

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada tahun 2014, Indonesia kembali menggelar pesta demokrasi dalam wujud pemilihan umum (pemilu) legislatif dan presiden serta wakil presiden. Pemilu presiden dilakukan pada tanggal 9 Juli 2014 dengan dua calon presiden yaitu Joko Widodo (Jokowi) dan Prabowo Subianto. Media sebagai pilar keempat demokrasi pun punya andil dalam pemilu. Munculnya dua nama calon presiden ini menjadi pemberitaan hangat dari berbagai media massa.

Tidak hanya menarik perhatian media dalam negeri saja, beberapa media asing juga turut memberitakan pemilu Indonesia. Seperti ditulis dalam artikel pada portal berita online *sindonews.com* berjudul “Media Asing Ramai Bicarakan Pemilu di Indonesia” pada tanggal 9 April 2014, beberapa media asing yang memberitakan pemilu Indonesia adalah Reuters, Channel News Asia, dan Wall Street Journal (Maulana, 2014).

Bahkan portal berita online *tempo.co* pernah menulis artikel berjudul “5 Alasan Dunia Sorot Pilpres Indonesia”. Dalam artikel tersebut *tempo.co* mengutip berita dari The Guardian, Senin, 7 Juli 2014. Alasan pertama yaitu karena Indonesia adalah negara demokrasi terbesar di dunia setelah India dan Amerika Serikat. Kedua, perekonomian Indonesia semakin penting di mata internasional dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Ketiga, masyarakat

Indonesia dianggap dinamis karena mampu berubah dari pemerintahan terpusat menjadi demokrasi di segala bidang. Keempat, Indonesia dengan penganut Islam di negara dengan jumlah penduduk muslim lebih banyak dibandingkan seluruh kawasan Timur Tengah ini dianggap moderat. Indonesia menjadi contoh bahwa Islam dan demokrasi dapat berjalan berdampingan. Kelima, Indonesia menjadi contoh global tentang keuntungan sebuah kesatuan dan kebersamaan meski terdiri lebih dari 17.000 pulau (Jatmika, 2014).

Salah satu hal penting dalam diri para calon presiden adalah kredibilitas. Kredibilitas sumber adalah bagian penting dalam konteks komunikasi politik. Politisi dapat memengaruhi opini publik dengan kemampuan komunikasinya. Kredibilitas juga merupakan faktor penting dalam pemilihan seorang pemimpin (Richmond & McCroskey dalam Teven, 2008:385). Kredibilitas merupakan hal penting dalam membangun sebuah citra positif seseorang.

Media massa telah menjadi pembangkit dan sumber informasi utama. Media online menjadi salah satu rujukan masyarakat Indonesia maupun dunia terkait pemberitaan pemilu presiden di Indonesia. Beberapa keunggulan yang dimiliki media online antara lain sifat *immediacy*, *depth*, dan *interactivity* (Allan, 2006:25). Oleh karena itu media online juga menjadi penting dalam pembentukan citra dan kredibilitas mengingat peran dan pengaruhnya pada pembentukan opini publik. Melalui pemberitaannya, media dapat

mengonstruksi atau menyusun ulang realitas, dalam hal ini kredibilitas Prabowo.

Setiap orang berharap media dapat membantu mereka menemukan kejujuran dalam setiap hal, termasuk membantu memberikan informasi yang benar tanpa ada pengaruh dan tekanan dari pihak manapun. Namun praktiknya hal tersebut sulit dilakukan karena media akan selalu dipengaruhi oleh hal-hal yang ada di sekitarnya. Deddy Mulyana (dalam Eriyanto, 2002:xi) mengatakan wacana media pada dasarnya menawarkan kerangka makna alternatif pada khalayak untuk mendefinisikan dirinya sendiri, orang lain, lingkungan sosial, peristiwa-peristiwa, dan objek-objek lain di sekitar mereka.

