

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Permasalahan pemimpin merupakan permasalahan yang sering disorot masyarakat. Pemilihan calon gubernur (Pilcagub) merupakan salah satu ajang pertarungan dalam memilih pemimpin di tingkat provinsi yang berlangsung setiap lima tahunan di Indonesia. Menariknya, beberapa calon tidak hanya datang dari daerah asal pemilihan, tapi juga hadir dari luar daerah pemilihan berlangsung.

Pemilihan gubernur di provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu ajang yang menarik dari berbagai kalangan, baik media, politisi, maupun masyarakat umum. Sebagai kota metropolis yang menjadi pusat perkembangan berbagai aspek, keberhasilan Pilgub di daerah ini dianggap satu ukuran keberhasilan pemilihan gubernur atau bahkan Pemilihan Umum (Pemilu) periode selanjutnya.

Pada masa Pilgub DKI Jakarta pada 2012 lalu, Joko Widodo (Jokowi) merupakan salah satu calon Gubernur yang datang dari luar daerah asal pemilihan. Ditengah periode menjabat sebagai walikota Solo, Jokowi diajukan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) untuk maju sebagai calon Gubernur DKI Jakarta menantang Fauzi Bowo. Jokowi dipasangkan dengan Basuki Cahaya Purnama (Ahok) sebagai wakil Gubernur dari Partai Gerindra.

Majunya Jokowi sebagai Cagub DKI Jakarta di tengah masa jabatan periode kedua di Kota Solo ini bukan tanpa tantangan. Justru, dari titik ini Jokowi mendapat sorotan media dari berbagai sisi. Sebelumnya, saat Jokowi menjabat sebagai Walikota Solo, Jokowi memiliki *news value* tinggi dimata media karena sering melakukan trobosan diantaranya mendukung penuh mobil Esemka yang diproduksi sekolah SMK di Solo.

Selain itu, keberadaan Ahok yang berlatar belakang etnis dan agama yang berbeda dari mayoritas penduduk DKI Jakarta juga menjadi sasaran penyudutan politik dari pesaing yang berlawanan. Sering kali, isu Suku, Agama, Ras, dan Antar-golongan (SARA) dijadikan sebagai isu yang menyudutkan Jokowi-Ahok untuk maju sebagai calon Gubernur DKI Jakarta.

Namun demikian, keberadaan media massa memberikan sajian berita dari berbagai sisi terhadap pasangan Jokowi-Ahok ini. Media mulai membentuk opini mesyarakat dalam memberitakan Jokowi untuk maju dalam pemilihan Gubernur, berbagai bentuk dukungan mengenai Jokowi mulai dari harian cetak, televisi, radio, dan semua media online lainnya.

Terlebih, sisi kenamaan Jokowi selama menjabat sebagai Walikota Solo dan latar etnis dan agama Ahok menjadi nilai berita tertinggi di mata media. Berita Jokowi merupakan *prominance* yaitu ketika sebuah berita diukur dari seberapa besar berita dianggap penting dari kebesarannya. Penempatan *headline* dari sebuah media cetak adalah pemicu seberapa besar berita dilihat dari nilai berita (*news value*) tinggi yang disajikan media cetak.

Meskipun di berbagai media memberitakan calon gubernur DKI Joko Widodo dengan waktu yang bersamaan, namun isi berita yang dimunculkan di berbagai media berbeda-beda. Perbedaan dari pemaparan isi berita yang disampaikan dalam menyusun fakta sangat penting melihat dari segi nara sumber yang di wawancarai, grafis, detail-detail lain. Selain itu pemilihan kata dalam kalimat yang disusun wartawan, foto yang dimuat, dan *headline* juga menjadi pendukung bagaimana media mengkonstruksi berita untuk membentuk opini pembaca.

Penyajian berita dan konstruksi dari realitas yang ada mulai dibuat dengan melihat aspek-aspek yang ditonjolkan media untuk mempermudah khalayak untuk mengingat hal-hal tertentu yang disajikan menonjol oleh media. Dalam penonjolan aspek-aspek tertentu tidak luput dari sudut pandang wartawan dalam memaparkan berita selain itu juga ada unsur-unsur yang dihilangkan agar membuat khalayak lupa akan berita yang tidak dianggap penting dan tidak diperhatikan (Eriyanto, 2009: 69).

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) yang dibingkai oleh media. Pembingkaiian media dilakukan dengan proses konstruksi (Eriyanto, 2008: 3). *Framing* yang digunakan dalam melihat penyajian berita dalam sebuah media dengan melihat aspek yang juga dihilangkan supaya pembaca mengingat apa yang telah ditulis oleh wartawan media. *Framing* lebih melihat cara bagaimana media bercerita atas peristiwa yang terjadi dan melihat bagaimana media mengkonstruksi berita yang ada

karena fakta/ peristiwa adalah hasil konstruksi (Eriyanto, 2008: 19). Berita mengenai orang besar seperti calon Gubernur Jakarta Joko Widodo yang berasal dari daerah kecil yang di angkat menjadi kandidat gubernur Jakarta. Dalam pembuatan berita cetak wartawan tidak lepas dari subyektifitas instansi dalam pemilihan *headline*, pembuatan gambar dan idealisme sebuah dari penulisan berita yang dimuat.

Penulis tertarik memilih meneliti mengenai pemilihan calon gubernur DKI ini karena dalam satu media Harian Umum Solopos memberitakan mengenai Calon gubernur dalam jarak waktu muat yang berdekatan contoh *headline* “Jokowi Siap Maju ke DKI” (Solopos, 11 Februari 2012), “Jokowi Urutan ke 3” (Solopos, 13 Februari 2012), ”Jokowi Siap Tarung” (Harian umum Solopos, 14 februari 2012). Selain hal yang lebih menarik Jokowi merupakan pemimpin yang berhasil dari membawa Kota Solo sebagai kota yang maju, dan sebagai pemimpin Kota Solo Jokowi memiliki masa jabat walikota yang kedua kali walaupun masa jabatan yang belum berakhir tetapi beliau bisa mengikuti pemilihan calon gubernur DKI.

