

**BINGKAI BERITA PEMILIHAN GUBERNUR BALI**  
**(Analisis Framing Berita Kampanye Pemilihan Gubernur Bali 2013-2018 pada Surat**  
**Kabar Harian Bali Post dan Surat Kabar Harian Fajar Bali**  
**Edisi 28 April 2013 – 11 Mei 2013)**

**I Gede Titah Pratyaksa / Bonaventura Satya Bharata, SIP., M.Si**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**  
**Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281**

**ABSTRAK**

Penelitian ini fokus untuk melihat bagaimana *frame* yang dibentuk oleh dua media lokal Bali dalam menilai suasana Pemilihan Gubernur 2013. Lebih dalam lagi, peneliti ingin mengetahui bagaimana pers lokal, yakni SKH Bali Post dan SKH Fajar Bali mengemas pemberitaan isu lokal yang menasional, yakni bagaimana membingkai kampanye Pemilihan Gubernur Bali 2013 yang dilakukan oleh masing-masing cagub dan cawagub. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan datanya dan analisis *framing* sebagai metode analisis data. Proses penelitian dimulai dengan menganalisis total 12 berita teks utama dengan menggunakan perangkat *framing* model Zongdhang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dari penggabungan analisis level teks dan konteks, peneliti menyimpulkan bahwa pembingkaiian kampanye yang dilakukan SKH Bali Post untuk PAS adalah ke hal positif, dan SKH Fajar Bali untuk Pastikerta adalah ke hal positif. Pembingkaiian terhadap kampanye Pilgub Bali 2013 dihasilkan melalui kebijakan redaksional Bali Post dan Fajar Bali yang tidak lepas dari berbagai faktor, diantaranya sikap, ideologi dan rutinitas media.

Kata Kunci: Pastikerta, PAS, pers lokal, kampanye Pilgub Bali, analisis *framing*.

**A. Latar Belakang**

Pada tanggal 15 Mei 2013, Provinsi Bali telah menyelenggarakan pemilihan Gubernur Bali periode 2013 – 2018. Menjelang pemilihan Gubernur, terlihat jelas usaha masing-masing kandidat untuk merebut hati masyarakat. Selain melaksanakan kegiatan kampanye langsung, masing-masing kandidat juga lihai dalam memanfaatkan peluang pencitraan di media massa, salah satunya adalah surat kabar harian. Surat kabar harian dinilai mampu merambah ke seluruh lapisan masyarakat. Harga yang relatif terjangkau serta sifatnya yang tahan lama juga

menjadi alasan mengapa surat kabar harian banyak diminati sebagai salah satu sarana kampanye.

Peristiwa politik sangat menarik untuk disimak, dalam hal ini pemilihan Gubernur, di mana momen ini merupakan agenda terpenting yang tak boleh terlewatkan untuk diberitakan oleh media. Media dan peristiwa politik merupakan satu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan. Hubungan keduanya sangat kompleks, saling menguntungkan, juga saling melengkapi. Pelaku politik, perorangan maupun partai, media massa berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan politik mereka kepada khalayak dengan cara yang santun (karena melalui perantara media massa). Tujuannya hanya satu yakni konstruksi opini publik yang akan sangat mempengaruhi hasil pencapaian politik. Sedangkan bagi wartawan, peristiwa politik merupakan peristiwa yang memiliki nilai berita (*news values*) untuk dijadikan sebagai sumber produksi pesan-pesan politik.

Di Bali ada banyak surat kabar harian, seperti surat kabar harian (SKH) Bali Post, Fajar Bali, Nusa Bali, Radar Bali, Metro Bali, Bisnis Bali, Denpasar Post. Dalam hal ini penulis memilih SKH Bali Post dan SKH Fajar Bali. Kedua surat kabar tersebut banyak dipilih, baik oleh para kandidat ataupun pembaca karena merupakan media cetak terbesar di Bali. Berita mengenai pemilihan Gubernur termasuk kegiatan kampanye sangat menyedot perhatian khalayak mengingat kegiatan ini merupakan pesta demokrasi terbesar di daerah. Apalagi para kandidat yang menjadi peserta pemilihan Gubernur merupakan tokoh-tokoh yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Bali.

Ada pun pemilihan Gubernur Bali 2013 diikuti oleh dua pasang kandidat, yakni pasangan nomor urut 1 yakni A.A. Ngurah Puspayoga dan Dewa Sukrawan (PAS) serta pasangan nomor urut 2 yakni I Made Mangku Pastika dan Ketut Sudikerta (Pastikerta). Adapun dalam rentan waktu kampanye resmi, yakni tanggal 28 April 2013 – 11 Mei 2013, SKH Bali Post memberitakan 60 berita. Sedangkan Fajar Bali memberitakan 81 berita.

Berita seputar pemilihan Gubernur Bali ini menarik untuk dikaji. Peneliti ingin melihat bagaimana SKH Bali Post dan SKH Fajar Bali memposisikan diri dalam pemberitaan mengenai pemilihan Gubernur Bali. Apakah media bersifat netral dengan mewadahi berbagai wacana yang berkembang seputar pilkada Bali, atau memiliki kecenderungan tertentu dalam memaparkan fakta. Disamping itu, tentu media memiliki politik (ideologi) masing-masing, sehingga dalam membingkai atau mengemas suatu fakta realita menjadi berita tentu akan berbeda satu dengan yang lain.

Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan metode analisis *framing*. Salah satu prinsip framing mengatakan bahwa wartawan dapat menerapkan standar kebenaran,

objektifitas, serta batasan-batasan tertentu dalam mengolah dan menyuguhkan berita. Analisis *framing* mengungkapkan bahwa wacana yang dihasilkan media massa mempunyai peran yang sangat strategis dalam menentukan apa yang penting bagi publik dan dan beraneka macam isu maupun persoalan yang hadir dalam wacana publik.

Dalam hal ini wartawan cenderung menyertakan pengalaman dan pengetahuan mereka menjadi skema interpretasi dalam menkonstruksikan realitas. Wartawan juga cenderung membatasi atau menyeleksi sumber berita dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif yang muncul dalam wacana media sehingga menimbulkan pemaknaan tertentu terhadap suatu realitas. Selain itu, analisa pendekatan *framing* sampai pada tataran untuk mengetahui bagaimana cara pandang wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Hal ini tidak ada dalam metode analisis lainnya, seperti *agenda setting*, analisis isi, semiotik maupun analisis wacana.

Untuk melihat konstruksi media atas pemilihan Gubernur Bali, penulis juga melakukan *review* terhadap dua penelitian terdahulu terkait dengan pemberitaan dan analisis *framing*, khususnya yang menggunakan metode *framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Pertama adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Anggun Via Grasma Wahyu Umbara, Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), dengan judul *Pemberitaan Kasus Kecelakaan Bus Sumber Kencono di Surat Kabar Harian Jawa Pos pada Edisi 13 September 2011) tahun 2013*.

Dalam hal ini, Umbara ingin melihat bagaimana media memposisikan diri dalam pemberitaan mengenai kecelakaan bus Sumber Kencono yang sering terjadi dan memakan banyak korban jiwa. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat dua *frame* yang digunakan oleh Harian Jawa Pos, yakni *frame* pertama tentang pemaparan fakta-fakta atas kasus kecelakaan yang terjadi antara bus Sumber Kencono dengan minibus tersebut mengakibatkan 20 korban tewas.

Sedangkan *frame* kedua mengenai kesaksian penumpang Sumber Kencono dan minibus ELF. Dari kesaksian tersebut, Jawa Pos ingin menjelaskan bahwa sebagian besar penumpang tertidur saat kejadian, sehingga tidak mengetahui dengan pasti penyebab kecelakaan. Yang mereka tahu hanya ketika bangun mereka terluka dan mendapati keluarga serta kerabat mereka turut menjadi korban jiwa dalam kecelakaan tersebut (Umbara, 2013).

Penelitian selanjutnya adalah yang telah dilakukan oleh Bernadetha Dian Saraswati, Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), dengan judul *Pemberitaan Dugaan Pemalsuan Koleksi Museum Radya Pustaka Solo di Surat Kabar Harian Solopos*. Di sini, Saraswati ingin melihat bagaimana suatu

peristiwa diberitakan di media massa serta bagaimana *frame* yang digunakan Harian Solopos dalam pemberitaan dugaan pemalsuan koleksi wayang kulit di Museum Radya Pustaka. Dari sana, Bernadetha menemukan dua *frame* yang digunakan oleh Harian Solopos, yaitu membenaran adanya wayang palsu di Museum Radya Pustaka yang disampaikan dengan kemarahan, sedangkan kasus tersebut masih dalam taraf diduga, dan proses penelusuran keaslian wayang yang lebih dipercayakan pada budayawan Solo (Saraswati, 2011).

Sementara pemilihan SKH Bali Post dan SKH Fajar Bali sebagai media yang diteliti karena merupakan surat kabar lokal yang secara intensif memberitakan pemilihan Gubernur Bali. Yang pertama adalah SKH Bali Post. SKH Bali Post memiliki konflik terdahulu dengan Pemerintah Provinsi Bali, khususnya Gubernur Bali 2009-2013, I Made Mangku Pastika. Adapun konflik yang dimaksud adalah pada tanggal 19 September 2011, Bali Post sempat memuat *headline* “Pascabentrok Kemoning-Budaga, Gubernur: Bubarkan Desa Pakraman”.

Mangku Pastika berang dan merasa bahwa pihaknya tidak pernah melontarkan pernyataan tersebut. Mangku Pastika semakin kesal ketika ucapannya dihadapan sidang DPRD Bali, menurut Mangku Pastika, diplintir kembali oleh Bali Post, sehingga Mangku Pastika mengajukan gugatan perdata. Dan pada akhirnya, Pengadilan Negeri Denpasar memutuskan bahwa SKH Bali Post memang benar telah membuat berita bohong.

“...Robert Khuana menyampaikan, putusan Pengadilan Tinggi telah menguatkan berita itu adalah berita bohong. Kalaupun kasasi, dia menjelaskan, MA tidak akan melihat adanya fakta, melainkan isi dari putusan dan melihat fakta hukum yang ada. “Pengadilan sudah memastikan apa yang disampaikan penggugat adalah benar bahwa berita itu berita bohong,” (<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/396313-digugat-gubernur--bali-post-kalah-lagi-tingkat-banding>, diakses tanggal 11 Juli 2013, pukul 18.00 WIB).

