilang kemudian muncul informasi baru yang sudah mengalami perbaikan.

4. Framing dalam sebuah berita

Banyak publik mengira bahwa suatu berita yang ada di media merupakan sebuah tulisan yang menggambarkan tentang peristiwa yang sebenarnya. Semua yang ada dalam berita merupakan suatu kebenaran yang sebenar-benarnya. Namun sebenarnya berita tidak bisa dikatakan demikian. Karena faktanya, sebuah teks berita merupakan konstruksi dari sebuah relitas. Maka dalam satu peristiwa dapat dikonstruksikan berbeda antara media satu dengan yang lainnya.

Teks berita yang ditayangkan di media merupakan konstruksi realitas yang dipandang melalui sudut pandang wartawan yang menulis berita. Sebuah berita yang merupakan konstruksi sosial ini bukan merupakan fakta suatu peristiwa yang *riil*. Suatu peristiwa tidak ditulis seperti apa yang terlihat pada suatu

peristiwa. Namun ada penghilangan fakta-fakta tertentu dan disisi lain fakta tertentu lebih ditonjolkan. Demikian juga halnya yang terjadi pada sebuah wawancara. Wartawan yang mewawancarai narasumber akan memberikan pertanyaan sesuai dengan apa yang menjadi sudut pandang wartawan tersebut. (Eriyanto, 2005:17-18)

Framing adalah cara wartawan melakukan pendekatan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui bagaimana cara pandang atau perspektif guna menyeleksi fakta apa saja yang akan ditonjolkan dan dihilangkan dalam sebuah berita. (Sobur, 2001:162).

Framing adalah pembingkaiian yang memilih beberapa aspek realitas untuk membentuk perspektif dan menonjolkannya dalam sebuah berita untuk tujuan tertentu, hal ini menggunakan cara *problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation*. (Reese, 2001:10)

Robert N. Entman dalam buku yang ditulis Eriyanto (2005), mengemukakan bahwa Framing digunakan untuk menggambarkan suatu relitas melalui proses seleksi yang menonjolkan aspek tertentu. Penonjolan tersebut bisa beragam seperti menempatkan satu informasi lebih menonjol dibanding dengan informasi lainnya. Mengulang informasi yang dianggap penting oleh media dan dihubungkan dengan aspek kebudayaan yang telah akrab ditelinga audience.

Entman memandang Framing dari dua dimensi besar yaitu “seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari relitas” (Eriyanto, 2005:186)

Ada empat perangkat *framing* yang dikemukakan oleh Entman. *Define problems* (pendefinisian masalah), elemen ini menggunakan bingkai yang paling utama dan menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. *Diagnose causes* (memperkirakan sumber masalah), dalam elemen ini meletakkan pembingkaiian mengenai siapa yang

dianggap sebagai aktor dari suatu masalah. *Make moral judgement* (membuat pilihan moral), merupakan elemen framing yang digunakan untuk memberikan argument tentang pendefinisian masalah yang sudah dibuat.. Dan elemen yang terakhir adalah *Treatment moral judgement* (membuat pilihan moral), elemen ini dipakai untuk memberikan penilaian terhadap apa yang dikehendaki oleh wartawan. Solusi apa yang dipakai untuk menyelesaikan suatu masalah. (Eriyanto, 2005: 188-192).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis *framing*. *Framing* adalah cara wartawan/media melihat suatu kejadian. Yaitu dengan menganalisis berita mengenai sikap SBY yang diposting oleh okezone.com dan vivanews.com.

Analisis *framing* yang digunakan merupakan pendekatan dari Robert N Entman. Entman melihat suatu berita dari dua dimensi besar yaitu, seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu. Kemudian

dianalisis dengan menggunakan perangkat *framing* dari Entman. Ada empat perangkat *framing* tersebut ialah, *Define problems* (pendefinisian masalah), *Diagnose causes* (memperkirakan sumber masalah), *Make moral judgement* (membuat pilihan moral), *Treatment moral judgement* (membuat pilihan moral).

Hasil Penelitian

Dalam pencarian data, peneliti mendapatkan 59 (lima puluh sembilan) berita. Dengan rincian 38 (tiga puluh delapan dari okezone.com dan 21 (dua puluh satu) berita dari vivanews.com. Berita yang diperoleh berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Dari semua berita tersebut dibagi atau dilihat lagi dalam dua dimensi yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu.

