

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kehadiran media massa seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat Indonesia untuk memperoleh berbagai sumber informasi. Media massa membantu masyarakat mengetahui kejadian yang terjadi di sekitarnya melalui berita-berita yang dihidarkan. Media massa juga berperan sebagai kontrol sosial, membantu masyarakat untuk mengetahui dan mengawasi jalannya pemerintahan. Di sisi lain, pemerintah menjadikan media massa sebagai media komunikasi dengan masyarakat luas.

Pada kehidupan politik di Indonesia, media massa memiliki fungsi tidak hanya sekedar sebagai saluran pendidikan politik bagi warganya, akan tetapi secara makro turut serta dalam mencerdaskan bangsa (Suwardi, 1993:16). Di sisi lain perkembangan dan pertumbuhan media massa di Indonesia menjadi begitu penting karena telah dimanfaatkan dalam kehidupan politik sehari-hari sebagai salah satu media komunikasi politik. Media massa telah banyak membantu mengarahkan khalayak di dalam menentukan pilihan untuk memilih seseorang yang akan menduduki jabatan penting di negara tersebut (Suwardi, 1993:24).

Terlebih lagi dalam pemilihan presiden 2014, seluruh media massa di Indonesia telah memberikan informasi tentang profil para calon presiden periode 2014-2019. Adapun dua tokoh yang telah melakukan pendeklarasian calon presiden yaitu Prabowo Subianto (Partai Gerindra) dan Joko Widodo (PDI-P).

Survei Political Communication Institute menempatkan dua tokoh tersebut berpeluang menjadi presiden Indonesia dengan masing-masing elektabilitas yaitu Jokowi dipilih oleh 31,2 persen responden dan Prabowo Subianto 19,2 persen (Rochman, 2014).

Para calon presiden telah menggunakan media massa sebagai salah satu saluran komunikasi politiknya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Koalisi Frekuensi Milik Publik Remotivi bahwa TV One lebih banyak memberitakan negatif calon presiden Joko Widodo lewat kasus-kasus yang berkaitan korupsi TransJakarta (25%), dugaan pelanggaran kampanye (25%), dugaan KTP palsu (25%) dan lain-lain (25%). TV One justru memulas figur Prabowo dengan pemberitaan positif. Topik berita positif Prabowo terbagi atas survei politik yang mengunggulkannya (50%), dukungan ormas (25%) dan lain-lain (25%) (Ramadhiani, 2014). Kepentingan politik pemilik semakin terlihat oleh fakta frekuensi setelah Aburizal Bakrie tergabung dalam koalisi Merah-Putih, dimana pemberitaan Prabowo diwartakan oleh TV One sebanyak 36.561 detik (Nurdin, 2014)

Media massa memang mempunyai kemampuan-kemampuan tertentu yang dapat mendukung gagasan atau kemauan politik tertentu dari para pelaku politik. Dalam konteks pemilihan presiden di Indonesia para calon presiden ingin memanfaatkan media massa semaksimal mungkin untuk tujuan politik mereka. Media massa sendiri mencoba menyusun agenda masing-masing yang kurang lebih diharapkan dapat mencerminkan aspirasi khalayak, termasuk aspirasi para calon presiden itu sendiri (Suwardi, 1993:25).

Media massa dalam masa kampanye telah memberikan ruang yang lebih besar untuk segala macam informasi politik yang berkaitan dengan para calon presiden. Ujung tombak sebuah media massa adalah wartawan yang memiliki tugas untuk menceritakan hasil repotasenya kepada khalayak. Wartawan selalu terlibat dalam usaha mengkonstruksikan realitas dengan menyusun fakta yang dikumpulkan ke dalam satu bentuk laporan jurnalistik baik *hardnews* maupun *feature* (Sudibyo, 2001:65).

Dalam menyusun realitas tersebut, para wartawan dibekali oleh bermacam tuntutan jurnalistik mulai teknis, idealisme hingga pragmatisme. Di antara ketiga tuntutan itu, media massa sering terlibat dalam tarik menarik antara tuntutan idealisme dan pragmatisme. Faktor yang mempengaruhi konstruksi realitas oleh media sangat banyak, mengingat media massa sesungguhnya tidak hidup dalam situasi yang vakum (Sudibyo, 2001:67).

Dalam banyak kasus, sistem politik merupakan faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap struktur dan penampilan isi media. Maka itu kehidupan media massa tidak bisa dipisahkan dari kehidupan politik. Terlebih lagi setiap media massa memiliki kepentingan-kepentingan tertentu termasuk politik. Motif inilah yang digunakan media massa untuk dijadikan “roh” dalam mengemas sebuah laporan jurnalistik.

Dalam konteks ini, pembuatan laporan tidak sekadar mengkonstruksikan realitas tapi dipercaya membungkus satu atau sejumlah kepentingan. Dalam dunia jurnalistik, langkah ini dikenal dengan politik mengemas (*framing*) (Sudibyo,

2001: 67). Beberapa koran nasional pun ikut serta dalam pemberitaan mengenai sosok calon presiden Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

Koran Kompas yang membuat berita tentang Joko Widodo dengan judul “Jokowi Tak Ingin Beretorika”. Inti dalam pemberitaan tersebut mengenai keinginan Jokowi-JK jika terpilih menjadi Presiden dan Wakil Presiden tidak akan membentuk retorika dan rencana pemerintahan semata melainkan dapat mengimplementasikan kepada rakyat (Egi,2014).

Kompas juga mengangkat pemberitaan mengenai Prabowo dengan judul “Tekankan Toleransi”. Isi pemberitaan tersebut mengenai Prabowo yang menghadiri Kebaktian Kebangunan Rohani (KKR) serta perayaan kenaikan Isa Almasih dan Pentakosta. Acara yang diselenggarakan oleh Persekutuan Gereja-gereja dan lembaga-lembaga Injil Indonesia Nus Reimas, Prabowo menekankan sikap toleransi beragama (EDN,2014).

Sosok Jokowi pun tidak luput dari pemberitaan koran nasional, seperti Jawa Pos yang mengangkat judul “Mahasiswa ITB Hadang Jokowi”. Isi pemberitaannya mengenai ratusan mahasiswa ITB yang menolak kedatangan Jokowi untuk menyampaikan kuliah umum karena bentuk politisi terhadap lembaga pendidikan ITB (Mur,2014).

Berbeda halnya dengan Jawa Pos yang mengangkat pemberitaan dengan judul “Kontras: Gerindra Hindari Kasus Orang Hilang”. Isi pemberitaan tersebut menyangkut kritikan yang dilontarkan Kontras terhadap Prabowo Subianto sebagai calon presiden selalu menghindar diskusi mengenai permasalahan orang

hilang pada orde baru. Padahal tim mawar yang dikomandoi Prabowo memiliki andil dalam kasus orang hilang (Bay,2014).

Tentunya berita yang muncul di harian Kompas dan Jawa Pos tersebut merupakan keputusan redaksional dari media tersebut. Tugas redaksional media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa yang terjadi di antara dua kandidat calon presiden, maka tak berlebihan bila dikatakan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (Sudiby, 2001: 65).

Penelitian ini merupakan pengembangan lain dari penelitian pencitraan sebelumnya oleh Prawesti mengenai *profiling* terhadap seorang tokoh calon presiden Indonesia 2009 yaitu Jusuf Kalla yang diulas pada editorial di surat kabar harian Media Indonesia. Penelitian tersebut mengkaji keberpihakan Surya Paloh mempengaruhi sikap editorial SKH Media Indonesia. Analisis level teks editorial dilakukan dengan metode *framing* dari Robert N. Entman, sedangkan level konteks dengan wawancara tim editorial SKH Media Indonesia dengan berpijak pada proses framing dari diagram Dietram A. Scheufele.