Selama masa kampanye, mayoritas berita SKH Bali Post memuat tentang pasangan PAS. Sedangkan pasangan Pastikerta hanya ada beberapa berita. Perbedaannya, jika pemberitaan PAS adalah berita yang positif, maka pemberitaan tentang Pastikerta adalah berita yang negatif. Dengan adanya ‘konflik’ di atas, peneliti ingin melihat bagaimana dinamika proses pemingkanaan berita di ruang berita atau *newsroom* SKH Bali Post selama masa kampanye pemilihan Gubernur Bali 2013-2018.

Media kedua yang peneliti pilih adalah SKH Fajar Bali. Peneliti memilih SKH Fajar Bali karena media ini termasuk salah satu media yang mendukung program Gubernur Bali sebelumnya, Pastika. Seperti yang terlihat pada berita yang dimuat Fajar Bali tanggal 30 April 2013 dengan judul ‘Program Langsung Untuk Rakyat Sudah Banyak Terealisasi’.

“...menurut Teneng, keberpihakan Pemprov Bali pada upaya peningkatan kesejahteraan rakyat tercermin dari besarnya alokasi dana untuk membiayai berbagai program pro rakyat. Untuk JKBM misalnya, mulai tahun 2010 dialokasikan anggaran sebesar Rp. 181,25 milyar. Selanjutnya pada tahun 2011, 2012, dan

2013, dana yang dialokasikan berturut-turut sebesar Rp. 182,55 milyar, Rp. 235,95 milyar dan Rp. 242,97 milyar...”

Selain itu, Fajar Bali yang tergabung dalam Asosiasi Media Bali (AMB) pernah memberikan penghargaan insan pers kepada Gubernur Bali, Pastika, pada tanggal 13 Mei 2013 atas keberanian menggugat media atas berita bohong (media yang dimaksud adalah SKH Bali Post). Menilik hal tersebut, peneliti juga ingin melihat bagaimana dinamika proses pemingkanaan berita di ruang berita atau *newsroom* SKH Fajar Bali selama masa kampanye pemilihan Gubernur Bali 2013-2018.

## B. Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Bingkai Berita Pemilihan Gubernur Bali 2013-2018 Pada SKH Bali Post dan SKH Fajar Bali 28 April 2013 – 11 Mei 2013.

## C. *Frame* Analisis SKH Bali Post dari Keseluruhan Teks

### C.1. SKH Bali Post

Setelah melakukan analisis pada artikel berita yang telah diseleksi, peneliti kemudian menemukan beberapa *frame* dari berita-berita yang sudah dipilih yang berkaitan tentang pemberitaan kampanye Pilgub Bali yang dilakukan oleh SKH Bali Post, sebagai berikut:

#### *Frame* dari Setiap Berita Bali Post

No.	Judul Artikel – Edisi	<i>Frame</i>
1	Ajag Bali Harga Mati – 29 April 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Bali Post dalam berita ini yaitu kesungguhan Puspayoga untuk mengajegkan Bali yang disampaikan dengan tegas dan berani.
2	Ciptakan Pemerintahan Bersih – 1 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Bali Post dalam berita ini yaitu Bali butuh pemimpin bersih yaitu Puspayoga yang sudah terbukti bersih ketika menjabat sebagai Walikota Denpasar.
3	Puspayoga Percepat Pengentasan Kemiskinan – 5 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Bali Post dalam berita ini yaitu tekad Puspayoga untuk mengentaskan kemiskinan melalui pemerataan pembangunan dan ekonomi di seluruh kabupaten/kota di Provinsi Bali.
4	Gerakan Rakyat Bali Tegakkan Kejujuran dan Pemerintahan Bersih – 6 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Bali Post dalam berita ini yaitu rakyat Bali butuh pemimpin merakyat yakni Puspayoga yang sudah terbukti sederhana, dekat dengan masyarakat, merakyat.
5	Pertanian Bali Jalan di Tempat– 8 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Bali Post dalam berita ini yaitu sektor pertanian Bali tidak mengalami kemajuan karena pertumbuhan kecil yakni 2,1 persen.
6	Pilih Pemimpin yang Ajegkan Bali – 10 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Bali Post dalam berita ini yaitu <i>krama</i> Bali menginginkan Gubernur yang mampu mengajegkan Bali, mereka menginginkan PAS (Puspayoga Sukrawan) terpilih menjadi Gubernur Bali 2013 – 2018.

Berdasarkan *frame* yang sudah ditemukan peneliti dari masing-masing berita, maka peneliti akan menemukan benang merah mengenai *frame* besar mengenai pemberitaan kampanye Pilgub Bali 2013-2018. Untuk menemukan *frame* besar SKH Bali Post, peneliti mencari keterikatan artikel satu dan lainnya untuk menemukan ‘kunci’ jawaban dari tujuan penelitian ini. Ada beberapa *frame* terhadap pemberitaan kampanye Pilgub Bali yang dibentuk Bali Post, yaitu:

**Frame pertama** yang ditemukan oleh peneliti berdasarkan analisis yang telah dilakukan, adalah **Cagub Bali Puspayoga Tegas Ajegkan Bali**. *Frame* ini diperkuat dengan teks-teks berita tentang kata-kata Puspayoga yang rela mengorbankan jiwa raganya untuk mengajegkan Bali. **Frame kedua, Puspayoga adalah Calon Pemimpin Yang Bersih**. *Frame* ini diperkuat dengan fakta, yakni ketika Puspayoga ketika menjabat sebagai Walikota Denpasar, dia merupakan kepala daerah pertama yang mengundang KPK ke Bali untuk membuat MoU pencegahan dan penanganan korupsi. **Frame ketiga, Puspayoga Pemimpin Yang Merakyat**. *Frame* ini diperkuat dengan teks berita yang menjelaskan bahwa hadirnya ribuan masyarakat Bali dan gubernur DKI Jakarta, Joko Widodo, menunjukkan bahwa Puspayoga memang pemimpin yang merakyat. **Frame keempat, Krama Bali Butuh Puspayoga Untuk Ajegkan Bali**. *Frame* ini diperkuat dengan teks berita tentang fakta dari jajak pendapat yang dilakukan Bali Post. Hasil jajak pendapat tersebut mengungkapkan 60,3 persen masyarakat Bali memilih PAS Sebagai pemimpin yang mampu ajegkan Bali dibandingkan Pasti-Kerta yang hanya 38,6 persen.

Dari berita-berita mengenai kampanye Pilgub Bali selama periode resmi kampanye 28 April 2013 – 11 Mei 2013, SKH Bali Post telah membingkai berita kampanye yang dilakukan oleh cagub-cawagub PAS ke arah positif. Bali Post cenderung pro ke PAS, di mana secara umum Bali Post mengangkat *frame* besar **Bali Membutuhkan Puspayoga untuk mewujudkan Bali yang Lebih Baik**. Mereka tidak menampilkan pemberitaan kampanye Pastikerta. Dari empat poin yang penulis masukkan dalam analisis teks tampak jelas bahwa bingkai berita kampanye PAS dalam SKH Bali Post 28 April 2013 – 11 Mei 2013 cenderung bersifat positif.

## **C.2. SKH Fajar Bali**

Setelah melakukan analisis pada artikel berita yang telah diseleksi, peneliti kemudian menemukan beberapa *frame* dari berita-berita yang sudah dipilih yang berkaitan tentang pemberitaan kampanye Pilgub Bali yang dilakukan oleh SKH Fajar Bali, sebagai berikut:

### **Frame dari Setiap Berita Fajar Bali**

No.	Judul Artikel - Edisi	Frame
1	Kemelut Surat Suara Berlanjut – 29 April 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Fajar Bali dalam berita ini yaitu membenaran adanya ketidakberesan di internal KPU karena KPU mencantumkan gambar PDIP di surat suara Pilgub
2	Salah Pilih, Indonesia Akan Kehilangan – 1 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Fajar Bali dalam berita ini yaitu masyarakat Bali jangan sampai salah pilih Gubernur, pilih Pasti-Kerta yang sudah terbukti program-programnya.
3	Dituding Provokatif, ‘Bali Post’ Dibakar – 3 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Fajar Bali dalam berita ini yaitu pemberitaan koran Bali Post provokatif yang dibuktikan dengan kemarahan.
4	Wacik: Pilih Yang Sudah Terbukti – 6 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Fajar Bali dalam berita ini yaitu Pilih Gubernur Yang Sudah Terbukti Kepemimpinannya yakni Made Mangku Pastika.
5	Pemprov Buka Posko JKBM – 8 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Fajar Bali dalam berita ini yaitu Kesungguhan Pemprov Bali meningkatkan layanan JKBM dengan dibukanya Posko JKBM.
6	PAS Tak Siap Lanjutkan Debat – 10 Mei 2013	<i>Frame</i> Surat Kabar Harian Fajar Bali dalam berita ini yaitu Kepastian PAS untuk tidak melanjutkan debat karena tidak siap.

Berdasarkan *frame* yang sudah ditemukan peneliti dari masing-masing berita, maka peneliti akan menemukan benang merah mengenai *frame* besar mengenai pemberitaan kampanye Pilgub Bali 2013-2018. Untuk menemukan *frame* besar SKH Fajar Bali, peneliti mencari keterikatan artikel satu dan lainnya untuk menemukan ‘kunci’ jawaban dari tujuan penelitian ini. Ada beberapa *frame* terhadap pemberitaan kampanye Pilgub Bali yang dibentuk Fajar Bali, yaitu:

**Frame pertama** yang ditemukan oleh peneliti berdasarkan analisis yang telah dilakukan, adalah **Pilih Pastika Yang Sudah Terbukti Program-Programnya**. *Frame* ini diperkuat teks berita tentang pernyataan Wiranto akan prestasi Pastika yang sudah diakui oleh dunia internasional, serta program-program yang telah sukses. **Frame kedua, Pemberitaan Bali Post Provokatif**. *Frame* ini diperkuat dengan fakta, yakni pemberitaan Bali Post yang tidak berimbang dan provokatif, serta adanya gerakan sekelompok masyarakat yang melakukan ritual ‘pengabenan’ untuk koran Bali Post sebagai bentuk kekecewaan mereka karena berita yang provokatif. **Frame ketiga, Pastika Tingkatkan Layanan JKBM**. *Frame* ini diperkuat dengan teks berita yang menjelaskan dibukanya Posko JKBM bagi warga yang mengalami kendala untuk mendapatkan JKBM, mengingat terjadi penyembunyi kartu e-JKBM oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab. **Frame keempat, PAS Tidak Siap Lanjutkan Debat**. *Frame* ini diperkuat dengan teks berita tentang keputusan mendadak pihak PAS untuk tidak ikut debat, padahal jauh hari sebelumnya Pasti-kerta dan PAS sudah sepakat untuk ikut debat hingga akhir. Ketidaksiapan PAS itu terlihat dari keputusan

mendadak tidak ikut debat, serta alasannya yang ingin dekat dengan rakyat melalui persembahyangan bersama.