Framing dari okezone.com seolah-olah selalu menonjolkan keburukan dari SBY. Namun memang seperti itu lah media "*bad news is good news*". Disisi lain media

massa juga merupakan alat untuk menyampaikan informasi. Apa yang didapatkan oleh okezone.com akan disampaikan kepada publik. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Joshua Meyrowitz pada buku yang ditulis oleh Littlejohn (2009).

Alasan okezone.com membuat framing negatif mengenai SBY tak lepas dari kepemilikan dari media itu sendiri. Okezone.com merupakan bagian dari MNC Group yang dimiliki oleh, Hary Tanoesoedibjo. Pada saat kasus ini mencuat keranah publik, posisi sang bos dari MNC Group ini merupakan Ketua Dewan Pakar Partai Nasdem. Maka bukan hal yang aneh jika okezone.com lebih banyak memberitakan hal-hal negatif pada diri SBY. Media tak ubahnya seperti kendaraan politik yang dapat mendukung pemilik atau orang yang dekat dengan pemilik media. Dengan media, kita dapat mengarahkan pola pikir publik sesuai dengan keinginan kita. Pernyataan tersebut

sesuai dengan apa yang telah diungkapkan oleh Davis dan Walton (2010).

Secara umum vivanews.com memberikan penilaian yang positif terhadap SBY. Hal ini juga tak lepas dari faktor kepemilikan vivanews.com. vivanews.com merupakan bagian dari VIVA Group. Pemilik dari VIVA Group adalah Aburizal Bakrie. Dia adalah seorang pengurus partai Golkar yang merupakan koalisi dari partai pemerintah. Vivanews.com lebih condong mendukung apa yang dilakukan oleh SBY.

Hal yang dilakukan oleh okezone.com dan vivanews.com dilatar belakangi oleh pemilik kedua media yang mempunyai kepentingan politik. Maka dengan mudah dia dapat mengarahkan publik bahwa konflik KPK-Polri menjadi semakin besar karena ulah dari SBY. Disinilah letak kelebihan tokoh politik yang menguasai media. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan Hall dkk dalam buku karya Davis dan Walton, media merupakan alat

politik yang mampu membentuk pola pikir khalayak (Davis & Walton, 2010:306-308)

Kesimpulan

Media massa mempunyai pengaruh sangat besar dalam membentuk pola pikir masyarakat. Dengan media massa pola pikir dapat dibentuk sesuai dengan apa yang diinginkan. Apapun jenisnya, media massa selalu mengontrol masyarakat. Suatu hal yang baik, dapat terlihat buruk dimata publik. Begitu juga sebaliknya. Terlebih dengan kepemilikan media yang ada. Media-media akan mengarahkan pola pikir masyarakat sesuai dengan keinginan sang pemilik. Di Indonesia sendiri konglomerasi media bukan menjadi hal yang dirahasiakan lagi. Banyak tokoh politik yang menguasai media di Indonesia. Dengan demikian semua isi dari media tak lepas dari kepentingan pemilik media.

Okezone.com dan vivanews.com merupakan dua protal berita yang berbeda dalam kepemilikannya. Okezone.com

merupakan bagian dari MNC Group yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo. Saat permasalahan ini mencuat Hary merupakan bagian dari parta Nasdem yang didirikan oleh Surya Paloh. Sedangkan vivanews.com merupakan milik ketua umum partai Golkar, yaitu Aburizal Bakri.

Dari kepemilikan media, kedua portal ini sudah mempunyai latar belakang yang berbeda. Hary Tanoesoedibjo sebagai pemilik MNC Group sudah dipastikan pro kepada Surya Paloh sebagai pendiri partai Nasdem. Surya Paloh sendiri merupakan orang yang selalu mengkritik kepemimpinan SBY. Sedangkan Aburizal Bakrie merupakan orang yang pro kepada pemerintah. Alasan Aburizal Bakrie pro kepada pemerintahan SBY dikarenakan partai yang diketuainya masuk dalam kelompok partai yang berkoalisi dengan pemerintah.. Dengan begitu okezone.com dan vivnews.com berkompetisi untuk membentuk pola pikir masyarakat sesuai dengan keinginan *bos* masing-masing media.