Media lokal maupun nasional tidak hanya meliput pemilu Indonesia di mata masyarakatnya tetapi juga di mata dunia. Hal ini terbukti dengan banyaknya berita yang menginformasikan pemilu Indonesia di mata media asing. Salah satu media asing yang disebutkan adalah New York Times. Tidak tanpa alasan media besar Amerika Serikat ini disebut-sebut dalam banyak media lokal maupun nasional.

Harian International New York Times edisi Asia Kamis (27/3) menurunkan berita serta foto Prabowo di halaman satu mereka. Isi berita itu menyiratkan kekhawatiran pegiat HAM soal masa lalu Prabowo yang pernah menculik aktivis. Wartawan International New York Times, Joe Cochrane, menulis pencalonan Prabowo mengundang kekhawatiran dari pegiat HAM dalam negeri dan internasional karena sebelumnya Komnas HAM Indonesia

pernah merekomendasikan Prabowo untuk disidang terkait penculikan aktivis prodemokrasi di akhir 1990-an (Maradona, 2014).



Gambar 1.1. Edisi harian International New York Times yang memuat liputan capres Prabowo Subianto (Maradona, 2014)

Portal berita online *NYTimes.com* pun menyebut Amerika Serikat keberatan Prabowo menjadi presiden. Dalam berita dengan judul “*Indonesia Candidate Tied to Human Right Abuses Stirs Unease*” pada 26 Maret 2014 ini, kasus-kasus pelanggaran HAM juga disinggung. Berita ini ditulis oleh penulis yang sama yaitu Joe Cochrane.



Gambar 1.2. Pemberitaan Prabowo di *NYTimes.com* (Widiyanto, 2014)

"Prabowo yang lulus dari program pelatihan militer Amerika pada tahun 1980 dan merupakan pengagum Amerika Serikat telah selama bertahun-tahun ia ingin bertemu dengan para pejabat Amerika tingkat tinggi. Sejauh ini, Amerika Serikat telah keberatan," tulis Cochrane di New York Times (Widiyanto, 2014).

Dalam berita tersebut, seorang profesor ilmu politik di Universitas Northwestern menyebutkan sensitivitas terhadap Prabowo sebagai calon presiden Indonesia berasal dari hubungan erat militer Amerika Serikat dengan Indonesia selama kekejaman militer Indonesia terjadi. Prabowo, yang merupakan lulusan dari program pelatihan militer di AS pada 1980, merupakan pengagum Amerika. Meski demikian, keinginan Prabowo selama bertahun-tahun untuk bertemu pejabat tinggi AS selalu mendapat penolakan. Amerika Serikat memang telah lama memasukkan Prabowo ke dalam "daftar hitam" terkait dengan dugaan pelanggaran hak asasi manusia yang dilakukannya. Bahkan, Departemen Luar Negeri AS sempat menolak visa Prabowo yang kala itu ingin menghadiri wisuda anaknya di sebuah universitas di Boston (Jatmika, 2014).

Beberapa portal media online menjadikan pemberitaan *NYTimes.com* terkait Prabowo dan Hak Asasi Manusia sebagai bahan pemberitaan. Media-media tersebut mengutip pernyataan *NYTimes.com* yang menyatakan kegelisahan pegiat HAM akan masa lalu Prabowo dan sikap Amerika terhadap pencalonan diri Prabowo sebagai presiden Indonesia. Apa yang ditulis oleh New York Times tidak hanya dibaca oleh orang asing tetapi juga menjadi sumber berita bagi media nasional. Dengan kata lain *frame* yang

dibangun oleh *NYTimes.com* tentang kredibilitas Prabowo juga berpengaruh pada masyarakat Indonesia yang membaca portal berita tersebut.