Pemilihan media yang diteliti sangat diperhatikan oleh penulis. Penulis memilih Harian Umum Solopos karena selain tagline yang dimiliki harian umum Solopos “*Meningkatkan Dinamika Masyarakat*”. Harian Umum Solopos memiliki nilai historis yang panjang di hati masyarakat. Solopos merupakan harian lokal yang pertama dan telah ada di Solo pada tahun 1986 setelah Harian Suara Bengawan pada 1885. Keberadaan berita di Harian umum Solopos dimaksudkan agar masyarakat dapat termotivasi bertindak

jujur, disiplin, bertanggung jawab, kerja keras dan berprestasi agar bermanfaat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat luas (Solopos, 2007: 46). Hal ini menunjukkan bahwa Solopos memiliki cara pandang tertentu dalam mengemas berita.

Maka dari itu peran *framing* dalam analisis media berita dirasa penting bagaimana berita disajikan dengan melihat komposisi yang disajikan dalam sebuah berita mana yang ditonjolkan dan dihilangkan ketika memaparkan berita. Maka dari itulah penulis tertarik menganalisis pemberitaan pemilihan calon gubernur Jakarta. Penulis mengambil judul “Konstruksi Media terhadap Realitas Pemberitaan Pemilihan Calon Gubernur DKI, Joko Widodo dalam Harian Umum Solopos bulan Februari - Mei 2012”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi media terhadap realitas pemberitaan pemilihan Calon Gubernur DKI, Joko Widodo dalam Harian Umum Solopos Bulan Februari – Mei 2012?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana media massa mengkonstruksi realitas dalam pemberitaan pemilihan calon Gubernur DKI Joko Widodo menurut analisis *framing*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

- a. Menambah wawasan ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi untuk memperlihatkan bagaimana penggunaan karakter pemberitaan dalam media massa.
- b. Memberikan penjelasan gambaran mengenai pola pemberitaan dalam bingkai media (*news frame*) dari Harian Umum Solopos.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan cara pandang yang berbeda kepada praktisi bagaimana media menyajikan berita kepada masyarakat dan sajian tersebut seperti fakta yang diharapkan oleh masyarakat.
- b. Memberikan pengetahuan kepada khalayak bagaimana proses realitas pemberitaan digambarkan melalui kajian analisis *framing* sehingga khalayak dapat melihat sisi objektif yang disajikan oleh media yang dikonsumsi.

3. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi pengetahuan mengenai berita dalam bidang komunikasi.
- b. Memberikan pengetahuan mengenai kaitan antara media dan khalayak dengan teori komunikasi untuk mencari celah dalam ilmu komunikasi.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian Surat Kabar Jawa Pos sebelumnya menjadi panutan terhadap penelitian mengenai konstruksi realitas media dalam pemilihan Calon Gubernur DKI, Joko Widodo bulan Februari-Mei 2012. Penelitian terdahulu di antaranya, Arif Hadiman (2011) dalam Analisis Framing Berita Liga Primer Indonesia (LPI) dan Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) dalam Surat Kabar Jawa Pos Januari-Maret 2011.

Penelitian tersebut membuat bahasan mengenai bagaimana Surat Kabar Jawa pos membingkai berita, terhadap permasalahan PSSI dan LPI dalam memimpin sepak bola Indonesia. Banyak paparan dalam berita yang diulas oleh Surat Kabar Jawa Pos yang menurut penulis anti Nurdin Kholid. Narapidana yang terkait penggelapan dana Bulog ini mendapat kecaman sebagaimana Surat Kabar Jawa Pos memaparkan dengan menuliskan pemilihan bahasa yang anti Nurdin. Penelitian tersebut membahas bagaimana upaya LPI dalam menyelamatkan sepak bola Indonesia dari tangan Narapidana kasus penggelapan dana Bulog tersebut. Sejak kemunculan PSSI dengan ketua umum Nurdin Khalid dirasa sepak bola Indonesia mengalami kehancuran.

Penelitian tersebut menggunakan analisis framing William A. Gamson dan Modigliani yang terdiri dari dua perangkat. Perangkat yang pertama adalah perangkat framing *methamors*, *catchphrases*, *exemplar*, *depiction* dan *visual image*. Perangkat yang kedua adalah

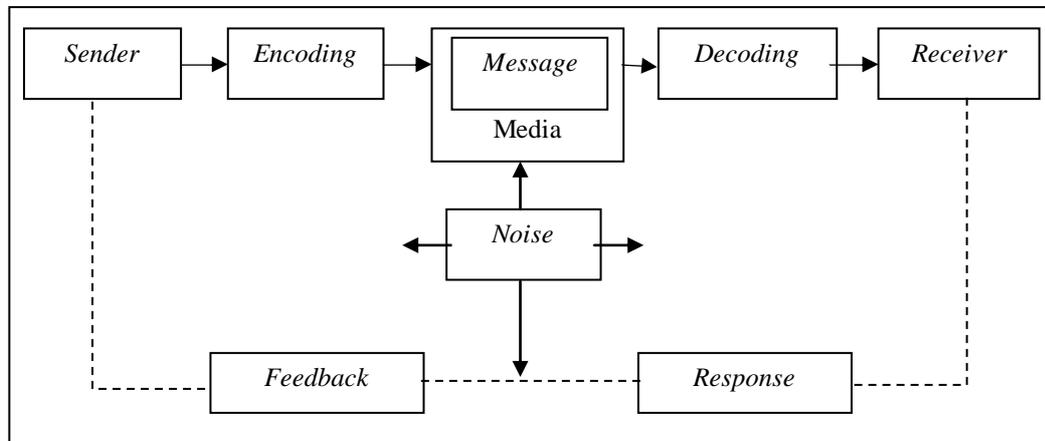
perangkat penalaran *roots, appeal to principles, consequences*. Dari hasil perangkat framing yang pertama, penulis menyimpulkan bahwa kecenderungan Surat Kabar Jawa pos mendukung LPI ini terlihat dari gaya penulisan yang dibuat oleh Surat Kabar Jawa pos bahasa yang digunakan menunjukkan pemerintah yang anti Nurdin Khalid serta gambar-gambar yang dimuat juga mendukung anti Nurdin Khalid. Berdasarkan perangkat penalaran pun juga memperlihatkan anti Nurdin dengan analisis kausal sebab-akibat, klaim-klaim moral serta efek yang terdapat dalam bingkai media tersebut. Hasil dari penelitian penulis tersebut terlihat anti PSSI dengan ketua Nurdin Khalid.