Prawesti memaparkan bahwa penekanan pada teks editorial mencitrakan Jusuf Kalla sebagai sosok yang pro demokrasi tanpa memandang suku, ras, agama dan golongan. Jusuf Kalla digambarkan sebagai pemimpin yang memiliki karakter cepat tanggap dan bertanggungjawab dalam mengambil keputusan. Pada tingkat konteks, SKH Media Indonesia mendukung Jusuf Kalla sebagai capres 2009 karena Jusuf Kalla dianggap sebagai pendobrak belenggu sosiologis masyarakat tentang presiden harus dari Jawa. Jusuf Kalla dinilai sebagai sosok pemimpin yang dibutuhkan bangsa Indonesia saat ini karena kecepatannya dalam berpikir

dan bertindak dengan melihat kinerjanya ketika menjadi wapres (Prawesti, 2011:V)

Citra Jusuf Kalla tersebut dipengaruhi Surya Paloh sebagai pemilik media, meskipun intervensinya hanya berupa percakapan singkat di luar rapat. Editorial SKH Media Indonesia tetap mengaku independen karena Surya Paloh bahkan seluruh redaksi termasuk anggota tim editorial yang terlibat sebagai politik praktis tidak diperbolehkan masuk ke dalam dapur editorial Media Indonesia (Prawesti, 2011:V)

Bentuk pengembangan dari penelitian ini meliputi keingintahuan peneliti untuk melihat penyosokan tokoh calon presiden Indonesia dalam Majalah Berita Mingguan Nasional. Dalam hal ini peneliti ingin melihat penyosokan Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014 pada laporan utama MBM Tempo.

Studi literatur lainnya mengenai penelitian *profiling* pada Majalah Berita Mingguan juga pernah dilakukan oleh M. Risa Puspita Sari dengan mengangkat topik mengenai *Profiling* DPR dan KPK dalam Upaya Pemberantasan Korupsi di DPR oleh KPK pada Pemberitaan Majalah Tempo. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana *profiling* DPR dan KPK dalam Majalah Berita Mingguan Tempo terkait dengan kasus korupsi DPR yang ditangani oleh KPK.

Hasil dari penelitian tersebut, M.Risa Puspita Sari telah menemukan dua *frame* yang dibangun oleh MBM Tempo. *Frame* pertama, MBM Tempo memprofilkan DPR sebagai lembaga dengan kinerja yang buruk. Lembaga yang seharusnya menjadi 'sandaran' rakyat sebagai penyalur aspirasi rakyat malah

menjadi aktor utama terjadinya korupsi yang menyangkut dana dengan jumlah besar di Indonesia. *Frame* kedua yang ditemukan peneliti adalah MBM Tempo memprofilkan KPK sebagai sebuah komisi yang dibutuhkan oleh Negara dan memiliki kinerja yang baik. Berbagai kasus korupsi terungkap karena kerja KPK yang sigap dan tanggap (Sari, 2008:12). M. Risa Puspita Sari juga menemukan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan keempat narasumber tersebut, adanya relasi yang baik antara Tempo dan KPK. Penulis memberi istilah ‘relasi yang baik’, karena seringkali hasil investigasi Tempo ditelusuri lebih lanjut oleh KPK.’ akan laporan dari berbagai pihak.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih media MBM Tempo sebagai obyek penelitian. MBM Tempo yang telah meraih tiga penghargaan gold dan silver di kategori *The Best of News Politic and bussines Local Magazine* IPMA 2014 ini (Kleden,2014), juga ikut serta memberitakan dua kandidat calon presiden tersebut di liputan utamanya. Terlebih lagi Tempo memproklamasikan asas jurnalismenya sebagai pijakan dalam melakukan peliputan. Asas ini ditulis oleh Goenawan Mohamad pada edisi pertama Majalah Tempo.

“Asas jurnalisme kami bukanlah asas jurnalisme yang memihak satu golongan. Kami percaya bahwa kebajikan, juga ketidakkebajikan, tidak menjadi monopoli satu pihak. Kami percaya bahwa tugas pers bukan menyebarkan prasangka, justru melengkapinya. Bukan membenihkan kebencian, melainkan mengkomunikasikan saling pengertian. Jurnalisme majalah ini bukanlah untuk memaki atau mencibirkan bibir, juga tidak dimaksudkan untuk menjilat atau menghamba. Yang memberi komando bukan kekuasaan atau uang, tapi niat baik, sikap adil dan akal sehat” Dari generasi ke generasi, asas itu menjadi semacam “konstitusi” Majalah Tempo (Setyarso, 2011:viii).

Di dalam asas itu pula kita menemukan semangat independensi, niat baik, sikap adil, dan tidak memihak satu golongan. Maka jadilah publik kiblat utama

sajian berita Tempo, sejak zaman “kakek guru” menulis berita dengan mesin ketik, hingga kini, generasi terbaru mengirim laporan via BlackBerry (Setyarso, 2011:6)

Adapun edisi MBM Tempo yang membahas dua kandidat calon presiden tersebut antara lain “Palagan Terakhir Prabowo” (edisi 28 Oktober – 3 November 2013), “Drama Jokowi”(edisi 17 – 23 Maret 2014), “Koalisi Hiruk-Pikuk” (edisi 7-13 April 2014), “Efek Puan, Efek Jokowi” (edisi 14-20 April 2014), “Wakil Sehidup Semati” (edisi 21-27 April 2014) “Berburu Kursi Wapres” (edisi 12-18 Mei 2014), Duet Kepepet (19-25 Mei 2014) dan “Habis Transaksi Terbit Koalisi” (edisi 26 Mei – 1 Juni 2014). Melalui delapan edisi tersebut, MBM Tempo berusaha menampilkan gambaran kedua sosok bakal calon presiden 2014 kepada masyarakat. Tentunya redaksi MBM Tempo memiliki maksud dan tujuannya dalam menampilkan kedua sosok bakal calon presiden 2014 di setiap edisi khususnya pada liputan utama.

Peneliti ingin melihat bagaimana *frame* yang ditampilkan oleh MBM Tempo sehubungan dengan pemberitaan mengenai sosok Prabowo Subianto dan Joko Widodo Sebagai Calon Presiden 2014. MBM Tempo yang menekankan kekuatan investigasi serta mengedepankan akan kedalaman berita (*indepth news*) pada setiap laporan utamanya ini, melakukan penyosokan terhadap dua kandidat calon presiden tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Majalah Tempo melakukan penyosokan terhadap Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *frame* yang digunakan Majalah Tempo dalam melakukan penyosokan terhadap Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **D.1. Manfaat Akademis**

Memberikan sumbangan akademis terhadap perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di UAJY. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terutama tentang liputan utama pada media nasional khususnya di majalah berita mingguan dengan menggunakan metode analisis *framing*.

### **D.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi pembaca untuk mengetahui proses media massa dalam memberikan *frame* kepada

seseorang atau suatu peristiwa, khususnya mengenai penyosokan seorang politikus dalam majalah Tempo.

