

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesta demokrasi tahun ini bisa dikatakan sangat ‘meriah’, karena Pemilu tahun ini diikuti oleh 34 partai politik seperti yang dikutip dalam Kompas.com edisi 7 Juli 2008.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyatakan 18 partai politik dinyatakan lolos verifikasi faktual KPU dan berhak menjadi peserta Pemilu 2009 bersama 16 partai lainnya yang telah memiliki keterwakilan di DPR, sesuai pasal 315 dan 316 UU No 10 tahun 2008.

Banyaknya jumlah partai politik yang turut berpartisipasi dalam Pemilu, dilihat sebagai salah satu indikasi bahwa perjalanan demokrasi bangsa Indonesia sudah lebih baik. Negara memberikan hak bagi rakyatnya untuk berserikat, berkumpul dan mengeluarkan pikiran.

Sebenarnya kebebasan dalam mendirikan partai politik di Indonesia tidak hanya terjadi pada tahun ini saja. Agung dalam bukunya Transformasi Demokratis Partai Politik di Indonesia mengatakan bahwa pada awal kemerdekaan sekitar tahun 1945-1950 lahir 27 partai politik, pada Pemilu tahun 1999 muncul 148 partai politik namun dari jumlah itu hanya 48 partai yang dinilai memenuhi persyaratan dalam mengikuti Pemilu. Hal ini menjadi bukti kebebasan demokrasi sudah terjadi sejak dulu, hanya saja aturan dan sistem pemilihannya berbeda-beda.

Kebebasan demokrasi semakin terlihat pada Pemilu tahun 2004. Pada tahun ini untuk pertama kalinya Presiden dan Wakil Presiden dipilih langsung oleh rakyat selain itu rakyat juga memilih secara langsung para wakil rakyat dan

wakil daerah serta pimpinan eksekutif (Najib 2005 : ix). Sistem Pemilu 2004 dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah pemilihan legislatif. Tahap ini adalah untuk memilih orang-orang yang duduk di kursi parlemen. Tahap kedua adalah pemilihan Presiden. Pasangan Capres dan Cawapres untuk Pemilu 2004 diajukan oleh Parpol atau gabungan Parpol yang memenuhi persyaratan perolehan suara pada Pemilu anggota DPR sekurang-kurangnya 3% dari jumlah kursi DPR atau 5% dari perolehan suara sah secara nasional hasil Pemilu anggota DPR tahun 2004 (Najib 2005:28).

Pada tahun 2009 Pemilu tetap dilakukan dengan sistem yang sama, yaitu dua tahap pemilihan. Hanya saja persyaratan pengajuan Capres dan Cawapres berubah persentasenya. Untuk maju ke tahap Pilpres atau mengajukan Capres dan Cawapres, setiap parpol harus mencapai 25% suara atau 20% kursi parlemen (Kompas.com edisi 11 Desember 2008).

Banyaknya partai yang turut berpartisipasi dalam Pemilu atau dikenal dengan sistem multipartai, menimbulkan suatu konsekuensi yaitu tidak adanya partai yang mampu mendapatkan mayoritas mutlak suara dalam parlemen. Kondisi itu memaksa partai-partai politik untuk saling berkoalisi dalam membentuk pemerintahan. Implikasinya setiap parpol yang ingin maju ke tahap Pilpres harus mengadakan koalisi dengan partai lain untuk mendorong jumlah suara (Djojoesoekarto 2008:1-2).

Menurut Dedy Mawardi seorang praktisi hukum dalam <http://www.Lampungpost.com/cetak/main.Php>, secara harfiah pengertian koalisi adalah penggabungan. Namun dalam khazanah politik, koalisi merupakan

gabungan dua partai atau lebih dengan tujuan untuk membentuk secara bersama satu pemerintahan. Koalisi merupakan suatu keniscayaan, yang tak bisa dihindari di dalam proses politik bangsa yang menganut sistem multipartai seperti di negara Indonesia ini.

Peta koalisi yang terjadi saat ini setidaknya ada dua kubu yang muncul, yaitu pertama kubu yang mendukung pemerintahan kabinet Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) diwakili Partai Demokrat (partai pengusung SBY). Kubu kedua adalah kubu anti-SBY (oposisi), yaitu mereka yang berada di luar kekuasaan seperti PDI-P. Sedangkan untuk partai Golkar sendiri masih belum diputuskan apakah akan menjadi partai oposisi atau akan melanjutkan berkoalisi dengan kubu Demokrat seperti pada Pemilu 2004 lalu.

“Peta koalisi kubu Susilo Bambang Yudhoyono dan kubu Megawati Soekarnoputri untuk menghadapi Pemilu Presiden sudah tergambar, meskipun belum sepenuhnya utuh, setelah usainya pelaksanaan Pemilu Legislatif (Kompas edisi Senin, 13 April 2009 hal 1)”

Dalam perkembangannya, pergerakan partai politik dalam membentuk koalisi terjadi sangat dinamis. Artinya, apa yang diputuskan suatu partai pada hari ini belum tentu menjadi keputusan untuk hari selanjutnya. Seperti misalnya isu mengenai koalisi partai Golkar yang sangat menarik untuk diikuti. Mulai dari sikap Golkar membentuk *Golden triangle* bersama PDI-P dan PPP (yang oleh sebagian orang dianggap sebagai proses penjajakan ke arah koalisi), kemudian mengambil keputusan untuk mengajukan Jusuf Kalla selaku Ketua Umum partai untuk menjadi Calon Presiden Golkar, mengajukan Jusuf Kalla sebagai Cawapres dengan menggandeng Demokrat, lalu pada saat Rapimnas Golkar 23 April 2009 memutuskan untuk berpisah dengan Demokrat dan kembali mencalonkan Jusuf

Kalla sebagai Presiden dan belakangan Golkar mengadakan pertemuan untuk membahas koalisi dengan sejumlah partai antara lain PDI-P, Hanura, dan Gerindra.