Dari berita-berita mengenai kampanye Pilgub Bali selama periode resmi kampanye 28 April 2013 – 11 Mei 2013, SKH Fajar Bali telah membingkai berita kampanye yang dilakukan oleh cagub-cawagub Pastikerta dengan *frame* besar **Pilih Pastika yang sudah siap dan terbukti kepemimpinannya untuk Bali ke depan**. Fajar Bali cenderung pro ke Pastikerta, walaupun dalam pemberitaan mereka juga berusaha untuk netral. Mereka juga menampilkan pemberitaan kampanye PAS walau porsinya sedikit. Dari empat poin yang penulis masukkan dalam analisis teks tampak jelas bahwa bingkai berita kampanye Pastikerta dalam SKH Fajar Bali 28 April 2013 – 11 Mei 2013 cenderung bersifat positif.

#### **D. Proses Framing Dietram A. Scheufele (Bali Post dan Fajar Bali)**

*Frame building* merupakan tahap yang menunjukkan bahwa dalam redaksi media ada peran aktor-aktor vokal, tekanan organisasional, dan ideologi media. Bali Post jika dilihat dari ideologi merupakan media yang kontra dengan kebijakan pemerintah. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Alit Purnata selaku Redaktur Pelaksana Bali Post. Putu mengungkapkan bahwa wartawan Bali Post tidak pernah dilibatkan dalam penentuan *angle* berita dalam rapat redaksi. Dalam rapat redaksi pengambil keputusan adalah para eksekutif yang memegang jabatan tinggi di redaksi Bali Post. Sedangkan Fajar Bali jika dilihat dari ideologi merupakan media yang pro dengan kebijakan pemerintah. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ida Bagus Putu Bagus selaku Redaktur Pelaksana Fajar Bali. Putu mengungkapkan bahwa wartawan Fajar Bali tidak pernah dilibatkan dalam penentuan *angle* berita dalam rapat redaksi. Dalam rapat redaksi pengambil keputusan adalah para eksekutif yang memegang jabatan tinggi di redaksi Fajar Bali.

Para elite merupakan awal dari segala pandangan media terhadap suatu isu tertentu. Selanjutnya pandangan para elit di Bali Post dan Fajar Bali dengan cara-cara tertentu baik itu melalui diskusi atau obrolan dengan wartawan, maupun dengan wartawan melihat pola pemilihan *angle* para elite terhadap isu tersebut, sampai ke wartawan dan dengan demikian apa yang menjadi cara pandang elit merupakan cara pandang wartawan juga. Tekanan organisasional dalam rutinitas media Bali Post dan Fajar Bali tidak terlalu berpengaruh dalam terbentuknya *angle* berita. Para elit dalam redaksi maupun jabatannya sebagai pemangku kepentingan modal tidak memberikan tekanan-tekanan secara organisasional misalnya saja mengatur bahwa wartawan harus meliput sebuah berita tertentu dengan *angle* yang sudah ditentukan. Wartawan masih dibebaskan untuk berkreasi dan kritis ketika berada di lapangan

dan menulis berita, namun setelah berita yang ditulis sampai kepada redaktur atau editor, itu merupakan wewenang dari editor untuk mengurangi, menambahkan atau bahkan mengubah isi tulisan yang sudah dibuat oleh wartawan.

Selain para elite, pembangunan *frame* juga ditentukan oleh ideologi media. Jika dilihat dari hubungan kerjasama, Bali Post cenderung dekat Puspayoga, dan Fajar Bali dekat dengan Pastika. Hal ini tentu mempengaruhi perjalanan masing-masing media, baik Bali Post dan Fajar Bali hingga kini. Selama masa kampanye, Bali Post tidak pernah menjelek-jelekkkan Puspayoga, namun cenderung mengkritisi Pastika. Bali Post mengakui memiliki kedekatan dengan Puspayoga, karena pihak Puspayoga memasang iklan di Bali Post, dan visi misi Bali Post dengan Puspayoga juga sama, yakni sama-sama mengajegkan Bali. Sedangkan Pastika tidak mau memasang iklan, walaupun sudah ditawarkan Bali Post untuk memasang iklan. Selain itu, Fajar Bali tidak pernah menjelek-jelekkkan Pastika, namun juga hanya sedikit mengkritisi Puspayoga. Fajar Bali juga memiliki kedekatan dengan Pemprov Bali, dalam hal ini Pastika.

Untuk ***frame media***, peneliti menyimpulkan bahwa *frame* Bali Post terhadap Pastika adalah sebagai pesaing Puspayoga, namun walaupun Pastika yang menang tetap saja kampanye Puspayoga tergolong berhasil karena suara yang didapatkan masing-masing calon sangatlah beda tipis, yakni beda 996 suara (0,04 persen). Selain itu, bagi Bali Post, Pastika juga merupakan calon yang perlu dikritisi karena bersaing dengan calon yang didukung oleh Bali Post, yaitu Puspayoga. Sedangkan bagi Fajar Bali, Puspayoga juga merupakan calon yang perlu dikritisi karena bersaing dengan calon incumbent yang didukung oleh Fajar Bali, yakni Pastika.