2. Komunikasi Massa dan Media Massa

Menurut Devito komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, ini berarti bahwa khalayak itu besar dan umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis didefinisikan menurut bentuknya adalah televisi, radio, surat kabar, film, buku dan pita (Effendy, 2013: 21).

Proses komunikasi massa dalam pengiriman sebuah pesan juga mengkaitkan unsur-unsur dalam proses komunikasi itu sendiri seperti gambar di bawah ini (Effendy, 2013: 18):

Bagan 1. Bagan Proses Komunikasi



(Sumber: Effendy, 2013: 18)

- a. *Sender*: komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
- b. *Encoding*: penyandian, yaitu proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang
- c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
- d. *Media*: saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
- e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
- f. *Receiver*: komunikan yang menerima pesan dari komunikator
- g. *Response*: tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan

- h. *Feedbak*: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator
 - i. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
- Media biasanya menggunakan alat dalam penyampaian pesan. Proses penyampaian pesan bisa *face to face* (tatap muka) tau dengan menggunakan media massa yaitu media elektronik, media cetak, media internet.

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-ciri tersebut adalah (Effendy, 2013: 22-25):

1) Komunikasi massa berlangsung satu arah

Berbeda dengan komunikasi antarpersona yang berlangsung dua arah, komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti tidak ada arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan kata lain komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikasi, namun dewasa ini ada ruang khusus yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan untuk menyampaikan tanggapannya melalui “Surat Pembaca” atau “Suara Pendengar” dalam sebuah media surat kabar atau radio, tetapi itu semua terjadi setelah komunikasi dilancarkan oleh komunikator sehingga komunikan. Oleh karena itu, arus balik semacam itu dinamakan arus balik tertunda.

Sebagai konsekuensi dari situasi komunikasi tersebut, komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan harus komunikatif (dapat diterima secara indera dan secara rohani) dalam satu kali penyiaran.

2) Komunikator pada komunikasi melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni satu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga. Hal ini berbeda dengan komunikator lainnya, misalnya kiai atau dalang yang munculnya dalam suatu forum bertindak secara individual atas nama dirinya sendiri, sehingga ia mempunyai lebih banyak kebebasan

Komunikator pada komunikasi massa, misalnya wartawan surat kabar, karena media penyiaran yang digunakan adalah suatu lembaga (dalam menyebarluaskan pesan bertindak atas nama lembaga, harus sejalan dengan kebijakan surat kabar yang diwakilinya), maka ia tidak mempunyai kebebasan individual. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga itu, peranannya dalam komunikasi ditunjang oleh orang lain. Kemunculan dalam media komunikasi tidak sendirian tetapi bersama orang lain. Tulisan seorang wartawan surat kabar misalnya tidak mungkin dapat dibaca khalayak jika tidak didukung oleh pekerjaan redaktur pelaksana, juru tata letak, korektor, dan lain-lain.

3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perorangan atau kepada sekelompok orang tertentu. Hal itulah yang membedakan media massa dengan media nirmassa, surat, telepon, telegram, teleks, misalnya adalah media nirmassa bukan media massa, karena ditujukan kepada orang tertentu. Demikian pula majalah organisasi, surat kabar kampus, radio telegrafi atau radio *citizen band*, film dokumenter, dan televisi siaran sekitar (*closed circuit television-CCTV*) bukanlah media massa, melainkan media nirmassa karena ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum. Media massa akan menyiarkan berita mengenai seseorang menteri yang meresmikan sebuah proyek jembatan, tetapi tidak akan menyiarkan menteri tersebut ketika menyelenggarakan acara pribadi.

4) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Hal inilah yang merupakan ciri paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya. Bandingkan misalnya poster atau papan pengumuman dengan radio siaran yang sama-sama merupakan media komunikasi.

Poster atau papan pengumuman adalah media komunikasi, tetapi bukan media komunikasi massa karena tidak mengandung ciri keserampakan, sedangkan siaran radio merupakan media komunikasi massa disebabkan oleh ciri keserampakan yang dikandungnya. Pesan yang disampaikan melalui poster atau papan pengumuman tidak diterima oleh komunikan dengan melihat papan pengumuman tersebut secara serentak namun secara bergantian.

5) **Komunikasikan komunikasi massa bersifat heterogen**

Komunikasikan atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpencar-pencar, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal: jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan lain-lain. Heterogenitas khalayak seperti itulah yang menjadi kesulitan seorang komunikator dalam menyebar-luaskan pesannya melalui media massa.