Begitu pun dengan manuver politik yang dilakukan partai politik lainnya seperti PAN. Amien Rais selaku Dewan Pertimbangan PAN menginginkan PAN untuk berkoalisi dengan Demokrat karena dianggap memiliki kemungkinan untuk menang dalam Pilpres mendatang. Menurut Amien, pandangannya untuk mendukung SBY dan berkoalisi dengan Demokrat karena paling kecil aspek negatifnya dibandingkan calon lainnya. Selain itu peluang untuk menang ada pada blok SBY (SKH Kedaulatan Rakyat edisi 28 April 2009 hal 1). Namun keputusan Amien ini banyak menuai kontroversi karena dianggap berlawanan dengan pihak Soetrisno Bachir selaku ketua PAN. Soetrisno Bachir tetap bersikeras untuk membuka tawaran koalisi dengan partai lain diluar Demokrat. (SKH Kedaulatan Rakyat edisi 28 April 2009 hal 1).

Lain lagi dengan PDI-P. Sejak kalah dalam Pemilu 2004, Megawati sepertinya ingin membalas kekalahan dengan mencalonkan diri lagi sebagai Presiden. Sebelum Pemilihan Legislatif (Pileg), PDI-P membentuk *Golden triangle* bersama PPP dan GOLKAR. Dalam perjalanannya PDI-P kemudian menggandeng Hanura dan Gerindra untuk membentuk koalisi lalu kemudian kemungkinan akan ditambah lagi dengan Golkar (Kompas edisi 27 April 2009 halaman 1).

Pasca mundurnya Golkar dalam peta koalisi dengan Demokrat, tidak lantas membuat Demokrat ragu untuk tetap maju dalam Pilpres. Beberapa partai

yang diduga akan berkoalisi dengan Demokrat adalah PKS, PAN, PKB, PPP. Namun satu partai yang sudah dipastikan akan berkoalisi dengan Demokrat adalah PKS.

“Setelah sejumlah partai politik menyelesaikan pertemuan nasionalnya sepanjang pekan lalu, peta koalisi memperlihatkan keseimbangan baru. Partai Demokrat yang telah “bercerai” dengan Golkar memperlihatkan arah koalisi yang jelas dengan Partai Keadilan Sejahtera” (Kompas edisi 27 April hal 1).

Seiring berjalannya waktu, pergerakan peta koalisi pun berkembang. Golkar yang mengundurkan diri dari kubu Demokrat, kemudian mengajukan Jusuf Kalla atau yang biasa disebut JK sebagai Capres dan kemudian berkoalisi dengan Wiranto dari partai Hanura. Deklarasi pasangan ini dilakukan pada tanggal 1 Mei 2009 di Posko Golkar.

Begitupun dengan partai Demokrat. Pasca pengumuman siapa Cawapres yang akan digandeng oleh SBY, muncul pro-kontra di kalangan partai-partai yang sebelumnya sudah menyatakan bersedia berkoalisi dengan Demokrat seperti PKS, PPP, PAN dan PKB. Mereka menyatakan kekecewaan mereka karena SBY mengambil Cawapres bukan dari kalangan Partai dan yang lebih mengecewakan mereka, SBY sama sekali tidak memberikan *clue* siapa yang bakal digandeng sebagai Cawapres pada Pilpres 8 Juli 2009. PKS, PPP, PAN dan PKB (empat partai berbasis massa Islam yang ikut dalam koalisi dengan partai Demokrat) bereaksi keras atas penunjukan Boediono sebagai Cawapres. Petinggi empat partai itu pada Selasa (12/5) langsung menggelar rapat di Gedung MPR/DPR dan menggagas poros alternatif sebagai wujud penolakan atas Boediono (SKH Media Indonesia edisi 16 Mei 2009). Bahkan Amien Rais yang tadinya ‘merestui’ PAN untuk berkoalisi dengan Demokrat, kemudian berpaling ke poros Jusuf Kalla

(SKH Media Indonesia edisi 17 Mei 2009, “Soetrisno Bachir ke SBY, Amien dukung JK”). Walaupun ditentang oleh banyak partai-partai yang menjadi koalisi partai Demokrat, SBY tetap yakin menjadikan Boediono sebagai pasangan Cawapresnya. Tidak berpalingnya SBY dari pilihan terhadap Boediono ini ditegaskan juga oleh Wakil Ketua Umum DPP Partai Demokrat, Ahmad Mubarak di DPR.

“Kepastian duet SBY-Boediono ini saya kira ada 99%. Yang 1% itu kehendak Tuhan. Memang tadinya nama cawapres akan diberitahu 2 hari sebelum deklarasi. Tetapi kemarin sudah beredar yaitu berarti ada pertimbangan-pertimbangan lain,” kata Mubarak (SKH Kedaulatan Rakyat edisi 14 Mei 2009 hal 1).

Pasangan terakhir yang mengumumkan pasangannya adalah Megawati. Sempat terjadi diskusi yang alot saat menentukan siapa yang akan menjadi Cawapres bersama dengan Megawati, karena Prabowo pun berambisi menjadi Capres. Namun Prabowo akhirnya mengalah dan bersedia maju menjadi Cawapres bersama Megawati. Pasangan ini kemudian resmi mengumumkan koalisi mereka tanggal 16 Mei 2009.

Manuver-manuver politik oleh elite dalam rangka membangun koalisi mempunyai nilai berita karena apa yang dilakukan para elite nantinya diyakini akan menentukan nasib rakyat dan bangsa Indonesia. Kendati tidak jarang mereka (elite politik) terlibat suatu konflik baik itu konflik internal partai maupun antarpartai. Ini terjadi karena berbagai macam konflik kepentingan dari para elite politik ataupun yang mengatasnamakan partainya.

Media massa kemudian banyak memberitakan setiap perkembangan peta koalisi. Media massa mengambil perannya dalam menginformasikan mengenai apa yang terjadi dalam dunia perpolitikan Indonesia menjelang Pilpres. Bahkan

tidak jarang sebuah media massa membangun *image* suatu partai politik tertentu atau suatu sosok individu elite tertentu.