## **E. Kerangka Teori**

Kerangka teori dalam penelitian ini difungsikan sebagai perangkat atau sebagai pisau analisis untuk membantu memaknai data penelitian. Kerangka teori membantu memperkuat interpretasi peneliti sehingga bisa diterima sebagai suatu kebenaran bagi pihak lain (Kriyantono, 2007:48). Maka itu agar lebih mudah dipahami dan memiliki alur, peneliti membaginya ke dalam beberapa pokok bahasan sebagai berikut:

### **E.1. Berita Sebagai Hasil Konstruksi Atas Realitas**

Pada buku Analisis Framing, Eriyanto (2002:17) menyatakan bahwa sebuah teks berupa berita tidak bisa kita samakan seperti sebuah kopi dari realitas, berita haruslah dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Setiap wartawan bisa memiliki pandangan dan konsepsi yang berbeda dalam melihat sebuah peristiwa. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa itu ke dalam teks berita. Wartawan yang meliput sebuah kejadian akan mengkonstruksi ulang apa yang ditangkapnya melalui panca inderanya menjadi sebuah berita.

Pada saat proses peliputan, wartawan akan dipengaruhi banyak hal dalam menentukan bagian mana yang akan ditonjolkan dan disembunyikan. Maka itu dalam sebuah berita, realitas bukan lagi dari realitas sesungguhnya tetapi

merupakan hasil konstruksi yang dilakukan wartawan atas realitas tersebut. Sebuah peristiwa yang sama bisa diperlakukan secara berbeda oleh setiap wartawan yang meliputnya.

Dalam proses konstruksi realitas, bahasa adalah unsur utama. Bahasa merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas dan juga alat konseptualisasi serta alat narasi (Hamad, 2004:12). Jika dicermati secara teliti, seluruh isi media (cetak dan elektronik) menggunakan bahasa, baik bahasa verbal (tertulis atau lisan) maupun bahasa non-verbal yang berupa gambar, foto, grafik, angka dan tabel. Di sisi lain, keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas melainkan dapat menentukan gambaran (makna citra) suatu realitas media yang akan muncul di benak khalayak (Hamad, 2004:12).

Media bukanlah sekadar saluran yang bebas, ia juga subyek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan bias, dan pemihakannya. Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas (Eriyanto,2002:23). Wartawan mengolah informasi tentunya harus melalui proses pemahaman terlebih dahulu dan selanjutnya dituangkan ke dalam laporan berita. Pada tahapan tersebut, wartawan mendapatkan pengaruh dan terpaan, baik faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi pandangannya dalam penulisan berita. Pada akhirnya, berita bukanlah produk sebenarnya karena dihasilkan melalui ideologi, nilai-nilai dan fakta yang dipahami wartawan serta termasuk hasil kebijakan redaksional media tersebut.

Tentang proses konstruksi realitas, prinsipnya setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas (Hamad, 2004:11). Sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa maka tugas utamanya adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna (Hamad, 2004:11).

Terbitnya berita tidak bisa dilepaskan dari kepentingan-kepentingan yang bisa bersifat tumpang tindih pada tingkat perorangan atau kelompok dalam sebuah organisasi media. Dari faktor internal, sosok wartawan merupakan pihak yang paling disorot. Sebagai makhluk sosial, seorang wartawan juga mempunyai sikap, nilai, kepercayaan dan orientasi tertentu yang dapat mempengaruhi hasil kerjanya dalam mengkonstruksikan realitas (Hamad, 2004:27). Pada proses tersebut terdapat dialektika antara apa yang ada dalam pikiran wartawan dengan peristiwa yang dilihatnya.

Selaras dengan pandangan kaum konstruksionis yang menganggap berita bukan lagi sebuah informasi semata. Di dalamnya terdapat pembentukan pandangan atas realitas dari sebuah peristiwa. Dalam pembuatan berita selalu melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu disajikan, sangat bergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai (Eriyanto, 2002:7)

Pada akhirnya berita memang tidak bisa dikatakan sebagai sajian dari sebuah peristiwa yang riil. Berita yang tersaji merupakan hasil konstruksi yang dilakukan wartawan dengan cara memaknainya sendiri. Wartawan bebas melakukan interpretasi dan pemaknaan fakta yang ditemuinya di lapangan. Hasilnya adalah produk dari interaksi, dialektika dan akhirnya menjadi sebuah pengkonstruksian makna.

Dalam pandangan konstruksi berita, media dianggap bukan sebagai saluran informasi yang menyampaikan segala sesuatunya dengan netral. Lebih dari itu media merupakan agen konstruksi. Berita bukan lagi dijadikan penggambaran realitas sesungguhnya karena tidak lagi mencerminkan kenyataan melainkan pandangan subyektif (Eriyanto, 2002:19). Keberpihakan media sering kali dipertanyakan dalam dunia jurnalistik, karena melihat realita yang terjadi jika media tidak lagi netral melainkan subyektif.

Dalam pandangan positivis realitas bersifat objektif sedangkan pandangan konstruksionis justru sebaliknya. Wartawan menjadi tumpuan media untuk mengkonstruksi sebuah peristiwa ke dalam teks berita. Pada tahapan ini wartawan dan media dapat mendefinisikan peristiwa sesuai dengan pandangannya. Pada akhirnya berita merupakan produk dari percampuran ideologi, nilai-nilai dan fakta yang dipahami oleh wartawan serta media.

## **E.2. Proses *Framing* Sebagai Strategi Pengemasan Berita**

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. *Framing* , seperti dikatakan Todd Gitlin, adalah sebuah strategi bagaimana

realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2002:68). Media menampilkan peristiwa ke dalam teks berita dengan menyeleksi dan menonjolkan bagian tertentu agar menarik perhatian dari khalayak.

Sebenarnya tidak ada definisi tunggal mengenai analisis *framing*, beberapa ahli memberikan definisinya masing-masing terkait apa itu analisis *framing*. Dalam buku *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*, Ibnu Hamad mengutip pernyataan Alex Sobur bahwa analisis *framing* adalah salah satu metode analisis wacana untuk menemukan aturan dan norma yang tersembunyi di balik sebuah teks. Teknik ini dipergunakan untuk mengetahui perpektif atau pendekatan yang dipergunakan oleh sebuah media dalam mengkonstruksi sebuah peristiwa. Analisis ini membantu kita melihat secara lebih mendalam bagaimana pesan diorganisir, digunakan dan dipahami ( Hamad, 2004:23)

Menurut William A.Gamson dalam buku karangan Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*, *framing* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Robert N. Entman masih dalam buku yang sama, menyatakan *framing* merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. (Eriyanto, 2002:67).

Menurut pandangan konstruktivisme, realitas yang terbentuk dalam pemberitaan merupakan hasil konstruksi media. Media secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak dengan cara memilih bagian yang akan

ditonjolkan dan disembunyikan. Realitas diciptakan demi tujuan tertentu, sifatnya pun dinamis artinya tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai oleh wartawan dan media (Eriyanto, 2002:23-25).

*Framing* merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif tersebut pada akhirnya menentukan fakta apa saja yang akan diambil, bagaimana mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Eriyanto, 2002:68).