Setelah diketahui *frame building* dan *frame media* Bali Post dan Fajar Bali, maka peneliti melakukan analisis terhadap ***frame setting***. Tahap ini akan menunjukkan bagaimana media melakukan penonjolan atau saliansi dan seleksi terhadap suatu fakta, berdasarkan *frame media* yang sudah dibentuk. Tujuan dari *frame setting* ini adalah untuk menjadikan *frame media* agar bisa menjadi *frame audiens*. Bali Post ingin menjadikan diri sebagai media yang gencar melakukan kritik terhadap Pastika pada masa kampanye Pilgub Bali 2013, begitupula halnya dengan Fajar Bali melakukan kritik terhadap Puspayoga namun tak segencar Bali Post. Namun baik Bali Post ataupun Fajar Bali juga menyadari bahwa kaidah penulisan berita jurnalistik tetap harus dipenuhi, termasuk untuk melakukan *cover both side*.

Agar *frame media* bisa menjadi *frame audience*, maka Bali Post dan Fajar Bali merasa bahwa langkah yang mereka lakukan dengan mengkritisi Pastika (Bali Post) dan Puspayoga

(Fajar Bali) adalah langkah yang tepat dan sesuai dengan harapan. Mereka yakin bahwa berita yang mereka buat tentang masing-masing calon gubernur, pembaca akan memiliki *frame* yang sama, dan mereka meyakini bahwa pembacanya sudah mampu mengambil sikap secara bijak.

Selanjutnya peneliti melakukan analisis di tahap *individual level effect of framing*. Tahapan ini dilakukan untuk melihat bagaimana dampak dari *frame* media yang mempengaruhi *frame audience* akan mempengaruhi sikap, kebiasaan, dan respon dari audiens atau pembaca. Hal ini tidak dijelaskan dalam pembahasan ini karena penelitian ini memang tidak memberikan penjelasan tentang hubungan antara *frame* media dan dampaknya terhadap individu yang berperan sebagai pembaca, maka dari itu penelitian ini tidak bisa menjelaskan dampak keseluruhan teks berita yang diteliti terhadap pembacanya, apakah pengetahuan dan pandangan pembaca kemudian berubah sesuai dengan *frame* media atau pandangan pembaca tidak berubah setelah mereka membaca teks berita. Jika jawaban atau hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada perubahan kepada pembaca setelah mereka membaca teks berita, maka bukan berarti proses framing gagal. Dietram mengungkapkan bahwa berpengaruh atau tidaknya terhadap audiens dipengaruhi oleh beberapa hal seperti perbedaan referensi dan lingkungan sekitar para pembacanya, maka tepat dikatakan jika tidak ada perubahan pada audiens setelah membaca teks berita tersebut dikarenakan perbedaan referensi juga lingkungan tempat mereka berada, yang lebih intens memberikan pengetahuan atau pandangan-pandangan baru kepada mereka.

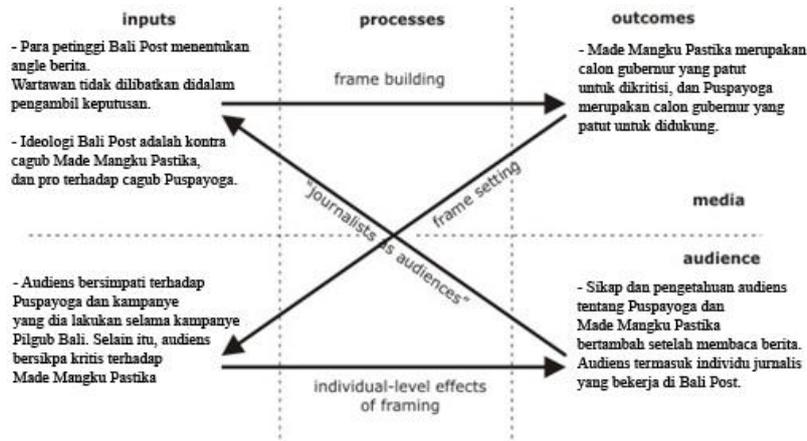
Setelah mengetahui hal tersebut, maka fokus penelitian peneliti dalam tahap ini adalah untuk menjelaskan bagaimana konsumsi Bali Post dan Fajar Bali oleh publik, merujuk pada analisis level konteks yang dilakukan oleh peneliti. Hal ini karena dengan mengetahui bagaimana publik mengkonsumsi atau membaca Bali Post dan Fajar Bali, maka telah diketahui bahwa penyampaian *frame* itu telah terjadi. Media profile Bali Post menunjukkan bahwa Bali Post memiliki tiras 108.502 ekslembar dan 97,13% dari total tiras tersebut tersebar di daerah Bali. Sisanya tersebar di Jawa (0,53%), Lombok (2,16%), dan Sumbawa (0,18%). Fajar Bali memiliki tiras 17.000 ekslembar dan 69,10% dari total tiras tersebut tersebar di daerah Bali, sisanya tersebar di NTT (18,91 %) dan NTB (11,90%). Hal ini menunjukkan bahwa pembaca Bali Post dan Fajar Bali berada dalam ruang lingkup yang kecil apabila dibandingkan dengan media massa lain yang 100% tirasnya tersebar di seluruh Indonesia.