Berdasarkan hasil penelitian, laporan yang diberikan oleh okezone.com sejak hari pertama setelah konflik mencuat sudah terlihat bahwa okezone.com tidak berpihak pada SBY. Dengan judul laporan dan pemilihan narasumber yang diwawancarai, terlihat sekali bahwa portal berita milik Hary Tanoesoedinjo tersebut ingin menyudutkan SBY. Laporan yang diberikan okezone.com mengatakan bahwa SBY tidak peduli dengan konflik KPK-Polri. Selain itu okezone.com juga memberikan laporan bahwa pidato yang dilakukan SBY merupakan pencitraan SBY. Namun tidak demikian dengan vivanews.com. portal milik Aburizal Bakrie ini lebih cenderung mendukung SBY. Laporan yang ditulis vivanews.com mengatakan bahwa sebenarnya SBY sudah bertindak sejak konflik KPK-Polri terjadi. Pidato yang dilakukan SBY pun terlihat tegas dengan memerintahkan Polri untuk menyerahkan penanganan kasus simulasi SIM kepada KPK. Vivanews.com menggambarkan bahwa SBY merupakan

penyelamat dari konflik yang melibatkan dua lembaga hukum Indonesia tersebut. Sikap yang peduli dan ketegasan ala presiden terlihat dalam laporan yang diberikan oleh vivanews.com. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa okezone.com selalu menyudutkan SBY. Disisi lain vivanews.com adalah media yang akan selalu mendukung apa yang dilakukan SBY.

Saran

Setelah menyelesaikan penelitian ini, ada beberapa hal yang ingin penulis sampaikan. Kepada praktisi media alangkah baiknya jika dalam penulisan berita tidak berpihak kepada siapapun. Informasi yang diberikan kepada publik haruslah berimbang. Karena sebagai praktisi media terutama jurnalis kebenaran yang harus diutamakan. Sebagaimana diketahui bahwa pers dituntut untuk obyektif dalam penyajian berita. Dengan berpihak kepada salah satu kelompok akan

mengurangi *profesionalisme* dari seorang jurnalis.

Bagi penikmat media agar mengetahui mengenai pembingkaiian didalam media. Semua informasi yang disajikan oleh media tidak semuanya sama. Hal ini terkait dengan penonjolan isu dan menghilangkan beberapa fakta. Pentingnya mengetahui tentang pembingkaiian media dimaksudkan agar khalayak tidak bingung dalam memahami suatu informasi. Selain itu agar pengguna dapat lebih obyektif dalam memaknai sebuah berita dan tidak terpengaruh oleh agenda yang dibuat oleh media.

Bagi siapapun yang ingin mengembangkan penelitian ini, penelitian ini masih dapat dikembangkan dengan metode analisis yang lain, seperti menggunakan metode analisis isi ataupun yang lainnya. Selain itu penelitian ini juga

masih bisa dikembangkan dengan meneliti media lainnya, seperti menggunakan portal berita selain okezone.com dan vivanews.com. Ataupun dengan menggunakan tayangan berita pada televisi.

Persantunan

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Drs. Joko Sutarso, M. Si, selaku pembimbing I yang telah membantu dalam penulisan laporan penelitian ini. Ibu Ika Damayanti, S. Sos, selaku pembimbing II yang telah memberikan saran dan kritik serta sabar untuk memberikan pengarahan kepada peneliti. Hingga akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan tanpa halangan yang berarti. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Davis, H & Walton, P. 2010. *Bahasa, Citra, Media*. (I. Mahyudin, Penerj.) Yogyakarta: Jalasutra.
- Eriyanto. 2005. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Fenton, N. (2010). *New Media, Old News: Journalism & Democracy in the Digital Age*. London: SAGE Publications. inc
- Flew, T. 2008. *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Ida, K & Subiakto, H. 2012. *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. 2006. *Jurnalistik: Teori & Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lister, Martin. 2009. *New media : a critical introduction* . New York: Routledge.
- Littlejhon, S. W. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* (9th Edition ed.). (M. Y. Hamdan, Penerj.) Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Reese, S. D., & dkk. 2001. *Framing Public Life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, inc.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar : Teori & Praktik*. Bogor. Penerbit Ghlia Indonesia.
- Sobur, A. 2001. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Internet :
- Swarnawati, A. (2012, September 25). *Konglomerasi Media Di Indonesia*. Dipetik Desember 20, 2012, dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara: <http://fikomuntar-kapitaa4.blogspot.com/2012/09/konglomerasi-media-di-indonesia.html>
-