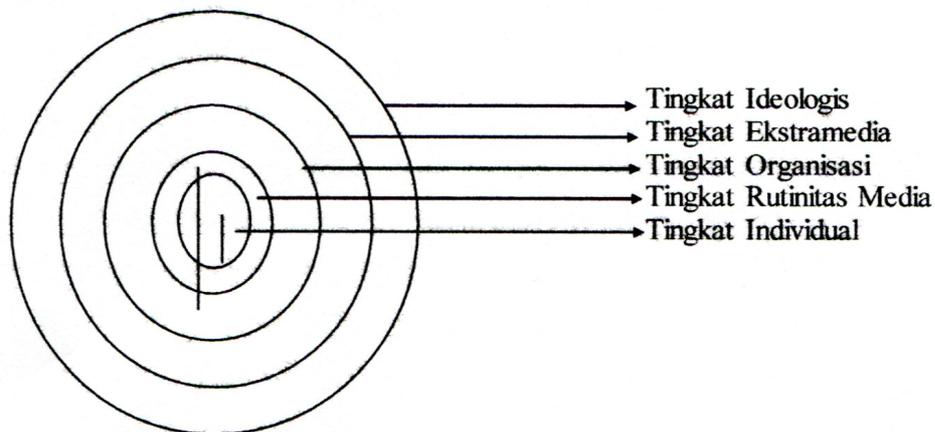
*Framing* juga berhubungan dengan aspek psikologi dan sosiologi. Pemahaman dari kedua aspek begitu penting karena konsep *framing* pada tahap awal dalam upaya pembuatan pesan tidak bisa dilepaskan dari aspek psikologi dan sosiologi. Pada pendekatan aspek psikologi, *framing* merupakan upaya atau strategi yang dilakukan wartawan untuk menekankan dan membuat pesan menjadi lebih bermakna, mencolok dan diperhatikan oleh khalayak (Eriyanto, 2002:72). Pada pendekatan aspek sosiologi, *framing* dilihat sebagai upaya untuk menjelaskan bagaimana organisasi dari ruang berita dan pembuat berita, membentuk berita secara bersama-sama (Eriyanto, 2002:80). Media terbentuk sebagai organisasi yang kompleks serta menempatkan produknya yakni berita sebagai institusi sosial. Maka berita merupakan produk dari institusi yang setiap saat dibentuk dan dikonstruksi.

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna,

menarik, berarti atau diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2004: 162). *Framing* disini sebagai cara pandang maupun perspektif yang digunakan wartawan dalam menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang tersebut yang akhirnya digunakan oleh wartawan untuk mengambil fakta dan dikemas ke dalam pemberitaan.

Terkait dengan faktor yang mempengaruhi isi media massa, pemikiran Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya *Mediating The Message of influence on Mass Media Content* bisa dijadikan referensi bagi peneliti. Menurut Shoemaker dan Reese ada lima level faktor yang mempengaruhi isi sebuah media massa. Lima level tersebut dapat digambarkan dalam bagan seperti berikut :

**GAMBAR 1**



*"Hirarcy Of Influence"* Shoemaker dan Reese

**Sumber:** Reese and Shoemaker dalam Muslim, (2013:80)

### 1. *Individual Level*

Karakteristik yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese dalam level ini adanya pengaruh dari gender, etnis, orientasi seks, latar belakang pendidikan, kepercayaan dan nilai-nilai yang dianut, serta orientasi politik wartawan dalam menulis berita (Reese and Shoemaker, 1996:61).

Level individu ini melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media dalam mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Reese dan Shoemaker memaparkan mengenai seberapa besar latar belakang individu wartawan mempengaruhi isi berita (Reese and Shoemaker, 1996:60)

Melalui berbagai latar belakang dan pengalaman-pengalaman yang dimiliki seorang wartawan seperti perilaku politik dan sudut pandang agama akan dibawa dan diterapkan pada pekerjaan mereka. Sebagai seorang jurnalis, mereka menjadi partisipan yang aktif dalam mengembangkan cerita (Reese and Shoemaker, 1996:61).

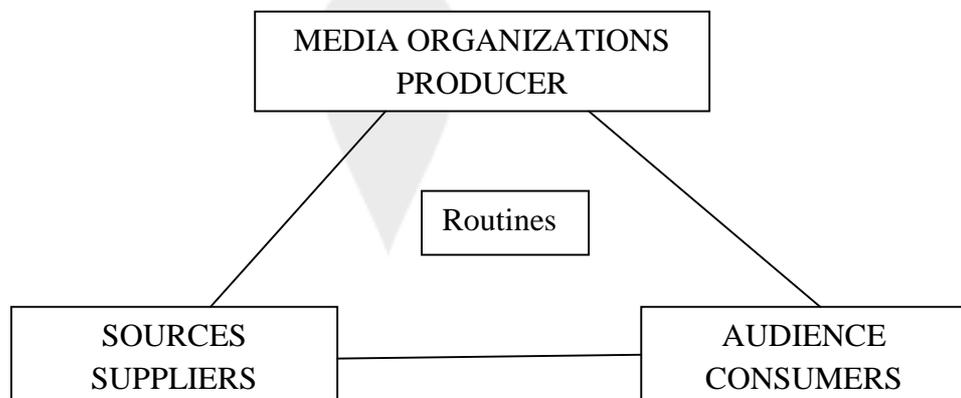
Sikap, nilai dan kepercayaan pribadi seorang wartawan memang tidak terlalu nampak secara signifikan dalam isi pemberitaan karena variabel tersebut akan berpengaruh tergantung sejauh mana “kekuatan” yang dimiliki oleh wartawan tersebut di institusi media tempat ia bekerja (Reese and Shoemaker, 1996:61). Meskipun begitu, wartawan tetap menjadi bagian dari pekerja media dan ujung tombak dalam memproduksi berita. Maka itu mereka tetaplah representasi dari institusi media itu sendiri.

## 2. *Media Routines Level*

Dalam suatu organisasi, rutinitas diartikan sebagai sebuah pola yang sudah terstruktur yang digunakan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Inti dari level ini adalah bagaimana rutinitas media dapat mempengaruhi proses produksi berita terhadap isi media. Pemikiran ini berawal dari keyakinan bahwa sebagai makhluk sosial, setiap individu manusia selalu berpartisipasi dalam kegiatan yang tidak pernah dibentuknya (Reese and Shoemaker, 1996:105).

Rutinitas media sering juga disebut proses *gatekeeper* yang bertujuan bertujuan untuk menentukan berita mana yang layak cetak dari sekian banyak cerita yang tersebar di masyarakat (*raw news*) (Reese and Shoemaker, 1996:105). Tuchmann menyebutkan dalam Reese dan Shoemaker bahwa rutinitas media akan membuat setiap kejadian akan dikenali dan disusun kembali. Setiap kejadian yang terjadi di masyarakat harus dapat dipilih dan diolah sedemikian rupa oleh organisasi media massa, sehingga apa yang disampaikan kepada audiens merupakan berita pilihan menurut media yang bersangkutan (Shoemaker, 1996:108). Proses tersebut dapat terlihat di bagan berikut:

**Bagan 1**



Rutinitas Media, Sumber: Reese and Shoemaker (1996,104).

Rutinitas media memiliki dampak yang sangat penting dalam memproduksi makna-makna simbolik. Faktor rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media massa umumnya mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut berita. Terlebih lagi pada bagan diatas terlihat bahwa pembentukan berita terbentuk dari lingkungan

### 3. *Organizational Level*

Pada level ketiga adalah tingkat organisasional. Faktor pada tingkat organisasional mempunyai pengaruh yang besar dalam isi sebuah media. Pada struktur organisasi media, pengelola media dan wartawan bukan menjadi komponen tunggal yang terlibat dalam proses produksi berita. Mereka hanya menjadi bagian kecil dalam organisasi media, bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri-sendiri.