Media massa memainkan peranan penting yang sangat penting dalam proses Pemilu. Pemilih membutuhkan media untuk mendapatkan informasi yang utuh dalam semua aspek yang berhubungan dengan Pemilu. Dengan informasi yang utuh itu, pemilih dapat memutuskan dengan dasar yang tepat atau kandidat Presiden dan Wakil Presiden (Saptono 2005:4). Dengan alasan itu pula, setiap perkembangan politik yang terjadi selama Pemilu ditampilkan oleh Media. Selain itu, Pemilu merupakan suatu instrument demokrasi dan hanya dengan Pemilu pergantian kepemimpinan dapat berlangsung sesuai dengan prosedur demokrasi yang benar. Artinya Pemilu adalah suatu perhelatan lima tahun sekali yang sangat penting untuk diinformasikan kepada rakyat (Najib 2005:24).

Hampir semua media massa menampilkan berita mengenai perkembangan politik dalam Pemilu 2009 kali ini, baik itu media elektronik ataupun cetak. Salah satu media massa cetak yang juga menampilkan perkembangan politik pada pemilu 2009 adalah Media Indonesia. Media Indonesia adalah sebuah media massa besar di Indonesia. Pemilik dari media ini adalah Surya Paloh, seorang politikus yang sama sekali tidak memiliki latar belakang jurnalis. Beliau mendirikan media massa awalnya didasari oleh naluri bisnisnya yang sudah sejak kecil mengalir dalam darahnya. Media Indonesia terbit pada tahun 1988. Surya Paloh menjabat sebagai Direktur Utama (<http://www.tokohindonesia.com>)

Perlu diketahui juga dalam bisnis medianya, Surya tidak hanya memiliki Media Indonesia, tetapi juga Metro TV dan Lampung Post. Metro TV dikenal

sebagai stasiun TV berita pertama yang hadir di Indonesia. Hubungan Media Indonesia dan Metro TV dapat dibilang terlihat sangat dekat. Metro TV selalu menampilkan editorial Media Indonesia setiap malam sebelum edisi Media Indonesia terbit keesokan harinya. Kemudian ada tayangan “Metro Malam” di Metro TV yang membahas berita-berita utama Media Indonesia esok pagi (Sudibyo 2004:147). Sebaliknya, sekilas acara *prime time* Metro TV juga ditampilkan resensinya dalam Media Indonesia khusus pada hari minggu halaman sembilan belas.

Selain terkenal sebagai pebisnis media massa, Surya Paloh pun dikenal sebagai seorang politikus. Sejak muda beliau sudah terlibat dalam dunia politik dan partai politik yang dipilih adalah Golkar. Beliau menjadi Ketua Umum Ko-PPMG Golkar Medan tahun 1969-1972 (<http://www.tokohindonesia.com>). Pengabdian Surya dalam partai Golkar masih terlihat hingga sekarang. Terbukti Surya menjabat sebagai Dewan Penasihat Partai Golkar dan bahkan pada Pemilu 2004 lalu, Surya Paloh mencalonkan diri sebagai calon presiden konvensi Golkar.

Menjadi suatu hal yang menarik saat seorang politikus memiliki sebuah media massa (bahkan dua jenis media massa yaitu cetak dan elektronik) besar. Hampir bisa dipastikan bahwa afiliasi politik media yang bersangkutan akan mengikuti pemilik dari media itu sendiri atau dengan kalimat lain, afiliasi politik pemilik media akan terlihat dalam pemberitaan media itu. Buktinya dalam berbagai kegiatan kampanye Surya Paloh pada Pemilu 2004 lalu, beliau memanfaatkan media kepunyaannya sebagai sarana untuk mengkampanyekan dirinya dan juga partai yang mengusungnya. Citra positif partai Golkar dapat

terlihat dalam beberapa pemberitaannya. Hal ini terbukti dari penelitian Institut Sudi Arus Informasi (ISAI) dalam bukunya “Pemilu di layar kaca” yang meneliti kegiatan Pemilu di layar kaca pada tahun 2004. Surya Paloh dikatakan sering sekali muncul dalam berbagai program acara dalam Metro TV dan setiap kegiatan kampanyenya akan diliput dan ditampilkan oleh Metro TV. Bahkan ISAI beranggapan bahwa Metro TV terlihat sekali sangat berpihak pada salah satu partai politik tertentu (Saptono, 2005:173).

Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya bahwa Metro TV dan Media Indonesia memiliki hubungan yang sangat erat karena tergabung dalam Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh, maka peneliti memiliki suatu ketertarikan untuk melihat bagaimana dengan afiliasi politik media massa cetak yang tergabung dalam Media Group pada Pemilu 2009 kali ini. Jika Metro TV pada pemilu 2004 lalu terlihat jelas afiliasi politiknya, apakah hal serupa akan terjadi juga untuk Surat Kabar Harian Media Indonesia. Bagaimana Media Indonesia memberitakan mengenai koalisi partai yang terjadi menjelang Pilpres 2009, apakah Media Indonesia menampilkan porsi yang rata untuk setiap partai politik yang terlibat di dalamnya, atau cenderung menampilkan salah satu partai politik tertentu saja. Terjadinya koalisi antara partai satu dengan yang lain dimaknai seperti apa oleh Media Indonesia, dan bagaimana pemaknaan itu dituangkan lewat pemberitaan. Bingkai berita seperti apa yang ingin disampaikan oleh Media Indonesia kepada khalayaknya.

B. Rumusan Masalah

“Bagaimana Media Indonesia membingkai berita mengenai Isu Koalisi Partai tahun 2009?”

C. Manfaat Penelitian

1. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan analisis framing
2. Menambah pengetahuan tentang adanya *frame* berita pada setiap media massa khususnya *frame* tentang isu koalisi antarpantai dalam Media Indonesia

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Media Indonesia membingkai pemberitaan mengenai isu koalisi antarpantai.

E. Kerangka Teori

1. Media Massa dan Berita dalam Pandangan Konstruksionis.

Paradigma konstruksionis ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger yang menyatakan bahwa sebuah realitas hadir di hadapan pembaca setelah melalui sebuah proses konstruksi (Eriyanto, 2002 : 15). Hal ini menyebabkan setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda terhadap realitas yang muncul dihadapannya. Menurut Eriyanto (2002:16-18), berita yang muncul merupakan sebuah proses

konstruksi dengan suatu peristiwa, karena adanya interaksi antara wartawan dengan fakta yang muncul di lapangan.