Tabel 1.1 Daftar Media yang Meliput Pemberitaan *NYTimes.com* Tentang Prabowo (26/3/2014)

NO	JUDUL	TANGGAL	MEDIA
1.	<i>New York Times</i> Ungkap Masa Lalu Prabowo	27 Maret 2014	Republika.co.id
2.	<i>New York Times</i> Sebut AS Keberatan Jika Prabowo Jadi Presiden	28 Maret 2014	Tribunews.com
3.	<i>What US Says on Presidential Nomination of Prabowo</i>	7 April 2014	Tempo.co
4.	<i>Prabowo win could harm RI-US ties: Analyst</i>	1 April 2014	Thejakartapost.com
5.	Dosa Prabowo Diungkap New York Times	28 Maret 2014	Suaranews.com
6.	Prabowo Mengancam Kepentingan Amerika Serikat di Indonesia	2 April 2014	Voa-islam.com
7.	AS "Sakit Kepala" dengan Munculnya Prabowo dalam Pilpres Indonesia	21 Mei 2014	Kompas.com
8.	Prabowo Maju Capres, Amerika Sakit Kepala	22 Mei 2014	News.viva.co.id

Sumber: Olahan Peneliti

Sedikitnya ada delapan portal media nasional yang mengutip pemberitaan *NYTimes.com* tentang Prabowo. Melihat hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana *NYTimes.com* mengonstruksi kredibilitas Prabowo dengan metode analisis framing. Penulis memilih model analisis framing milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini dipilih karena memiliki struktur sintaksis yang dapat digunakan untuk menganalisis

headline. *Headline* merupakan aspek sintaksis dari wacana berita dengan tingkat kemenonjolan tinggi yang menunjukkan kecenderungan berita (Eriyanto, 2002:257). Perlu diketahui bahwa sampel penelitian yang diambil dari *NYTimes.com* juga merupakan *headline* dari New York Times versi cetak yaitu International New York Times edisi Asia. Portal berita online *NYTimes.com* dipilih karena pada bulan Februari 2015 menempati urutan ke-5 portal berita online terbesar di dunia versi EbizMBA Rank (Ebizmba, 2015).

Penelitian tentang pemberitaan tokoh politik menggunakan analisis framing telah banyak dilakukan sebelumnya. Pada tahun 2012, Indriawan Seto Wahyu Wibowo, dosen Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara melakukan penelitian serupa dengan judul “Kredibilitas Pemerintah Banten di Mata Media Online Bantenpos.co”. Dalam penelitian tersebut, didapatkan hasil bahwa media seakan menggiring opini berbeda dengan apa yang sebenarnya terjadi. Dalam berita berjudul “Gubernur Siapkan Pakar Redam Provokator”, ternyata dalam isi beritanya tidak ada sama sekali kata provokator. Ini merupakan opini berlebihan dari media massa yang mengusungnya. Frame berita yang didapatkan adalah penonjolan pada konflik yang terjadi antara Gubernur dan Wagub terpilih, karena Rano Karno merasa tidak dilibatkan dalam proses mutasi di kalangan pejabat eselon II,III dan IV (Wibowo, 2012).

Penelitian dengan metode analisis *framing* terkait pemberitaan tokoh pemerintahan Indonesia juga banyak dilakukan. Seperti penelitian yang

dilakukan oleh Felicia Ratih Puspitasari (2010) dengan judul “Profiling Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati Dalam Pemberitaan di Harian Bisnis Indonesia (Analisis Framing Pencitraan Menteri Keuangan Sri Mulyani dalam Pemberitaan di Harian Bisnis Indonesia edisi 1 Desember 2009-24 Februari 2010 Terkait dengan Kasus Bank Century). Dalam penelitiannya, Felicia menemukan adanya tiga *frame* yang dilakukan Harian Bisnis Indonesia yaitu Sri Mulyani sudah melaksanakan tugas dengan benar sebagai Menteri Keuangan. Kedua, Bisnis Indonesia memprofil Sri Mulyani sebagai pribadi yang percaya diri, tegas, dan tegar dalam menghadapi persoalan kasus Century. Terakhir, frame ketiga Bisnis Indonesia adalah menyesali keputusan bailout dengan jumlah yang membengkak dan memposisikan Bank Indonesia sebagai pihak yang lalai sehingga menyebabkan polemik terjadi (Puspitasari, 2010).