3. Media Massa dan Konstruksi Realitas Sosial

Media massa memiliki peran penting dalam penyajian berita ini terlihat dari media massa sebagai pilar keempat dalam sebuah negara. Negara memiliki tiga pilar lainnya yang memiliki peran terhadap birokrasi pemerintahan yaitu legislatif, eksekutif dan yudikatif. Bentuk media massa

antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (tabloid, majalah, harian), dan media baru yang saat ini berkembang pesat (internet). Paradigma menurut pandangan baru melihat bahwa media massa yang berkembang dilihat dari sisi cepat dan akuratan data, serta penerima pesan yang banyak. Media massa menjadi penentu bagaimana porsi yang disajikan dalam bentuk pesan berita memiliki kekuatan dalam mengkonstruksi pemikiran khalayak. Media massa membuat perluasan bagi informasi berita yang sedang gencar saat ini ketika media mulai mengangkat hal yang mejadi perbincangan masyarakat sejak itu kekuatan berita mulai dilihat.

Media merupakan aspek penting dalam perkembangan sebuah negara. Peran media menjadi sumber bagaimana media memberitakan apa yang terjadi, dengan realitas yang ada. Penggambaran pemberitaan di media tidak lepas dari bagaimana media mengkonstruksi berita yang ada. Konstruksi media yang di maksud proses media dalam membentuk realitas terhadap berita yang ada disampaikan seperti apa yang diharapkan media pesannya sampai kepada khalayak. Konsep mengenai konstruksionisme di perkenalkan oleh Peter L. Berger, dalam pernyataannya dalam tesisnya konstruksi sosial atas realitas bahwa masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus menerus. Manusia termasuk dari hasil produk dari masyarakat (Eriyanto, 2008: 14). Proses konstruksi media biasanya dilihat dari bagaimana media membentuk realitas terhadap masyarakat, paradigma konstruksionis termasuk proses produksi dan

pertukaran makna yang mana harapan pesan yang di sampaikan tersebut terkirim kepada khalayak. proses penyampaian pesan biasanya menggunakan skema proses komunikasi yaitu sumber (pengirim), Pesan, media, penerima, efek. Proses pengiriman pesan tidak luput dari gangguan (*noise*). Pengiriman pesan juga akan diikuti oleh umpan balik (*feedback*).

a. Teori Agenda setting (teori penyusunan agenda)

Teori agenda yang biasa disebut teori penyusunan agenda ini mengatakan khususnya media berita tidak selalu berhasil memberi tahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa (Nurudin, 2009:195). Teori tersebut dapat mengarahkan apa yang harusnya menjadi sorotan bagi pembaca apa yang penting untuk dalam berita dan apa yang kurang penting untuk di tonjolkan dalam proses pemberitaan. Menurut pendapat Chaffe dan Berger ada beberapa catatan yang perlu di kemukakan untuk memperjelas teori agenda setting tersebut (Nurudin, 2009: 197).

Teori itu mempunyai kekuatan penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting suatu isu.

- 1) Teori itu mempunyai kekuatan memprediksikan sebab memprediksi bahwa jika ada orang-orang, mengekspos pada suatu media yang sama mereka akan menganggap isu yang sama penting.

- 2) Teori dapat dibuktikan salah jika orang-orang tidak mengekspos pada satu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting.

Sementara itu fungsi penyusunan agenda setting juga sama dengan makna agenda setting itu sendiri (Littlejohn, 2009: 416):

- 1) Prioritas terhadap isu-isu yang akan dibahas dalam agenda mediadan harus diatur.
- 2) Agenda media banyak mempengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang masyarakat pikirkan dan menciptakan agenda masyarakat.
- 3) Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi kedalam agenda kebijakan (*policy agenda*).

Agenda setting yang terdapat dalam media massa harian hendaknya memiliki pengaruh dalam agenda publik dalam berpikir dan bertindak. proses agenda setting terdapat tiga agenda dalam dimensi keberkaitan seperti yang dikemukakan oleh Mannheim sebagai berikut (Nurudin, 2009: 199). Agenda media terdiri dari dimensi-dimensi berikut:

- 1) *Visibility* (visibilitas) yakni jumlah dan tingkat penonjolan berita.
- 2) *Audience silent* (tingkat menonjolnya bagi khalayak) yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
- 3) *Valence* (calensi) yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.

Konstruksi realitas prinsipnya setiap upaya menceritakan sebuah peristiwa, keadaan, atau benda yang berhubungan dengan politik (Hamad, 2004:11). Kontruksionis yang dimaksud adalah proses pertukaran makna yang dilakukan sebuah media dengan menyusun realitas-realitas yang ada oleh wartawan berita mengenai kejadian dari peristiwa yang diperoleh. Konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas (Eriyanto, 2009:40). Realitas media yang ada mempengaruhi pembaca dalam mengkonsumsi berita yang disajikan oleh media harian.

Konstruksionis tersebut melihat bahwa fakta merupakan konstruksi atas realitas, kebenaran suatu fakta bersifat relatif berlaku sesuai konteks tertentu (Eriyanto, 2009:20). Fakta yang di paparkan di sebuah berita biasanya di tampilkan secara simbol, gambar, headline dengan begitu fakta yang disajikan dapat di lihat dari bagaimana pembaca mengkonstruksi fakta yang ada.

a. Konstruksi Realitas media sosial

Konstruksi realitas sebagai upaya dalam menceritakan peristiwa, keadaan dan benda dengan kejadian tertentu, sehingga berita yang disajikan menjadi wacana yang bermakna. Demikian seluruh isi berita yang disajikan juga merupakan wacana yang bermakna dari penggambaran realitas media yang telah di konstruksi (Hamad, 2004: 11).

Menurut Hamad (2004: 11) ketajaman konstruksi media sebagai produk media sangat dipengaruhi oleh tiga hal:

- 1) Nilai, etika dan latar belakang jurnalis.
- 2) Pengaruh organisasi (standard pemberitaan, ekonomi, dan pengiklan).
- 3) Budaya dan perspektif ideologi yang dianut.