Fakta yang dikumpulkan dan disusun selanjutnya akan disebar. Media sebagai sarana penyalur pesan tidak hanya berfungsi sebagai saluran pesan kepada individu-individu. Dalam paradigma konstruksionis, media dipandang sebagai subjek yang dapat mengkonstruksi realitas. Media juga dianggap pula sebagai agen konstruksi sosial yang turut mendefinisikan sebuah realitas, sehingga media bukanlah hanya sebuah tempat menginformasikan sebuah peristiwa (Eriyanto, 2002 : 23).

Menurut pandangan konstruksionis, realitas adalah sesuatu yang subjektif. Realitas yang tertuang dalam berita adalah sesuatu yang dikonstruksi dan dibentuk oleh pandangan tertentu. Sebuah realitas dapat digambarkan dan diceritakan secara berbeda oleh setiap individu, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh individu yang mempunyai pandangan berbeda. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang sudah ada dan diambil begitu saja. Fakta atau realitas ini pada dasarnya dikonstruksi. (Eriyanto, 2002 : 19).

Fakta atau realitas yang diliput kemudian ditampilkan dalam media lewat pemberitaan. Pada dasarnya berita adalah laporan dari suatu peristiwa atau realitas. Namun gambaran realitas atas peristiwa dalam media bukanlah realitas yang sebagaimana adanya, yang diambil oleh sang wartawan dan dituangkan. Berita adalah hasil dari konstruksi yang selalu melibatkan pandangan ataupun nilai-nilai dari wartawan dan media yang bersangkutan. Bagaimana sebuah realita dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana ia dimaknai dan dipahami oleh

wartawan. Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas. (Eriyanto, 2002 : 26). Proses pemaknaan realitas oleh wartawan menjadikan wartawan sebagai aktor atau agen pembentuk realitas. Dia tidak hanya melaporkan sebuah peristiwa namun mendefinisikan dan secara aktif membentuk peristiwa dalam pemahaman mereka. Realitas bukanlah sesuatu yang "berada di luar", objektif, benar dan seakan-akan ada sebelum wartawan meliputnya. Ada proses konstruksi makna dalam peristiwa yang diliput sehingga menghasilkan suatu realitas baru. Laporan-laporan jurnalistik yang ada di media pada dasarnya tidak lebih dari hasil penyusunan realitas-realitas dalam bentuk "cerita". (Bharata dalam Birowo, 2004 : 168)

Media massa yang menjadi alat penyampaian pesan (komunikator) kepada khalayak juga bukan hanya bertindak sebagai sebuah media penyalur pesan. Media tidak bertindak sebagai suatu institusi yang netral dalam menyampaikan pesan. Media bukanlah saluran yang bebas, ia juga subyektif yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya (Eriyanto, 2002 : 23). Sebagai contoh media juga menentukan dari sekian banyak peristiwa yang terjadi, peristiwa yang mana yang harus diliput oleh wartawannya kemudian dari sisi mana si wartawan harus melihat peristiwa tersebut. Pemilihan realitas oleh media dikarenakan media memiliki kepentingan antara lain kepentingan ekonomi, politik, ataupun ideologi. Media tentunya akan membentuk realitas yang dapat mendukung kepentingan-kepentingannya. Oleh karena itu media turut berperan dalam mengkonstruksi realitas. Konstruksi realitas terbentuk bukan hanya dari cara wartawan memandang realitas tetapi kehidupan politik tempat media itu

berada. Sistem politik yang diterapkan sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu mempengaruhi cara media massa tersebut merekonstruksi realitas (Hamad, 1999 : 55).

Menjadi suatu hal yang menarik ketika kebanyakan orang awam melihat media atau berita yang disuguhkan oleh media massa adalah sesuatu yang benar-benar apa adanya tanpa adanya konstruksi realitas di dalamnya. Mereka kemudian menjadi sepenuhnya percaya akan apa yang disampaikan oleh media massa. Dengan melihat realitas, berita dan media massa menurut cara pandang konstruksionis, masyarakat diharapkan akan menjadi lebih kritis dengan isi sebuah media massa atau dengan kata lain tidak mudah mempercayai apa yang disampaikan oleh media karena begitu banyak muatan-muatan kepentingan di dalamnya.

Setiap media tentunya memiliki kebijakan masing-masing dalam mekanisme kerja untuk mengkonstruksikan dan menghasilkan sebuah berita yang "diinginkan". Dengan demikian dapat dikatakan bahwa berita adalah hasil mekanisme kerja individu-individu yang ada di dalam media (redaksional) berdasarkan kebijakan, pertimbangan serta ideologi.

2. Framing

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan itu hasil akhirnya adalah ada bagian yang ditonjolkan dan ada bagian yang dihilangkan. Akibatnya khalayak akan lebih mengingat hal-hal yang ditonjolkan oleh media. Realitas yang begitu kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Bagi khalayak,

penyajian relitas yang demikian membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti. (Eriyanto,2002 : 66-67)

Menurut Todd Gitlin, framing adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. *Frame* adalah prinsip dari seleksi, penekanan, dan presentasi dari realitas. *Frame* media adalah bentuk yang muncul dari pikiran, penafsiran dan penyajian, dari seleksi, penekanan, dan pengucilan dengan menggunakan simbol-simbol yang dilakukan secara teratur dalam wacana yang terorganisir, baik dalam bentuk verbal maupun visual (Eriyanto 2002 : 67).