Tentunya kekuatan terbesar pada *organizational level* ini terletak pada sang pemilik media. Meskipun tidak terlibat secara langsung dalam proses produksi berita namun memiliki pengaruh yang besar. Pengaruh kepemilikan media menjadi perhatian penting dalam media berita. Walaupun perusahaan pembuatan berita ditopang oleh perusahaan besar namun isinya tetap di kontrol secara tidak langsung melalui usaha penyewaan dan promosi serta *self-censorship* (Reese and Shoemaker,1996:155-161).

Dalam organisasi media ada tingkatan umum. Lini depan karyawan, seperti penulis, wartawan dan staf kreatif, mengumpulkan dan mengemas bahan baku. Tingkat menengah terdiri dari manajer, editor, produser dan orang lain yang mengkoordinasi proses dan memediasi komunikasi antara level bawah dan level

atas yang mengeluarkan kebijakan organisasi. Eksekutif tingkat atas perusahaan dan berita membuat kebijakan organisasi. Eksekutif tingkat atas perusahaan dan berita membuat kebijakan organisasi, anggaran yang ditetapkan, membuat keputusan penting, melindungi kepentingan komersial dan politik perusahaan dan bila perlu mempertahankan karyawan organisasi dari tekanan luar. (Reese and Shoemaker,1996:145)

#### 4. *Extramedia Level*

Level ke empat adalah extramedia level. Di sini artinya adalah hal-hal yang ada di luar media itu (Faktor Eksternal). Faktor eksternal antara lain budaya, lingkungan sosial dan politik di mana institusi media itu berada. Pada proses produksi berita nantinya akan dipengaruhi oleh lingkungan luar dari media tersebut. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari sumber berita: hubungan kedekatan antara jurnalis dengan sumber, pemilihan sumber, kekuatan iklan: siapa pengiklannya, siapa yang menjadi target audiens, pengaruh pemerintah misalkan kebijakan pemerintah, karakteristik pasar dan pengaruh teknologi (Reese and Shoemaker, 1996: 166).

#### 5. *Ideological Level*

Faktor kelima sekaligus terakhir yang mempengaruhi media adalah faktor ideologi. Pada level ini tampak bagaimana kekuasaan media mempengaruhi pemberitaan, bahwa struktur yang lebih dominan diyakini mampu mengubah kondisi sesuai yang diinginkan (Reese and Shoemake,1996:213).

Media massa menjalankan tugas jurnalistiknya berdasarkan ideologi yang diyakini kebenarannya sehingga secara tidak langsung telah memberikan

standarisasi dalam proses produksi berita. Bentuk dari ideologi berupa pengetahuan yang memberikan aturan-aturan yang diterapkan saat proses produksi berita berlangsung. Mereka yang memiliki peluang besar dan mengarahkan berita lewat ideologinya adalah pemilik media atau pemimpin media itu sendiri.

### **E.3. Penyosokan Dalam Berita**

Penyosokan dalam Bahasa Indonesia disebut dengan penyosokan yang berasal dari kata dasar sosok mendapatkan imbuhan pe-an. Sosok dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Online ([kbbi.web.id/sosok](http://kbbi.web.id/sosok)) memiliki lima arti, yaitu:

- a. Bentuk wujud atau rupa, rangka (perahu, dan sebagainya)
- b. Bentuk (rupa) tubuh
- c. Bayangan Badan
- d. Bakal (ladang, negeri dan sebagainya)
- e. Tokoh; pribadi

Sementara imbuhan akhiran pe-an dalam kata penyosokan mengandung kata kerja yang bermakna melakukan penggambaran terhadap sosok tertentu. Berita sebagai hasil konstruksi atas realitas, di dalamnya terdapat penggambaran terhadap aktor-aktor yang terlibat dalam realitas tersebut. Seperti juga sebuah drama, tentu saja ada pihak yang didefinisikan sebagai pahlawan (*hero*), tetapi juga pihak yang didefinisikan sebagai musuh dan pencundang (Eriyanto,2002:25).

Media massa dapat membentuk penyosokan dari sosok yang ada di dalam pemberitaannya kepada khalayak. Upaya penyosokan oleh media massa diawali dengan mengkonstruksi realitas atas peristiwa kemudian diperkuat melalui pemilihan fakta, narasumber serta pemakaian kata yang akan nampak pada bagaimana media memberikan cap pada tokoh terkait. Apakah tokoh tersebut

digambarkan sebagai pelaku atau korban. Penggambaran ini membentuk opini khalayak kepada tokoh yang terkait atas peristiwa pada berita yang telah dikonsumsinya.

## **F. Metodologi Penelitian**

Menurut Suriasumantri, yang dikutip dari Kriyantono (2007:51), metodologi adalah ilmu yang mempelajari prosedur atau teknik-teknik tertentu. Metodologi riset merupakan suatu pengkajian dari peraturan-peraturan yang terdapat dalam metode riset. Metode merupakan suatu prosuder atau cara mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah yang sistematis. Metodologi dalam penelitian ini akan menjelaskan dari paradigma penelitian yang digunakan hingga alur analisis data.

### **F.1. Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural tetapi hasil konstruksi. Kosentrasi analisis dari paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa dan realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002: 37).

Berita dalam pandangan konstruksi ini bukanlah cermin dan refleksi dari kenyataan melainkan konstruksi atas realitas, di dalamnya melibatkan pandangan, ideologi dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai (Eriyanto,

2002:25). Realitas peristiwa di lapangan tidak semata-mata menjadi sebuah teks dalam berita melainkan hasil dari interaksi wartawan dengan fakta. Semua pemamparan realitas suatu peristiwa dalam teks berita, tentunya melewati proses konstruksi (memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar sampai penyuntingan) ditambah pula dengan konteks pemahaman, pengalaman dan interaksi sosial yang ada pada diri wartawan saat melakukan peliputan.

Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana media mengkonstruksi melalui liputan utamanya mengenai sosok Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014 pada kurun waktu penetapan calon presiden dari masing-masing partai hingga penetapan resmi kontestan calon presiden dan wakil presiden dari KPU (Komisi Pemilihan Umum). Pendekatan ini juga digunakan untuk melihat bagaimana MBM Tempo melakukan penyosokan pada Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014 dalam pemberitaan yang diterbitkan.

## **F.2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor, metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dari individu tersebut secara *holistik* (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Moleong, 1989: 3).

Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami di balik suatu fenomena yang belum diketahui. Hal ini dikarenakan metode kualitatif mampu memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif.

Menurut Moleong (1989: 9-10), dalam sebuah penggalan data terhadap makna-makna tertentu akan muncul banyak interpretasi dari setiap orang, sehingga penelitian kualitatif menjadi sangat tepat karena lebih mudah untuk menyesuaikan situasi bila berhadapan dengan realita publik. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti penelitian kualitatif bersifat *explorative qualitative*. Penelitian menggunakan pendekatan eksploratif kualitatif karena hendak menggali makna tersembunyi dari teks berita MBM Tempo yang menggambarkan sosok Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014 dengan mengaitkan teks dengan dimensi kognisi sosial media (wartawan) dan konteks sosial di masyarakat.

### **F.3. Objek dan Subyek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah teks-teks berita MBM Tempo yang terdapat pada ulasan liputan utama, rubrik politik dan nasional periode Oktober 2013 – Mei 2014 yang terkait pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014. Pemilihan objek penelitian ini karena MBM Tempo yang telah meraih tiga penghargaan gold dan silver di kategori *The Best of News Politic and bussines Local Magazine* IPMA 2014 (Kleden,2014) juga ikut serta memberitakan dua kandidat calon presiden tersebut di liputan utamanya.