Penjelasan mengenai konstruksi media ini berkaitan dengan bagaimana realitas tersebut dibentuk adapun menurut (Baran & Davis, 2010: 389) memberikan tiga tahapan:

- 1) Simbol: menurut konstruksi realitas sosial simbol biasa diartikan dengan sebuah objek yang melambangkan objek lain.
- 2) Lambang: Objek secara eksplisit bertindak sebagai indeks mengenai makna yang subjektif.
- 3) Skema perlambangan: Makna-makna yang diberikan pada sebagian fenomena berasal dari pengetahuan sosial yang mana dapat membuat interaksi kita dengan lingkungan juga dengan lingkungan dan benda serta orang yang terkait di dalamnya.

Proses konstruksi realitas Hamad menilai bahasa merupakan unsur penting dalam konstruksi berita. Bahasa merupakan penentu bagaimana penggambaran realitas berita, alat konseptualisasi, dan alat yang menarasikan sebuah berita. Bahasa yang digunakan merupakan format dari narasi dan memiliki makna tertentu. Biasanya isi media menggunakan bahasa, bahasa verbal

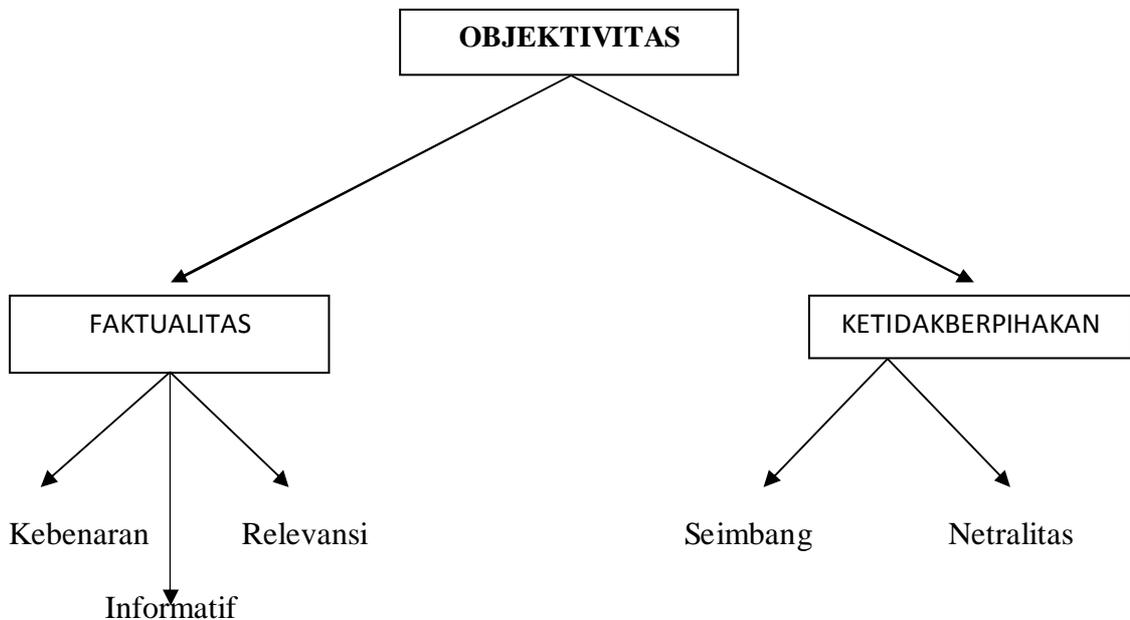
(tulisan), maupun bahasa non verbal (gambar, foto, grafik, tabel, angka, dan lain-lain) (Hamad, 2004: 13).

Pemakaian kata, penonjolan kalimat, foto dan penempatan *headline* sebagai bagian untuk memilih aspek untuk penggambaran realitas yang ada bagaimana aspek tertentu dan dari dan membesarkan cara bercerita dari suatu realitas dan peristiwa (Eriyanto, 2009: 67).

4. Objektivitas Pemberitaan

Pemilihan kata yang digunakan dalam memaparkan peristiwa dari berita juga didukung dengan kebenaran dan kualitas informasi. Adapun skema dari Komponen kriteria dari objektivitas menurut Westerthal yaitu:

Bagan 2. Komponen Kriteria Objektivitas (Westerthal, 1983)



(Sumber : Mcquail, 2011: 224)

Dari paparan skema di atas menurut Westersthal objektivitas dari keadilan didapat dari kombinasi keseimbangan (penekanan waktu/ tempat yang sama/ proposional) diantara penafsiran, sudut pandang atau versi peristiwa yang paling berlawanan, dan netralitas dalam penyajian (Mcquail, 2011: 224). Netralitas disaat media membentuk realitas kepada pembaca mengenai berita yang dimuat sangat penting. netral maksudnya dalam proses penulisan berita, adanya informasi yang jujur tidak memihak pada siapa pun tanpa harus menjatuhkan antara berita yang disampaikan dan instansi yang bersangkutan. Berita yang disampaikan harus bersifat informatif tanpa membuat berita yang disajikan dalam proporsi yang pas dan tidak menambah isi dari berita tersebut agar terlihat sensasional (Quail, 2011: 224). Berita yang faktual dimulai dari kebenaran dari mana sumber yang di peroleh sehingga berita yang ditulis relevan dari isi berita yang dimuat sesuai dengan informasi yang di berikan kepada pembaca.

5. Jurnalistik, Tuntutan jurnalis, dan berita

a. Jurnalistik

Jurnalistik adalah proses aktivitas atau kegiatan mencari, mengumpulkan, menyusun, mengolah/ menulis, mengedit dan menyebar luaskan berita kepada khalayak (Suryawati, 2011:4). Dalam proses jurnalistik ada empat komponen yang melekat (Suryawati, 2011: 5):

1) Informasi : berita dan pendapat

Berita yaitu laporan peristiwa yang bernilai jurnalistik atau memiliki nilai berita.