Ada dua aspek dalam framing. Pertama, memilih fakta atau realitas. Proses ini didasarkan pada asumsi bahwa wartawan tidak mungkin melihat realitas tanpa perspektif. Dalam tahap ini hanya ada dua kemungkinan yaitu apa yang diambil sebagai fakta dan mana yang dibuang dan tidak digunakan sebagai fakta. Realitas mana yang diberitakan dan mana yang tidak. Intinya realitas dilihat dari sisi tertentu. Penekanan aspek tertentu yang dilakukan dengan memilih aspek tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya (Eriyanto 2002 : 69)

Kedua, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta itu dipilih dan disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, foto, dan gambar dan lainnya. Fakta yang sudah dipilih tersebut kemudian mengalami penekanan dengan pemakaian perangkat tertentu seperti *headline*, gambar, pemakaian kata, atau apapun yang mendukung penekanan realitas yang

telah dipilih. Realitas yang disajikan secara mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk bisa diingat dan dipahami oleh khalayak (Eriyanto,2002:70).

Penekanan-penekanan yang dilakukan oleh wartawan bertujuan untuk menguatkan suatu citra dari kelompok tertentu, ataupun perorangan dalam suatu isu berita yang diangkat. Seperti halnya juga yang dikatakan Reese (2008 :10) dalam buku *Framing Public Life* bahwa *frame* adalah ide pengorganisasian utama untuk konten berita dan mengarahkan masyarakat pada isu tertentu melalui penggunaan proses seleksi, penekanan atau penonjolan dan peniadaan serta perencanaan yang matang dan detail

3. Proses Framing

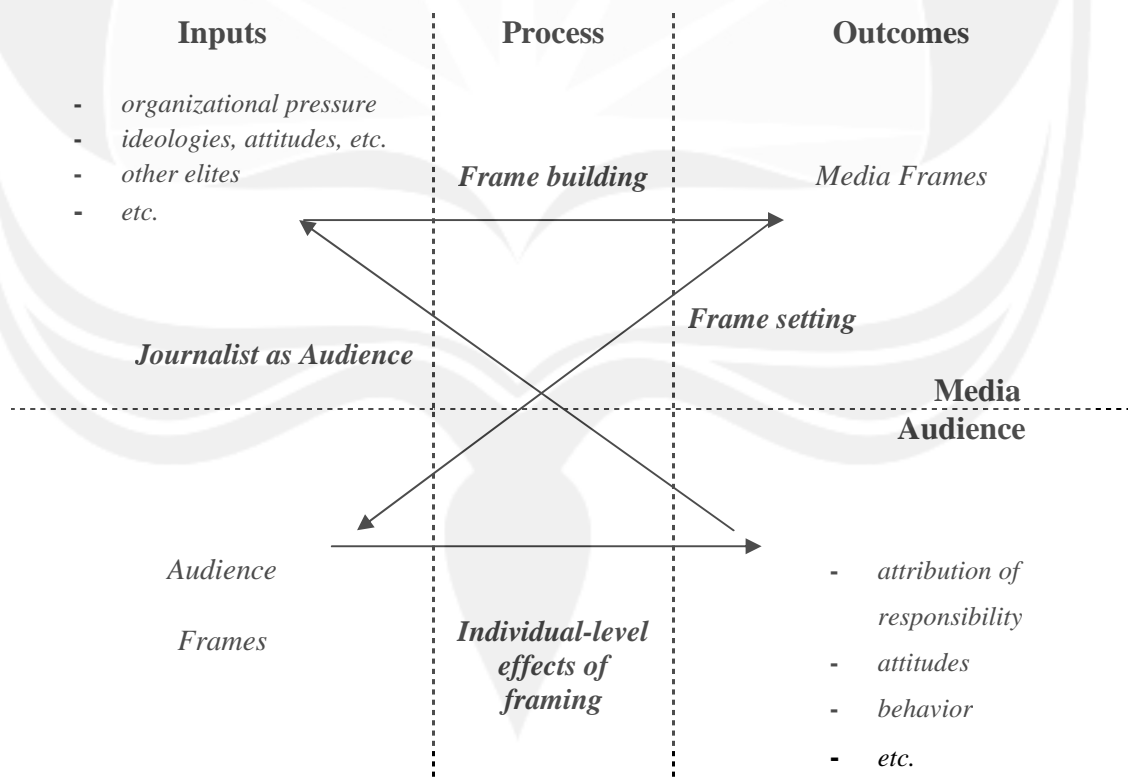
Konstruksi media massa atas suatu isu tentunya tidak mungkin terjadi begitu saja. Banyak faktor yang mempengaruhi suatu media massa mengkonstruksi sebuah berita. Hasil dari konstruksi tersebut adalah sebuah bingkai berita yang ditampilkan di media massa. Bingkai atau *frame* yang dihasilkan dalam sebuah teks pada dasarnya ditentukan oleh dua skema besar, yakni bagaimana media memahami dan menyajikan sebuah realitas. Hal inilah yang membentuk konsep *media frames* dan *individual frames*.

Media frames (framing media) menurut Tuchman dalam artikel yang ditulis oleh Scheufele (1999 : 106), bahwa media memiliki rutinitas dalam mengorganisasikan realitas dalam sebuah peristiwa untuk menjadi sebuah berita. Rutinitas media dalam memproduksi berita memiliki pengaruh terhadap aktifitas wartawan dalam mengolah fakta-fakta dari suatu realitas. *Media frames* membuat jurnalis menjadi lebih mudah mengidentifikasi sebuah informasi sehingga menjadi

pesan yang mudah untuk dipahami oleh *audience*. Sedangkan *Individual frames* adalah proses wartawan memahami dan mengolah informasi yang didapat berdasarkan pemikiran, pemahaman, dan pengalaman yang dimilikinya.

Media frames dapat dikatakan mampu mempengaruhi pemikiran dan pemahaman wartawan sebagai individu terhadap sebuah informasi. Dietram Scheufele (1999:115) dalam artikelnya juga menjelaskan proses framing melalui sebuah bagan yang terdiri dari empat tahapan yaitu *frame building*, *frame setting*, *Individual-level effects of framing*, *Journalist as Audience*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat bagan dibawah ini :

Gambar 1.1
Process Model of Framing (Dietram Scheufele)



Sumber: Dietram A. Scheufele, "Framing as a Theory of Media Effects", 1999, hal. 115.