Pembaca Bali Post dan Fajar Bali merupakan masyarakat dengan status sosial A dan B. Media profile Bali Post pada tahun 2012 menyebutkan bahwa dilihat dari jenis kelamin, pembaca Bali Post 64% adalah laki-laki dan 36% adalah perempuan. Bali Post menyasar para pembaca yang memiliki profesi sebagai pegawai negeri/BUMN (39%), pegawai swasta (15%), pengusaha (11%), pelajar (19%), ibu rumah tangga (5%), dan lain-lain (4%). Berdasarkan Strata Ekonomi Sosial (SES) didominasi oleh SES B sebesar 64%, disusul dengan SES C1 24%, SES A2 sebesar 20%, A1 sebesar 18%, SES C2 sebesar 8%, SES D sebesar 4%, dan SES E sebesar 1%. Media profile Fajar Bali pada tahun 2012 menyebutkan bahwa dilihat dari jenis kelamin, pembaca Fajar Bali 80% adalah PNS, 10% mahasiswa, dan umum 1%.

Tahap terakhir proses framing model Dietram A. Scheufele adalah *journalist as audience*. Selain menjadi individu jurnalis, wartawan juga berperan sebagai *audiens*. Pada tahapan ini, Scheufele memandang jurnalis sebagai audiens yang turut melakukan konsumsi teks berita. Wartawan Bali Post mengakui bahwa memang pemberitaan di Bali Post sifatnya kontra kepada kebijakan-kebijakan pemerintah, namun ia juga mengelak bahwa dirinya mendukung PAS. Ia mengatakan bahwa ia hanya sebagai penyambung lidah. Wartawan Fajar Bali mengakui bahwa pemberitaan di Fajar Bali sifatnya pro terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. Ia mengatakan bahwa sebelumnya pencalonan Pastikerta sudah diprediksi menang. Walaupun demikian diakui bahwa dalam mereka bekerja, mereka tidak pernah mendapatkan penjelasan secara langsung tentang *frame* apa yang akan dibentuk. Mereka meliput ke lapangan dan tetap menulis berita berdasarkan kreativitas mereka. Walaupun demikian, kembali lagi ke level *frame building* di mana yang menentukan tulisan itu layak atau tidak diangkat adalah para elite (redaktur dan editor) yang sebelumnya sudah melakukan rapat tentang *angle* apa yang akan digunakan.

Peneliti menampilkan kembali bagan proses framing Dietram A. Scheufele yang telah menunjukkan hasil analisis terhadap proses pembangunan *frame* Bali Post terhadap pemberitaan kampanye Pilgub Bali:

### Framing Dietram A. Scheufele SKH Bali Post

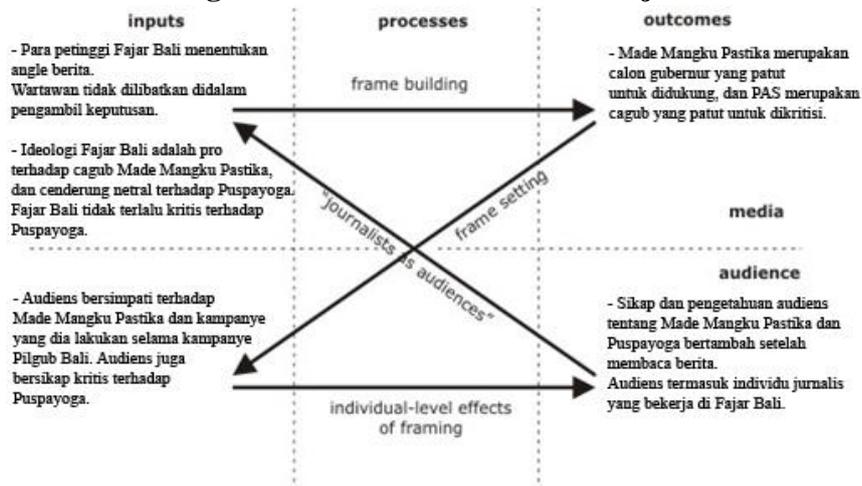


Gambar 3.1. Proses Framing Fajar Bali berdasarkan teori Dietram A. Scheufele

Terdapat perbedaan antara hasil analisis level teks dan hasil analisis level konteks. Pada level teks sangat terlihat bahwa tidak ada satupun berita yang menjelaskan berita negatif tentang Pastika. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap Pastika, di mana tidak sejalan dengan hasil wawancara yang merupakan metode analisis level konteks. Narasumber mengatakan bahwa tidak benar Bali Post mendukung cagub Puspayoga, mereka hanya ingin mendukung siapapun cagub yang akan mengajegkan Bali. Cagub itu bisa Puspayoga ataupun Pastika. Namun terlepas dari hal tersebut, secara individu mereka bebas menentukan pilihan mereka. Mereka bisa memilih sesuai dengan hati nurani mereka, baik itu memilih Puspayoga ataupun Pastika.