2) Penyusunan informasi

Sebuah berita harus di susun sesuai kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar

3) Penyebar luasan informasi

Informasi yang sudah dikemas dengan proses editing kemudian disebarluaskan melalui perantara media massa.

4) Media Informasi

Media informasi yang di maksud disini adalah media massa yang sehingga penyajian gagasan dan pesan dapat tersebar luas secara serentak.

b. Tuntutan Jurnalis

Dalam proses jurnalistik dibutuhkan idealisme wartawan maksudnya tunduk dengan kendali pasar juga profesionalisme kerja (Surtawati, 2011: 64). Selain idealisme wartawan juga melihat kepentingan sisi bisnis pragmatisme dari perusahaan dimana tempat wartawan itu bekerja (Barus, 2010: 22).

Terkait penjelasan John McManus dalam buku Market driven Journalism, surat kabar atau televisi hanya akan bertahan hidup jika isinya dapat diterima di pasar dan bernilai tinggi (Barus, 2010:22).

c. Berita

Pers merupakan ideologi suatu bangsa dalam pemberitaan juga menuntut untuk melihat bagaimana berita itu pesannya langsung dapat diterima oleh khalayak bisa mempengaruhi khalayak. Berita yang dibagi menjadi dua, yaitu berita pada era reformasi dan sebelum era reformasi. Berita pada era reformasi ini lebih faktual dan bebas lebih menggunakan kebebasan dalam penulisan berita. Menurut Mitchell V. Charnley (Kusumanigrat, 2009: 39) *'News is the timely report of facts or opinion that hold interest or important, or both for considerable number of people'*. Berita adalah laporan aktual mengenai fakta-fakta yang ada dan opini-opini yang menarik atau penting atau keduanya bagi sejumlah besar orang. Dari pemahaman yang ada di atas dapat dipahami bahwa informasi aktual yang memiliki fakta dan opini yang dapat menarik perhatian banyak orang.

1) Nilai Berita

Nilai berita sangat menjadi suatu kelengkapan dalam proses pemberitaan unsur-unsur dalam berita di pilih untuk penulisan berita yaitu (Kusumaningrat, 2009: 61):

- a) Aktualitas (*Timeliness*): Semakin lama berita yang ada semakin lama tingkat keaktualannya dalam proses pemberitaan dibutuhkan persaingan dalam kecepatan berita yang dimuat.

- b) Kedekatan (*proximity*): peristiwa yang diberitakan mengandung unsur kedekatan dengan masyarakat yang mengkonsumsi media tersebut.
- c) Dampak (*consequence*): Dalam berita terdapat dampak yang terjadi apa yang diberitakan berpengaruh atau tidak untuk masyarakat.
- d) Ketertarikan manusia (*human Interest*): biasanya hal hal yang membuat pembaca simpati dan tergerak humsn interest tergantung bagaimana membuat para pembaca tergerak dan simpati.

2) Unsur berita

Proses pembuatan berita tidak lepas dari pola penulisan berita yaitu memasukkan unsur 5W+ 1H. Pola 5W+ 1H maksudnya adalah *What* (apa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Who* (siapa), *Why* (mengapa) dan *How* (bagaimana). Model penulisan berita ada 3 yaitu (Eriyanto, 2009: 109):

a) *Hard news*

Berita mengenai peristiwa yang terjadi saat itu. Katagerori berita ini sangat dibatasi oleh aktualitas. Keberhasilan unsur berita tersebut di tentukan oleh kecepatan berita.

b) *Soft news*

Berita ini berhubungan dengan kisah manusiawi (*human interst*), jika *hardnews* peristiwa yang dibertitakan adalah

berita yang saat itu terjadi sedangkan *soft news* beritanya bisa diberitakan kapan saja.

c) *Feature* (Barus, 2010:172)

feature biasa didefinisikan sebagai artikel karangan yang lebih ringan dan umum mengenai *human interest* atau gaya hidup

6. Aktor Politik dan Bingkai media

Aktor politik memiliki peran penting dalam berdirinya sebuah negara, karena kinerja seorang aktor politik mendapat sorotan dari masyarakat. Kebesaran seorang aktor politik ini terlihat dari beberapa sisi seperti contoh pemimpin negara Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), seorang pemimpin tidak hanya kharismatik tetapi yang dilirik masyarakat untuk seorang aktor politik. Kasus yang menimpa SBY itu membuat beliau meneteskan air mata ketika seorang pemimpin negara diduga menjadi terkait kasus korupsi Bank Century. Adapun seorang calon pemimpin juga yang diajukan seperti Jokowi sebagai calon gubernur DKI Jakarta karena prestasi yang telah di capai dalam memajukan kota Solo sebelumnya.

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tertentu saja melalui proses konstruksi (Eriyanto, 2008:3). Sebenarnya analisis framing melihat sisi mana yang dibingkai dan bagian mana yang ditonjolkan. Dalam analisis framing yang dapat dilihat adalah bagaimana cara media

memaknai, memahami, dan membingkai kasus/ peristiwa yang diberitakan. Metode semacam ini tentu saja berusaha mengerti, dan menafsirkan makna dari sesuatu teks dengan jalan menafsirkan makna dari sesuatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu (Eriyanto, 2009:9). Dalam Harian Umum Solopos pemberitaan Jokowi dibutuhkan analisis framing penonjolan bagian yang diframe akan menggunakan metode dan proses framing.

Proses framing yang digunakan tersebut dengan paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana cara peristiwa atau realitas tersebut di konstruksi dengan cara apa konstruksi dibentuk (Eriyanto, 2009: 37).