Tahap pertama adalah *frame building*. Ada beberapa faktor dalam proses *frame building* yang mempengaruhi suatu institusi media dalam membangun konstruksi sebuah realitas. Tekanan dari organisasi media itu sendiri seperti, ideologi, dan para elite yang berpengaruh dalam media tersebut. Tidak hanya pada tingkat institusional saja, karakteristik jurnalis sebagai individu juga menentukan isi teks yang merupakan hasil konstruksi dari suatu realitas.

Scheufele menjelaskan setidaknya terdapat tiga unsur yang berpotensi mempengaruhi arah pembingkaiian sebuah realitas. Unsur berpengaruh yang pertama adalah *journalist-centered influences*. Jurnalis secara aktif membentuk bingkai menjadi sebuah struktur hingga suatu informasi menjadi dapat dipercaya. Ideologi, sikap dan norma jurnalis akan mempengaruhi berita yang dia tulis. Menurut Reese dan Shoemaker (1996 : 65) gender, etnis, orientasi seks, pendidikan wartawan hingga orientasi politik wartawan juga mempengaruhi arah pembingkaiian. Namun perlu diingat bahwa jurnalis berada di bawah naungan suatu institusi media yang di dalamnya terdapat banyak kebijakan-kebijakan termasuk pihak-pihak yang berada di jajaran atas layaknya suatu organisasi. Individu jurnalis memang aktif dan menjadi pihak yang terjun langsung menghadapi realitas namun apa yang dilakukan oleh jurnalis juga berdasarkan dan dibatasi apa yang menjadi kebijakan media seperti yang dijelaskan dalam unsur kedua yang dapat mempengaruhi isi media, yaitu *organizational routines*.

Menurut Reese dan Shoemaker (1996 : 105) rutinitas media berarti sesuatu yang sudah terpola, yang sudah terutinisasi, sesuatu bentuk yang diulang-ulang, sehingga membentuk suatu rutinitas yang dilakukan oleh pekerja media setiap

hari. Hal ini dapat berupa *deadline* sebuah berita, pemilihan berita mana yang layak cetak dan layak siar atau disebut juga proses *gatekeeper*.

Unsur berpengaruh yang terakhir adalah *external sources of influence*. Hal yang mempengaruhi dalam membingkai suatu media tidak hanya dari lingkungan organisasi media. Regulasi, kedekatan media dengan kelompok kepentingan dan politisi tertentu juga memiliki dampak terhadap hasil konstruksi realitas yang dibangun. Dalam hal ini dapat dilihat kedekatan atau keterkaitan Media Indonesia dengan Surya Paloh selaku pemilik sekaligus ‘Orang penting’ pada suatu partai politik. Atau tempat dimana Pemilik media berasal yaitu Aceh. Media Indonesia akan memberi porsi yang lebih untuk berita mengenai Gempa yang terjadi di Aceh, ataupun akan meliput setiap perjalanan Surya Paloh saat berkunjung ke wilayah bencana di Aceh. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh dalam pembentukan realitas kemudian mengkonstruksi atau membangun sebuah pesan atau realitas dan hasilnya adalah bingkai berita yang disajikan kepada khalayak.

Setelah bingkai berita selesai dibangun, akan dilihat bagaimana teks berita atau sebuah bingkai berita mampu diterima oleh audiensnya. Apakah audiens dapat mengerti apa yang ingin disampaikan oleh media lewat bingkai berita (Reese dan Shoemaker 1996 : 116). Tahap inilah yang dinamakan *frame setting*. Selanjutnya tahap ini kemudian berhubungan erat dengan tahap berikutnya yaitu, *individual-level effects of framing*

Pada tahap ketiga ini akan dilihat sejauh mana berita mempengaruhi audiensnya. Apakah teks berita yang disampaikan media dapat mencapai suatu tahap kesepahaman dengan audiens. Kesepahaman tidak berarti kesamaan

pendapat terhadap sebuah realitas. Ketidaksamaan persepsi audiens bukan diartikan sebagai kegagalan media dalam menyeting pemahaman audiens. Inilah keistimewaan proses framing yang dijelaskan oleh Scheufele, proses ini merupakan sebuah proses yang kontinyu, tanpa henti. Bagi audiens yang terpengaruh dengan isu yang disampaikan, efeknya bisa beraneka. Mulai dari mempengaruhi pemikiran terhadap isu yang bersangkutan, perubahan sikap dan pandangan, hingga perubahan perilaku jika dihadapkan dengan isu yang bersangkutan (Reese dan Shoemaker 1996 : 117)

Tahap keempat, atau yang terakhir, adalah *journalist as audience*. Khalayak memberikan respon atau *feedback* terhadap isu atau realitas yang disajikan oleh media. Respon itu kemudian digunakan media sebagai salah satu *input* yang ikut mempengaruhi proses *frame building*, selain tingkat individu, organisasi, dan elit. Jurnalis memosisikan dirinya sebagai audiens, yang menerima terpaan isu dari media. Bagaimana efek yang ditimbulkan pada audiens jika mereka (jurnalis dan media) membentuk konstruksi sedemikian rupa (Reese dan Shoemaker 1996 : 117)

F. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif. Peneliti menggunakan analisis isi kualitatif untuk menganalisis teks media secara kualitatif mengenai pemberitaan isu koalisi antarpantai dalam Surat Kabar Harian Media Indonesia. Analisis isi kualitatif adalah suatu analisis isi yang lebih dalam dan

mendetail untuk memahami produk isi media dan mampu menghubungkannya dengan konteks sosial atau realitas yang terjadi sewaktu pesan dibuat. Analisis isi kualitatif bersifat sistematis, analitis tetapi tidak kaku seperti dalam analisis kuantitatif. Kategorisasi hanya dipakai sebagai *guide*, diperbolehkan konsep-konsep atau kategorisasi lain muncul selama proses riset.

Periset dalam melakukan analisis bersikap kritis terhadap realitas yang ada dalam teks yang dianalisis. Pada dasarnya analisis isi kualitatif memandang bahwa segala macam adalah teks, berita, iklan, sinetron, lagu dan simbol-simbol lainnya tidak bisa lepas dari kepentingan-kepentingan sang pembuat pesan (Kriyantono, 2007 : 247).