Subyek penelitian ini adalah jajaran redaksi MBM Tempo. Peneliti juga melakukan wawancara mendalam kepada wartawan yang bertanggung jawab dalam penulisan pemberitaan terkait pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014. Pihak redaksi yang menjadi sumber informasi untuk diwawancarai adalah redaktur pelaksana dari rubrik nasional dan hukum MBM Tempo yaitu Budi Setyarso, redaktur sekaligus reporter *desk* politik Agustina Widiarsi yang memiliki porsi paling banyak pada penulisan liputan yang terkait pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo dan Rusman Paraqbueq selaku reporter *desk* politik.

#### **F.4. Data Penelitian**

##### **F.4.1. Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2007:43). Dalam penelitian ini data primer adalah teks berita di MBM Tempo yang menjadi objek penelitian ini. Data primer yang didapat selain teks yakni berupa wawancara mendalam dengan subyek penelitian yakni MBM Tempo selaku yang direkam melalui *recorder* (penyimpan audio) ataupun dicatat tertulis oleh peneliti yang berkaitan dengan konteks saat teks tersebut dibuat.

##### **F.4.2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari sumber kedua atau secara tidak langsung bisa berupa data penelitian terdahulu yang diolah menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram dan gambar (Kriyantono,

2007:44). Data sekunder didapat dari buku pustaka, jurnal, dokumen dan sumber arsip internet yang berkaitan dengan sosok Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

## **F.5. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian *framing* merupakan *multilayered* untuk menganalisis teks berita maupun dan konteksnya. Maka dalam penelitian kali ini untuk pengumpulan data dibagi dalam dua tahap yaitu level teks dan konteks.

### **F.5.1. Level Teks**

Level ini digunakan untuk observasi pada teks berita. Dalam analisis *framing*, data yang diobservasi adalah berita seputar pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam MBM Tempo periode Oktober 2013 – Mei 2014. Observasi ini untuk melihat posisi berita, bagaimana sikap redaksi MBM Tempo yang tercemin dalam berita, bagaimana *frame* media terhadap pencapresan kedua tokoh tersebut yakni Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

### **F.5.2. Level Konteks**

Level ini digunakan untuk menggali informasi terkait dengan pemberitaan. Peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang bertanggung jawab dan menulis berita khususnya sosok Prabowo Subianto dan Joko Widodo sebagai calon presiden 2014. Pihak redaksi yang menjadi sumber informasi untuk wawancara adalah redaktur pelaksana rubrik nasional dan hukum yaitu Budi Setyarso, redaktur sekaligus reporter *desk* politik yang memiliki porsi paling banyak menulis liputan terkait pencapresan terhadap dua tokoh tersebut yaitu

Agustina Widiarsi dan Rusman Paraqbueq selalu reporter *desk* politik. Wawancara dilakukan pada tanggal 24 November dan 22 Desember 2014 di kantor redaksi majalah Tempo, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Hasil wawancara dengan pihak redaksi tersebut diharapkan mampu menguatkan hasil analisis pada level teks.

#### **F.6. Metode Pemilihan Media**

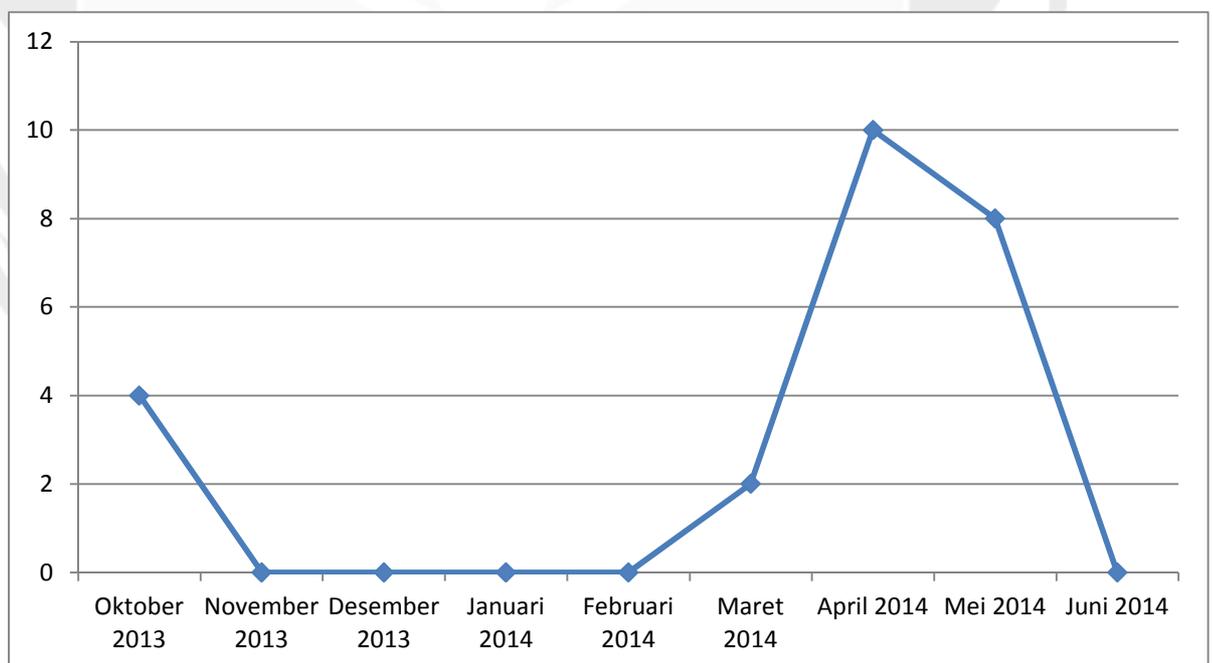
Sejak penetapan calon presiden 2014 dari partai Gerindra Prabowo Subianto dan Joko Widodo yang diajukan oleh PDIP, media-media di Indonesia mulai memberitakan tentang sosok para calon presiden tersebut tak terkecuali MBM Tempo. Majalah berita mingguan Tempo juga memberitakan sosok para kandidat calon presiden 2014 pada liputan utama serta rubrik nasional dan politik. Dimulai pada edisi 28 Oktober 2013 yang mengangkat sosok Prabowo Subianto, hingga Joko Widodo.

Majalah berita mingguan Tempo umumnya meliput berita politik dan bisnis. Tempo adalah sebuah majalah yang mengubah peta bahasa jurnalistik di Indonesia. Melalui Tempo bahasa jurnalistik Indonesia telah mengambil tempat terhormat bersama-sama dengan bahasa jurnalistik Internasional lainnya (Hanaxaki, 1998:149). Majalah Berita Mingguan Tempo dipilih karena menekankan kekuatan investigasi serta mengedepankan akan kedalaman berita (*indepth news*) pada setiap laporan utamanya, sehingga terlihat menarik bagaimana Tempo melakukan penyosokan terhadap dua kandidat calon presiden tersebut.

Di sisi lain, MBM Tempo telah meraih tiga penghargaan gold dan silver di kategori *The Best of News Politic and bussines Local Magazine* IPMA 2014 ini (Kleden,2014). Selain itu, dua wartawan Tempo, Muhammad Nafi dan Akbar Tri Kurniawan, terpilih sebagai pemenang penghargaan jurnalistik Anugerah Adiwarta 2014 untuk kategori investigasi dan *in-depth reporting* dengan karya investigasi yang berjudul "Iming-iming Palsu Klinik Harapan" serta "Bisnis Haram Jamu Kimia" (Kurniawan,2014).