Ada dua pendekatan konstruksionis (Eriyanto, 2009: 40-41):

- a. Pertama pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas konsep statistik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan.
- b. Kedua pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari sisi komunikasi dan dalam sisi penerima dan bagaimana konstruksi makna individu ketika penerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya.

Proses Framing juga melihat paradigma konstruksionis dalam membingkai berita. Penelitian dari tipe konstruksionis, karenanya perlu memahami bagaimana seseorang bertindak karena konstruksionis mempelajari bagaimana individu dan hidup dalam lingkungan sosial.

Penafsiran mengenai apa yang diteliti merupakan gambaran subyektif dari peneliti yang berusaha mengframe apa yang ada dalam pemberitaan media harian tersebut.

a. Konsep framing

Dalam konsep framing biasanya menggunakan sistem seleksi isu dan penekanan isu. Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2009: 66). Proses dalam konsep framing pada suatu pemberitaan tidak lepas dari cara peneliti menggunakan gambaran umum framing yang telah ada.

Menurut Frank D. Durham framing membuat dunia lebih diketahui dan dimengerti. Realitas yang kompleks dan dipahami dan disederhanakan pada kategori tertentu (Eriyanto, 2009:67-68). Pengaruh terhadap pembaca untuk mengkonsumsi media tertentu seperti apa yang diberitakan Harian Umum Solopos dalam mengemas bahasa serta simbol-simbol yang dikaitkan dalam pemberitaan Jokowi.

Adapun yang merupakan aspek dalam framing (Eriyanto, 2009: 69-70):

- a. Pertama, proses pemilihan fakta/ realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat tanpa perspektif. Penekanan aspek tertentu itu dilakukan dengan memilih angle tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta lain.
- b. Kedua, menuliskan fakta. Proses ini memilih fakta mana yang dipilih dan yang disajikan kepada khalayak. Gagasan itu itu diungkapkan dengan kata kalimat dan proporsisi apa dengan bantuan gambar, foto dan sebagainya, penempatan headline, pengulangan pemakaian grafis, pemakaian label, penggunaan kata yang mencolok merupakan elemen penting dalam penonjolan realitas

1) Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Frame adalah sebuah prinsip dimana pengalaman dan realitas yang kompleks tersebut diorganisasi secara objektif (Eriyanto, 2009:82). Proses frame dalam suatu berita tidak lepas dari perangkat framing yang dikemas. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide dan suatu ide dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi pemakaian kata atau kalimat tertentu (Eritanto, 2009: 255). Penggunaan framing model Pan dan Kosicki mempunyai empat perangkat struktur yaitu (Eriyanto, 2009: 255):

- a) Struktur sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dengan menggunakan opini kutipan dan pengamatan dengan susunan umum berita. Demikian dapat diamati dengan bagan berita *lead*, latar dan *headline*, kutipan yang diambil dan sebagainya).
 - b) Struktur skrip berhubungan dengan bagaimana cara wartawan menceritakan peristiwa yang ada dalam bentuk berita, meliputi pola 5 W+ 1H
 - c) Struktur Tematik berkaitan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa yang kedalam proposisi kalimat atau hubungan antar kalimat membentuk teks secara keseluruhan.
 - d) Struktur retorik merupakan struktur yang melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya dukungan tulisan, melainkan menekankan arti tertentu apa yang ditonjolkan dalam mengemas berita.
- b. Efek framing

Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan ke dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan penuh logika tertentu (Eriyanto, 2009: 140). Dalam pembingkai berita yang disajikan oleh sebuah surat kabar melihat sisi lain dari apa yang ingin ditonjolkan. Adapun efek framing (Eriyanto, 2009: 141):

a) Menonjolkan aspek tertentu dan mengaburkan aspek lain

Dalam berita menonjolkan aspek tertentu bisa dikatakan fokus berita maksudnya dengan ini khalayak tidak memberi perhatian aspek berita yang lain.

b) Menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi lain

Dalam sebuah muatan berita banyak sisi yang lebih dipentingkan seperti berita Jokowi dalam pemilihan gubernur jakarta, apa yang di lihat dari seorang Jokowi mengapa terpilih dan tidak mengulas siapa saja yang kontra terhadap pemilihan gubernur dengan kandidat Jokowi.

c) Menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lain.

Dalam berita ada aktor yang di tonjolkan untuk memperkuat isi dari paparan berita yang dibuat oleh wartawan berita.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif tentu saja bersifat empiris yang menggunakan sistem pengamatan data bukan atas dasar ukuran-ukuran matematis yang lebih dulu ditetapkan oleh peneliti (Mulyana, 2007: 11). Penggunaan metode jenis ini menggunakan objek yang jelas, berupa pengamatan dan kemudian didiskripsikan dengan menggunakan kata-kata. Penggunaan kata-kata yang didiskripsikan melalui pengamatan seperti

penelitian tersebut melihat bagaimana konstruksi media dalam membingkai pemberitaan yang disajikan kepada pembaca.

Proses kualitatif dengan studi dokumentasi yaitu pengumpulan dokumentasi data dari beberapa naskah berita yang ada kaitannya mengenai pemilihan calon Gubernur Jokowi dalam pemberitaan Harian Umum Solopos menjadi bingkai untuk para pembacanya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis *framing*. Proses pembedaan (*frame*) lebih kepada analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis (Eriyanto, 2009: 37).

Penulis menggunakan analisis model Pan dan Kosicki karena analisis *framing* dalam media cetak sebagaimana wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksi (Eriyanto, 2009: 252).