2. Objek Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah pemberitaan mengenai isu koalisi partai menjelang Pilpres dalam Media Indonesia. *Time Frame* mulai dari tanggal 9 April-16 Mei 2009. Pertimbangan *time frame* diambil dimulai dari tanggal berlangsungnya Pemilihan Legislatif tanggal 9 April 2009. Pada tanggal 9 April partai politik mulai gencar saling menjajaki kemungkinan untuk berkoalisi. Batas *time frame* diambil pada tanggal 16 Mei, karena pada tanggal tersebut pasangan terakhir Mega-Prabowo mengumumkan keputusan mereka untuk berkoalisi. Otomatis, proses koalisi partai pun juga akan berakhir karena telah dicapai suatu kesepakatan siapa calon yang diusung oleh suatu partai atau gabungan partai politik. Sedangkan untuk pemilihan berita didasarkan pada judul dan isi berita terkait pemberitaan koalisi partai. Peneliti akan mencermati judul dan isi berita

dan menyeleksi setiap berita yang benar-benar fokus tentang pemberitaan mengenai koalisi partai.

Selain itu pertimbangan pemilihan obyek penelitian juga difokuskan pada berita yang menjadi *headline*. Peneliti memilih *headline* dari tingkat kemenonjolannya, ditempatkan di halaman utama sebagai topik utama dengan ukuran huruf yang besar dan mudah dilihat pembaca. *Headline* memberi pemaknaan secara garis besar kepada pembaca dan memperlihatkan bagaimana wartawan menekankan makna untuk mengartikan suatu peristiwa. Bahkan pada aspek framing, *headline* merupakan tempat yang mencolok sehingga tepat untuk menonjolkan fakta tertentu agar mendapat perhatian lebih dibanding fakta lainnya (Eriyanto, 2002 : 70).

Sedangkan untuk media massa yang dipilih adalah Media Indonesia. Peneliti memilih Media Indonesia karena Media Indonesia adalah media massa besar yang dimiliki oleh seorang politisi. Ada beberapa media massa besar di Indonesia namun hanya Media Indonesia yang dimiliki oleh Politisi. Afiliasi politik seorang yang berpengaruh dalam sebuah media massa tentunya akan mempengaruhi afiliasi politik sebuah media massa. Selain itu, pemilik harian Media Indonesia juga memiliki usaha media massa besar lainnya yaitu Metro TV. Sekilas tentang Metro TV, media ini adalah stasiun televisi berita pertama yang ada Indonesia. Dalam buku “Pemilu di Layar Kaca” (2005), keberpihakan Metro TV kepada salah satu partai dalam Pemilu 2004 lalu sangat terlihat. Selain itu, Surya Paloh sebagai pemilik media terlihat menggunakan media ini untuk

mengkampanyekan dirinya dalam berbagai situasi mengingat pada saat itu Surya Paloh mencalonkan diri sebagai calon presiden konvensi partai Golkar

Hubungan kedua media ini juga terlihat dari beberapa program Metro TV yang membahas mengenai artikel, atau editorial pada SKH Media Indonesia. Alasan inilah yang membuat peneliti ingin mengetahui apakah hal serupa terjadi juga dalam SKH Media Indonesia dalam memuat berita mengenai koalisi partai menjelang Pilpres Pemilu 2009.

3. Teknik Pengumpulan data

Teknik ini terbagi menjadi 2 level yaitu, level teks dan konteks. Karena untuk mengetahui pembedaan sebuah berita tidak hanya dilihat dari teks berita tetapi juga konteks yang ada ketika berita itu ditulis.

a. Teks

Pada tingkat teks, data diambil dari berita-berita mengenai isu koalisi antarpantai dalam Media Indonesia edisi 9 April - 16 Mei 2009. Data ini berguna untuk mencermati bagaimana Media Indonesia memahami dan membingkai berita mengenai isu koalisi antarpantai. Analisis teks dalam framing merupakan suatu analisis yang mendalam karena tidak hanya menganalisis dari berapa kali sebuah teks dimuat atau hal-hal yang hanya dihitung berdasarkan jumlah atau angka.

Analisis tahap ini melihat apa sebenarnya maksud dari kata, kalimat dan paragraf secara keseluruhan dalam sebuah teks berita. Jumlah berita yang berkaitan dengan koalisi partai dalam Media Indonesia selama edisi 9 April sampai dengan 16 Mei berjumlah 57

berita. Dari ke 57 berita, dua puluh diantaranya menjadi *Headline*. Dari *headline* yang didapat kemudian diseleksi lagi menjadi tujuh berita yang benar-benar fokus membahas tentang koalisi partai saat menjelang PEMILU PILPRES 2009.

Pemilihan 7 berita juga berdasarkan pertimbangan hasil jumlah suara setelah Pemilihan legislatif 2009 yaitu Demokrat, PDIP dan Golkar yang berada pada tiga teratas. Ini mengindikasikan dengan jumlah suara yang cukup, ketiga parpol ini akan gencar melakukan koalisi untuk mengejar target minimal suara agar bisa maju pada Pilpres.

Analisis kemudian tidak hanya berhenti sampai pada tahap teks, karena teks yang dibuat oleh wartawan tentunya ada dan terjadi dalam suatu konteks sosial, budaya dan politik tertentu. Tahap selanjutnya adalah menghubungkan analisis teks dengan konteks.

b. Konteks

Pada tahap ini peneliti menggali info berkaitan dengan pemberitaan ini dengan mewawancarai Editor Media Indonesia Gaudens Suhardi, da juga wartawan yang menulis teks berita yang diteliti yaitu Maya Puspita dan Mustain. Peneliti mewawancarai mengenai profil media, struktur dan kinerja organisasi, kebijakan dan wewenang pekerja media, kebijakan redaksi dalam penentuan liputan, penyeleksian isu atau berita, dan penempatan berita dalam surat kabar, siapa yang menentukan sebuah berita menjadi *headline*, apa pertimbangannya,

apakah ada isu yang ditonjolkan atau dihilangkan. Wawancara diharapkan akan mampu menjawab pertanyaan dan hasil yang didapat pada level teks. Selain itu peneliti juga menanyakan bagaimana pendapat mereka mengenai isu koalisi itu sendiri.