### F.7. Time Frame

Data penampilan berita tentang pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo di Majalah Berita Mingguan Tempo.



Ada sekian banyak berita yang terkait pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo yang diliput oleh MBM Tempo, maka beberapa pertimbangan pula

dalam memilih berita mana yang akan dijadikan obyek penelitian ini. Selain itu, mengingat bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis *framing* yaitu meneliti pada level teks dan level konteksnya. Maka dibutuhkan teks berita sebagai level teks serta pengamatan dan wawancara untuk level konteks.

**TABEL.1**

**Pengelompokkan artikel berita mengenai pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo di Majalah Berita Mingguan Tempo.**

<p><b>Isu Pencapresan Prabowo Subianto dan Joko Widodo di MBM Tempo</b></p>	
<p><b>Penggambaran Sosok Prabowo Subianto Sebagai Calon Presiden 2014</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perang Terakhir, Principe Hambalang (28 okt-3 november 2013)</li> <li>2. Laskar Penyokong Prabowo (28 okt-3 november 2013)</li> <li>3. Pecah Koalisi Batu Tulis (28 okt-3 november 2013)</li> <li>4. Mawar Di Kaki 08 (28 okt-3 november 2013)</li> </ol>
<p><b>Koalisi yang dibangun Prabowo Subianto dan Partai Gerindra</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari Restu Para Kiai (7-13 April 2014)</li> <li>2. Penataran Garuda Ranca Hambalang (14-20 April 2014)</li> <li>3. Dua Keranjang Koalisi Matahari (21-27 April 2013)</li> <li>4. Poros Lama Bersemi Kembali (12-18 Mei 2014)</li> <li>5. Setelah Pintu Tertutup Di Teuku Umar (19-25 Mei 2014)</li> <li>6. Penepis Tragedi Di Ujung Koalisi (19-25 Mei 2014)</li> </ol>

	<p>2014)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Luluh Tertekuk Perkara Yasin (19-25 Mei 2014)</li> <li>8. Bala Bantuan Pendulang Suara (19-25 Mei 2014)</li> </ol>
<p><b>Penggambaran Sosok Joko Widodo Sebagai Calon Presiden 2014</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ujian Pertama Petugas Partai (17-23 Maret 2014)</li> <li>2. Pesta Anyep Partai Pemenang (14-20 April 2014)</li> <li>3. Lesi Di Teras Rumah (14-20 April 2014)</li> <li>4. Ketika Jokowi Kembali Ke Bumi (14-20 April 2014)</li> <li>5. Malam Perkenalan Kawan Jauh (21-27 April 2014)</li> </ol>
<p><b>Koalisi yang dibangun Joko Widodo dan PDIP</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yang Menyemut Ke Kursi Nomor Dua (17-23 Maret 2014)</li> <li>2. Sekutu Baru Teuku Umar (7-13 April 2014)</li> <li>3. Kutak-Katik Calon Pendamping (21-27 April 2014)</li> <li>4. Klandestin Di Sepanjang Menteng (21-27 April 2014)</li> <li>5. Demi Daeng Kembali Ke Kampung (12-18 Mei 2014)</li> <li>6. Ada Samad Di Tikungan (12-18 Mei 2014)</li> <li>7. Empat Penjuru Pendukung Kalla (26 Mei – 1 Juni 2014)</li> </ol>

Setelah melakukan pengelompokan berita-berita tersebut, peneliti kemudian memilih masing-masing satu berita yang akan dipakai sebagai objek

penelitian. Pemilihan empat artikel berita ini dilakukan berdasarkan pertimbangan mengenai situasi dan kondisi berita saat diproduksi. Dalam hal ini, masing-masing berita diharapkan mampu mewakili kelompok beritanya untuk dianalisis sesuai kebutuhan dan tujuan dari penelitian ini.

**TABEL.2**

**Daftar Objek Penelitian**

<b>NO</b>	<b>Edisi</b>	<b>Judul Berita</b>	<b>Rubrik</b>
<b>1</b>	28 Oktober - 3 November 2013	Perang Terakhir, Principe Hambalang	Laporan Utama
<b>2</b>	19-25 Mei 2014	Setelah Pintu Tertutup Di Teuku Umar	Laporan Utama
<b>3</b>	17-23 Maret 2014	Ujian Pertama Petugas Partai	Laporan Utama
<b>4</b>	26 Mei – 1 Juni 2014	Empat Penjuru Pendukung Kalla	Laporan Utama

Pertama, pada kelompok artikel berita penggambaran sosok Prabowo Subianto sebagai calon presiden 2014 peneliti memilih berita dengan judul “Perang Terakhir, Principe Hambalang”. Alasan utama memilih artikel ini karena berita ini liputan utama pertama sekaligus menjadi *headline* di MBM Tempo edisi 28 Oktober – 3 November 2013. Melalui berita ini, peneliti ingin melihat informasi apa saja yang diberikan kepada khalayak terkait pencapresan Prabowo Subianto pada pemilihan presiden 2014.

*Angle* mana saja yang ditonjolkan oleh wartawan, siapa saja aktor yang terlibat di dalamnya serta secara keseluruhan bagaimana peristiwa tersebut

dikemas oleh MBM Tempo. Terlebih artikel berita ini merupakan menjadi yang pertama dimuat oleh MBM Tempo. Melalui berita ini akan tampak bagaimana MBM Tempok menanggapi pencapresan Prabowo Subianto dalam kemasan beritanya yang disajikan kepada khalayak.

Pada kelompok berita koalisi yang dibangun oleh Prabowo Subianto dan Partai Gerindra, peneliti memilih artikel berita yang berjudul “Setelah Pintu Tertutup Di Teuku Umar” di MBM Tempo edisi 19-25 Mei 2014. Alasan utama peneliti memilih artikel berita ini karena menjadi liputan utama pertama sekaligus memuat secara detail bagaimana perjalanan Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa melakukan koalisi dengan dukungan berbagai partai seperti PPP, PKS, dan PAN.

Pada kelompok artikel berita ketiga yaitu penggambaran sosok Joko Widodo sebagai calon presiden 2014, peneliti memilih artikel berita dengan judul “Ujian Pertama Petugas Partai”. Peneliti memilih artikel berita ini karena artikel berita ini merupakan liputan utama pertama di MBM Tempo edisi 17-23 maret 2014. Pada artikel tersebut telah diceritakan secara detail mengenai sosok Joko Widodo yang akhirnya mendapatkan mandat dari PDIP sebagai calon presiden 2014. Pada kelompok artikel berita mengenai koalisi yang dibangun Joko Widodo dan PDIP, peneliti memilih artikel berita yang berjudul “Empat Penjuru Pendukung Kalla”. Peneliti memilih artikel berita ini karena secara detail menceritakan lahirnya pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla beserta partai pendukung koalisi yaitu Nasdem, PKB dan Hanura.