Model Pan dan Kosicki mampu melihat proses framing dengan melihat isu yang ada dalam sebuah berita pemilihan calon gubernur DKI Jakarta, Jokowi karena menurut Pan dan Kosicki ada tingkatan struktur yang dapat mengupas isu dan cara pandang wartawan dalam memaparkan sebuah peristiwa cara melihat apa yang ditonjolkan dan apa yang di hilangkan dan bagaimana berita yang ada dikemas. Model Pan dan Kosicki lebih membingkai berita secara detail melihat dari detail yang digambarkan dalam sebuah berita bagai mana makna yang di gambarkan melihat aspek *headline, lead*, proposisi hubungan antar kalimat, kata dan idiom.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan dalam penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2007:62). Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif tersebut penulis berupaya mengumpulkan data berasal dari bagian publikasi Harian Umum Solopos yang berupa naskah Koran maupun naskah dokumen yang telah diketik oleh para wartawan Harian Umum Solopos periode Februari sampai dengan Mei 2012. Setelah itu penulis mencoba menfilter tanggal berita dan isi berita yang memberitakan mengenai isu pemilihan calon gubernur DKI, Joko Widodo. Penulis memilih bulan tersebut dikarenakan pencalonan Jokowi mulai menjadi sorotan media pada bulan tersebut.

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan proses framing berita oleh penulis dalam penelitian berasal dari:

a. Primer

Teks dalam berita yang bersangkutan dengan pemberitaan pemilihan calon gubernur Jokowi sebagai calon Gubernur DKI periode Februari – Mei 2012 dalam Harian Umum Solopos.

b. Sekunder

Menggunakan sumber-sumber lainnya yang menunjang terkumpulnya data seperti buku sebagai referensi, dokumen-dokumen dan karya ilmiah sebagai kajian yang relevan terhadap objek kajian.

5. Teknik analisis Data

Dalam proses analisis teks pada Harian Umum Solopos menggunakan pendekatan Pan dan Kosicki adapun beberapa komponen yang menjadi tolak ukur dalam analisis framing (Eriyanto, 2009: 256):

- a. Sintaksis yaitu cara wartawan dalam penyusunan fakta.
- b. Skrip yaitu kelengkapan berita dalam memaparkan fakta.
- c. Tematik yaitu cara wartawan menuliskan fakta.
- d. Retoris yaitu cara wartawan dalam menekan fakta.

Sintaksis yaitu bagaimana cara wartawan dalam penyusunan fakta yang dipengaruhi oleh headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan dan penutup.

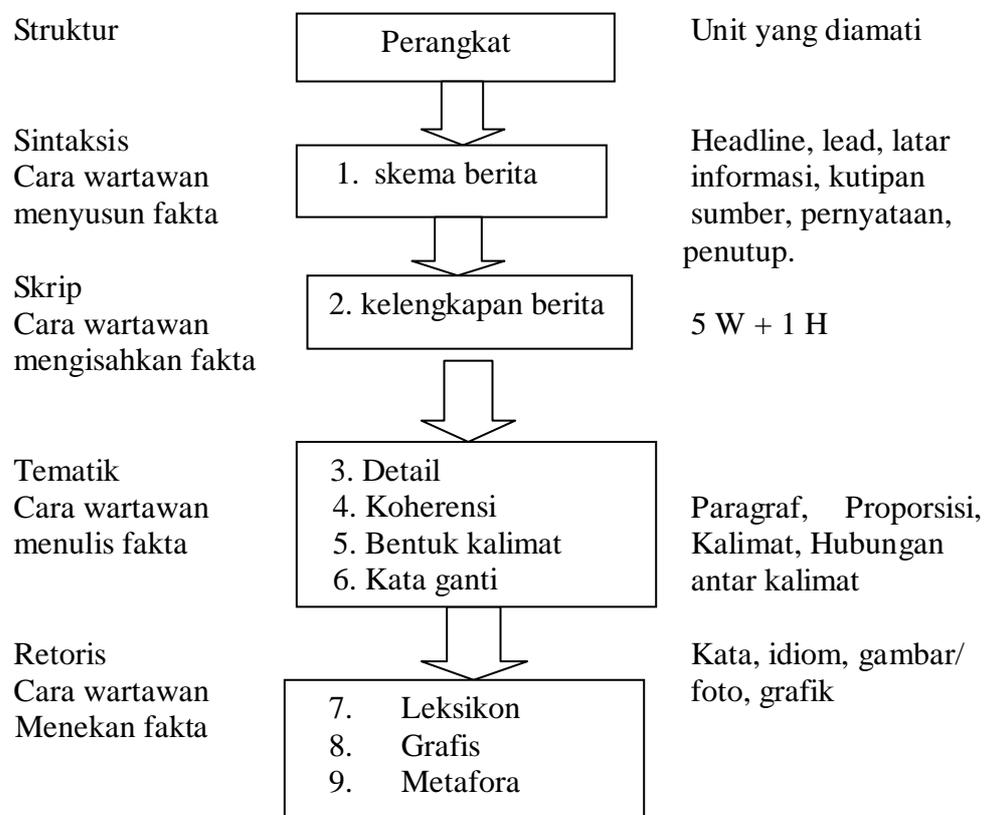
Skrip yaitu bagaimana cara wartawan memaparkan fakta dengan menggunakan unsur 5 W + 1 H dalam penulisan tersebut.

Tematik yaitu bagaimana cara wartawan dalam menuliskan fakta dengan menggunakan kalimat, proporsisi, kalimat, hubungan antar kalimat.

Retoris yaitu bagaimana cara wartawan dalam menekan fakta dengan menggunakan kata, idiom, gambar, grafik.

Untuk melihat penjelasan mengenai analisis Pan dan Kosicki dalam gagasan penelitian menggunakan framing akan digambarkan melalui tabel sebagai berikut:

Bagan 3. Pendekatan skema Zhondang Pan dan Gerald M.Kosicki



(Sumber: Eriyanto, 2009: 256)

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 4. Kerangka Pemikiran