Konteks tidak semata hanya dengan wawancara terhadap pihak yang berkait seperti yang disebutkan di atas, tetapi juga dapat berupa studi literatur mengenai isu yang bersangkutan, ataupun mengenai wartawan yang menulis berita. Ini akan sangat membantu peneliti untuk menemukan kesesuaian antara teks dan konteks sehingga diharapkan mampu menjawab pertanyaan mengenai bagaimana Media Indonesia mbingkai berita Isu Koalisi Partai menjelang Pilpres 2009.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model perangkat Framing dari Zhong Dang Pan dan Kosicki. Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.

Menurut Pan dan Kosicki (Eriyanto 2002 : 256) ada empat struktur yang dapat menunjukkan framing dari suatu media, yaitu :

a. Skrip

Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat

bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita.

b. Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

c. Sintaksis

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa atau pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa kedalam bentuk susunan umum berita. Sementik ini dengan demikian dapat diamati dari bagan berita (*lead*, latar, *headline*, kutipan yang diambil). Intinya ia mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita.

d. Retoris

Berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Keempat unsur ini dalam penerapan penelitian dilakukan secara dua tahap yaitu pertama dengan menganalisis tahap seleksi dan yang kedua dengan tahap saliansi atau penonjolan. Pengelompokkan ini dilakukan berdasarkan dua aspek

dalam framing yaitu memilih dan menulis berita. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat bagan dibawah ini :

Tabel 1.1
”Coding Sheet Analisis Framing Pan dan Kosicki”

	UNSUR FRAMING	YANG DIAMATI
SELEKSI	1.SKRIP	1.Realitas yang diangkat 2. Pemilihan narasumber 3.Pernyataan narasumber yang berhubungan dengan peristiwa
	2. TEMATIS	1. Tema yang muncul oleh pelibat dan narasumber. 2. hubungan antarkata
SALIANSI	3. SINTAKSIS	1. Penempatan halaman 2.Penempatan skrip dan tematis dalam struktur berita
	4. RETORIS	1.Penggunaan metafora, <i>exemplaars</i> , <i>depiction</i> , dan <i>visual image</i> 2. Makna dan fungsi unsur-unsur di atas.

(Sumber : Bahan Kuliah Analisis Isi dan Framing Danarka Sasangka)

Proses seleksi dimulai dengan melihat unsur skrip dan tematis. Unsur skrip menganalisis dari sekian banyak realitas yang ada, realitas yang mana yang dipilih oleh wartawan untuk diangkat menjadi sebuah berita. Realitas tentu saja melibatkan beberapa pihak, namun tidak semua pihak yang terlibat kemudian

dipilih untuk dijadikan narasumber. Begitupun dengan pernyataan-pernyataannya. Unsur kedua dalam proses seleksi adalah unsur tematis. Ini melihat bagaimana hubungan antarkata, kalimat serta paragraf yang dibentuk oleh wartawan dalam membentuk berita.

Struktur yang kedua adalah saliansi atau penonjolan dapat dilihat dengan menganalisis unsur sintaksis dan retorik. Setelah melewati tahap seleksi yaitu memilih dan menentukan isu apa yang diangkat, wartawan melakukan penekanan melalui unsur yang lebih detail lagi. Unsur pertama dalam proses penonjolan adalah sintaksis. Penempatan halaman sebuah teks menjadi bagian dalam proses penonjolan. Teks yang dijadikan *headline*, mempunyai kepentingan yang lebih besar dibandingkan dengan teks yang ditempatkan pada halaman lainnya. Selain itu, penempatan pernyataan dari para narasumber yang sudah dipilih dalam proses seleksi pun menjadi satu indikasi penonjolan dalam sebuah teks. Pernyataan yang ditulis di bagian akhir berita menjadi tidak sama kepentingannya dengan pernyataan narasumber-narasumber yang ditampilkan pada bagian awal teks.

Unsur yang tidak kalah pentingnya dalam sebuah proses penonjolan adalah retorik. Unsur ini melihat bagaimana wartawan melakukan penonjolan dengan pemilihan kata, *metafora*, *exemplar*, *depiction*, hingga gambar atau foto yang ditampilkan. Setelah proses seleksi dan saliansi dilakukan, dari sana akan didapat suatu kesimpulan dari analisis teks. Kesimpulan itulah yang menggambarkan *frame* media terhadap suatu peristiwa atau realitas.

Pemilihan model framing Pan dan Kosicki sesuai dengan topik penelitian karena struktur analisis dalam Pan dan Kosicki begitu detail dibanding dengan

model framing yang lain. Penganalisisan teks berita sangat terstruktur dan detail karena dilihat bagian per bagian. Bahkan siapa pelantun dan pelibat wacana pun menjadi hal yang perlu untuk diamati karena dianggap menjadi faktor pendukung pembingkai suatu realitas dalam sebuah berita. Selain itu penempatan suatu tema dalam satu paragraf tertentu menjadi unsur yang penting untuk dicermati seperti rumus piramida terbalik dalam penulisan sebuah berita. Dimana hal yang penting akan diletakkan pada paragraf awal sebuah berita. Begitu juga dengan penempatan sebuah berita dalam halaman media massa. Dengan model framing Pan dan Kosicki, aspek seleksi dan saliansi sebuah berita akan dapat dianalisis dengan lebih terstruktur dan detail sehingga nantinya akan dapat dilihat bagaimana Media Indonesia membingkai dan mengkonstruksi beritanya terkait Isu Koalisi Partai.

Alasan lainnya adalah dalam penelitian ini peneliti ingin menemukan bagaimana pembingkai Media Indonesia mengenai Isu Koalisi Partai. Berita mengenai politik yang ditemukan ternyata banyak menggunakan metafor dan faktor pemilihan narasumber juga sangat menentukan bentuk bingkai berita. Model Pan dan Kosicki menurut peneliti dapat mencakupi kesemua hal yang peneliti butuhkan dalam menganalisis.