Sedangkan hasil analisis terhadap proses pembangunan *frame* Fajar Bali terhadap pemberitaan kampanye Pilgub Bali:

### Framing Dietram A. Scheufele SKH Fajar Bali



Gambar 3.1. Proses Framing Fajar Bali berdasarkan teori Dietram A. Scheufele

Terdapat persamaan antara hasil analisis level teks dan hasil analisis level konteks. Pada level teks sangat terlihat bahwa tidak ada satupun berita yang menjelaskan berita negatif tentang Pastika. Hal ini menunjukkan dukungan terhadap Pastika, di mana sejalan dengan hasil wawancara yang merupakan metode analisis level konteks. Narasumber mengatakan bahwa memang benar Fajar Bali menjalin kerjasama dengan pemprov Bali, dalam hal ini Pastika. Namun terlepas dari hal tersebut, secara individu mereka bebas menentukan pilihan mereka. Mereka bisa memilih sesuai dengan hati nurani mereka, baik itu memilih Pastika ataupun Puspayoga.

## **E. Kesimpulan dan Saran**

Bali Post mengangkat *frame* besar **Bali Membutuhkan Puspayoga untuk mewujudkan Bali yang Lebih Baik**. Mereka tidak menampilkan pemberitaan kampanye Pastikerta. Dari empat poin yang penulis masukkan dalam analisis teks tampak jelas bahwa bingkai berita kampanye PAS dalam SKH Bali Post 28 April 2013 – 11 Mei 2013 cenderung bersifat positif. SKH Fajar Bali mengangkat *frame* besar **Pilih Pastika dan Sudikerta yang sudah siap dan terbukti kepemimpinannya untuk Bali ke depan**. Fajar Bali cenderung pro ke Pastikerta, walaupun dalam pemberitaan mereka juga berusaha untuk netral. Mereka juga menampilkan pemberitaan kampanye PAS walau porsi sedikit. Dari empat poin yang penulis masukkan dalam analisis teks tampak jelas bahwa bingkai berita kampanye Pastikerta dalam SKH Fajar Bali 28 April 2013 – 11 Mei 2013 cenderung bersifat positif.

Peneliti berharap, selanjutnya ada penelitian yang sama dengan menggunakan metode framing lain misalnya model William Gamson, Murray Edelman, atau Robert n Entman untuk menganalisis teks berita lain baik di Bali Post ataupun di Fajar Bali atau media lokal lainnya yang ada di Bali.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Budyatna, Muhammad. 2009. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Griffin, EM. 2003. *A First Look at Communication Theory 5<sup>th</sup> edition*. New York: McGraw-Hill
- Ishwara, Luwi. 2008. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Sasangka, Danarka. 2012. *“Coding Sheet Analisis Pan dan Kosicki”* (Analisis Isi dan Framing, Semester Genap). Yogyakarta. UAJY.

- Siregar, Ashadi. 1998. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudarman, Paryati. 2008. *Menulis di Media Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

#### **SUMBER SKRIPSI / JURNAL DAN TULISAN TIDAK DITERBITKAN**

- Umbara, Anggun Via Grasma Wahyu dengan judul “*Pemberitaan Kasus Kecelakaan Bus Sumber Kencono di Surat Kabar Harian Jawa Pos pada Edisi 13 September 2011*”, tahun 2013, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Saraswati, Bernadetha Dian dengan judul “*Pemberitaan Dugaan Pemalsuan Koleksi Museum Radya Pustaka Solo di Surat Kabar Harian Solopos*”, Tahun 2013, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Scheufele, Dietram. “*Framing as a theory of media effect*”. *Journal of Communication*, vol. 49, no.1.1999

#### **SUMBER INTERNET:**

- <http://www.balipost.co.id/mediadetail.php?module=detailberita&kid=10&id=56543>, diakses tanggal 11 Juli 2013, pukul 17.56 WIB.
- <http://nasional.news.viva.co.id/news/read/396313-digugat-gubernur--bali-post-kalah-lagi-tingkat-banding>, diakses tanggal 11 Juli 2013, pukul 18.00 WIB.
- [http://beritadewata.com/Daerah/Denpasar/Media\\_Dihimbau\\_Netral\\_Dalam\\_Pilgub\\_Bali.html](http://beritadewata.com/Daerah/Denpasar/Media_Dihimbau_Netral_Dalam_Pilgub_Bali.html), diakses tanggal 11 Juli 2013, pukul 18.11 WIB
- <http://profil.merdeka.com/indonesia/i/i-made-mangku-pastika/>, diakses tanggal 14 Mei 2014, pukul 14.16 WIB
- <http://www.antaralampung.com/print/266294/puspayoga-korbankan-pendidikan-luar-negeri>, diakses tanggal 14 Mei 2014, pukul 14.19 WIB
- <http://www.tokoh.web.id/MANGKU+PASTIKA2C+MD>, diakses tanggal 14 Mei 2014, pukul 14.47 WIB
- <http://news.liputan6.com/read/588063/ibas-hasil-hitung-cepat-pilkada-bali-beda-tipis-tunggu-kpu>, diakses tanggal 14 Mei 2014, pukul 15.00 WIB
- <http://lampost.co/berita/hasil-hitung-cepat-pilgub-bali-nyaris-draw>, diakses tanggal 14 Mei 2014, pukul 15.24 WIB

#### **SUMBER LAIN:**

SKH Bali Post dan SKH Fajar Bali Periode 28 April 2013 – 11 Mei 2013.