Periodisasi waktu objek penelitian atau teks berita yang dianalisis ialah mulai edisi 28 oktober 2013 hingga 26 mei 2014. Pemilihan *time frame* di ambil

pada waktu tersebut karena pemberitaan mengenai pencapresan kedua kandidat dan koalisi yang dibangun untuk pemilihan presiden 2014 telah mendapatkan perhatian yang luas masyarakat serta sering menjadi liputan utama MBM Tempo. Dimulai dari edisi 28 oktober yang menggambarkan sosok Prabowo Subianto sebagai calon presiden 2014 hingga diakhiri pada edisi 26 mei yang membahas berbagai koalisi yang dibangun oleh partai Gerindra dan PDIP dengan judul *cover* “Habis Transaksi Terbit Koalisi”.

#### **F.8. Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *framing*. Analisis ini dapat membantu untuk menjelaskan relasi antara teks dan konteks dari sebuah pemberitaan di media. Eriyanto dalam bukunya mendefinisikan analisis *framing* adalah bagaimana realitas atau peristiwa dikonstruksi dan membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu oleh media. Sehingga yang menjadi titik perhatian adalah bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media (Eriyanto, 2002:5).

Dalam memahami pengemasan berita oleh media, peneliti memilih analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki. Melalui tulisannya “*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*”, terdapat empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*, yaitu: sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi 24 berita dalam suatu koherensi global. Selain itu, model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide (Sobur, 2004: 175).

Pan dan Kosicki menjelaskan bahwa dalam membentuk konstruksi sebuah realitas, seorang wartawan tidak hanya menggunakan pandangan atau persepsi dari dirinya sendiri. Setidaknya ada tiga tahap pemikiran yang dilalui seorang wartawan dalam menentukan arah pbingkaiannya. Pertama, proses konstruksi itu juga melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan. Nilai-nilai sosial yang tertanam mempengaruhi bagaimana realitas dipahami. Kedua, saat menulis wartawan tidak berhadapan dengan khalayak yang 'kosong'. Ia menulis bukan untuk dirinya sendiri, dan inilah yang membuat nilai-nilai dominan dalam masyarakat ikut menentukan pemahaman dan pemaknaan. Ketiga, Proses konstruksi itu juga ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik dan standar profesional dari wartawan (Eriyanto, 2002: 254).

Perangkat *framing* model Pan dan Kosicki mampu mengamati arah pbingkaiian media mulai dari bagaimana wartawan menyusun, mengisahkan, dan memilih idiom. Skema besar proses konstruksi media dapat dipahami menjadi struktur *sintaksis*, *skrip*, *tematik*, dan *retoris*. Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media. Kecendrungan atau kecondongan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dari keempat struktur (Eriyanto, 2002: 256). Berikut adalah perangkat yang menjadi susunan dalam analisis *framing* model Pan dan Kosicki:

**TABEL.3**

**Perangkat *Framing* Pan dan Kosicki**

No.	Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
1	<b>Sintaktis</b> Cara wartawan menyusun fakta	1.Skema Berita	<i>Headline, lead, latar belakang, informasi, kutipan, sumber, penutup</i>
2	<b>Skrip</b> Cara wartawan mengisahkan fakta	2.Kelengkapan Berita	<i>What, Where, When, Why, Who, How</i>
3	<b>Tematik</b> Cara wartawan menulis fakta	3.Detail 4.Maksud Kalimat 5.Nominalisasi antar kalimat 6.Koherensi 7.Bentuk kalimat 8.Kata ganti	Paragraf, proporsi, hubungan antar kalimat
4	<b>Retoris</b> Cara wartawan menekankan fakta	9.Leksikon 10.Grafis 11.Metafora 12.Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: (Sobur,2004:176)

Dalam pengertian umum, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita yaitu *headline, lead*, latar informasi, sumber dan penutup dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Elemen sintaksis juga memberikan

petunjuk yang berguna untuk memahami bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan kemana arah pemberitaan tersebut (Eriyanto, 2002: 257).

Dalam aspek skrip berkaitan dengan struktur dari skrip berita pada umumnya, yaitu pola 5W+1H (*who, what, when, where, why* dan *how*). Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita: bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting (Eriyanto, 2002: 261).

Pada aspek tematik bagi model Pan dan Kosicki berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai serta menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan (Eriyanto, 2002: 262). Pada aspek retorik digunakan wartawan untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran (Eriyanto, 2002: 264).

Dalam mempermudah peneliti dalam menganalisis teks berita, maka peneliti menggunakan *coding sheet* yang mengacu pada perangkat *framing* Pan dan Kosicki yang telah dipaparkan sebelumnya. *Coding sheet* ini berguna untuk mengkategorisasikan unsur-unsur yang terdapat dalam berita dan akhirnya akan digunakan peneliti sebagai pedoman dalam analisis secara keseluruhan.

TABEL.4

*Coding Sheet Analisis Framing Pan dan Kosicki*

Analisis Seleksi		Analisis Saliansi	
Struktur Skriptural	Struktur Tematis	Struktur Sintaksis	Struktur Retoris
<p>-Identifikasi Objek wacana (realitas) yang diangkat.</p> <p>-Identifikasi atas pelibat wacana (Subyek) bentuk keterlibatannya atau bentuk pernyataannya.</p> <p>-Identifikasi atas pelantun wacana (narasumber). Pernyataannya serta kepentingan yang dipresentasikan.</p> <p>-Mengapa dan untuk apa keterlibatan dan pernyataan pelibat dan pelantun</p>	<p>-Identifikasi atas jenis wacana apakah yang dilantunkan baik oleh pelibat dan pelantun wacana di atas.</p> <p>-Identifikasi terhadap pola hubungan yang muncul dalam teks antara satu wacana dengan wacana yang lain, antara pelibat wacana dengan objek wacana.</p>	<p>-Identifikasi terhadap placement masing-masing temuan di atas dalam struktur sebuah pemberitaan.</p> <p>-Identifikasi terhadap placement masing-masing temuan di dalam distribusi pembagian halaman.</p>	<p>-Identifikasi terhadap <i>metafora</i>, <i>exemplars</i>, <i>catchphrases</i>, <i>keyword</i>, <i>depiction</i> <i>visual image</i>.</p> <p><i>Metafora</i> Perumpaan atau pengandaian</p> <p><i>Exemplars</i> Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.</p> <p><i>Cathphrases</i> Frase yang menarik, kontras dan menonjol dalam satu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.</p> <p><i>Keyword</i> Berupa kata atau frase yang menonjol dalam wacana.</p> <p><i>Depiction</i> Penggambaran atau lukisan suatu isu yang bersifat konotatif. <i>Depiction</i> ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli</p>

			<p>sesuatu.</p> <p><i>Visual Images</i> Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan (Eriyanto,2002:225).</p> <p>-Identifikasi terhadap makna perangkat retorik di atas.</p> <p>-Identifikasi terhadap fungsi perangkat retorik di atas.</p>
<b>FRAME SELEKSI</b>		<b>FRAME SALIANSI</b>	
<p>Frame ini didapat dari kedua analisis struktur skrip dan tematik, dimana temuannya memperlihatkan frame pemilihan fakta yang dilakukan wartawan atau media terhadap sebuah peristiwa.</p>		<p>Frame ini didapat dari kedua analisis struktur sintaksis dan retorik, yang mana temuannya memperlihatkan frame penekanan atau penonjolan fakta yang dilakukan wartawan atau media pada peristiwa tersebut.</p>	
<b>MEDIA FRAME</b>			
<p>Berdasarkan frame seleksi dan frame saliansi, gabungan penjelasan dari analisis kedua frame akan menunjukkan atau menjawab bagaimana frame yang dilakukan media terhadap peristiwa melalui beritanya.</p>			

Sumber: Sasangka, dalam Subakti (2012:36)