Kesimpulan dari dua penelitian terdahulu sama-sama menyatakan bahwa media mempunyai *frame* tertentu dalam pemberitaannya sehingga dapat memengaruhi opini publik. Pengambilan *frame* tentu tidak lepas dari kepentingan media atau pun wartawan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis pemberitaan Prabowo sebagai calon presiden Indonesia menurut *NYTimes.com*. Kekhasan penelitian ini daripada penelitian sebelumnya terdapat pada media yang diteliti. Jika penelitian sebelumnya mengambil media lokal dan nasional, maka penelitian ini mengambil media asing yaitu portal berita *NYTimes.com*.

Berita mengenai calon presiden Indonesia di *NYTimes.com* pada

tanggal pada 26 Maret 2014 dengan judul “*Indonesia Candidate Tied to Human Right Abuses Stirs Unease*” menarik perhatian banyak media nasional maupun lokal di Indonesia karena merupakan berita pertama dari *NYtimes.com* yang menyebut Amerika Serikat keberatan Prabowo menjadi presiden. Oleh karena itu penulis mengambil *time frame* awal 26 Maret 2014-8 Juli 2014. Pemilihan *time frame* akhir 8 Juli 2014 didasarkan pada pertimbangan berita yang diambil yaitu berita sebelum pemilu presiden tanggal 9 Juli 2014 dilangsungkan.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana *frame* pemberitaan kredibilitas Prabowo sebagai calon presiden Indonesia menurut portal berita online *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014 – 8 Juli 2014?

C. TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui *frame* pemberitaan kredibilitas Prabowo sebagai calon presiden Indonesia menurut portal berita online *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014 – 8 Juli 2014.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah kajian analisis framing pada pemberitaan isu-isu politik di Indonesia dalam media asing.

- b. Memberikan sumbangan untuk ilmu komunikasi dan referensi bagi penelitian sejenis atau selanjutnya, terutama penelitian tentang kredibilitas tokoh publik dengan menggunakan analisis framing.

2. Manfaat Praktis

- a. Membuka wawasan bagi pembaca dan menambah pengetahuan tentang frame media dalam melakukan konstruksi realitas melalui berita.
- b. Memberi gambaran bagaimana frame *NYTimes.com* dalam membangun kredibilitas Prabowo sebagai calon presiden Indonesia.
- c. Memberikan sumbangan untuk terapan Ilmu Komunikasi, khususnya bagi para jurnalis di media online.

E. KERANGKA TEORI

1. Berita sebagai Produk Jurnalisme

NYTimes.com adalah salah satu portal media online yang menyajikan berbagai berita internasional. Untuk mengetahui kredibilitas Prabowo sebagai calon presiden, peneliti menggunakan analisis framing pada berita-berita yang ditulis di *NYTimes.com*. Fishman beranggapan bahwa sebuah berita bukanlah sekedar ruang refleksi realitas yang seolah berada sangat jauh. Sebuah berita itu tidak ada yang bisa benar-benar nyata berada di luar. Seandainya ada sebuah berita yang tampak merefleksikan sesuatu, dapat dikatakan bahwa refleksi itu merupakan bagian dari praktik pekerja dalam organisasi yang memproduksi berita (Eriyanto, 2007:100). Berita yang

muncul di media massa merupakan hasil dari pemikiran ataupun refleksi wartawan dalam sebuah media yang erat dengan kepentingan.

Berita yang terkumpul dari hasil liputan wartawan pada dasarnya, bertindak sebagai produk jurnalisme yang merupakan laporan dari sebuah peristiwa yang terjadi. Kemudian disampaikan kepada masyarakat luas dengan tujuan agar masyarakat memperoleh informasi dan pengetahuan baru. Seperti dikutip dari pernyataan Mac Dougall dalam buku Analisis Framing karya Eriyanto:

At any given moment billions of simultaneous events occur throughout the world (...) All of these occurrence are potentially news. They do not become so until some purveyor of news given an account of them. The news in other words, is the event, not something intrinsic in the event itself (Eriyanto, 2007:102).

Seperti yang kita ketahui setiap harinya ada jutaan peristiwa yang terjadi, dan semuanya itu belum tentu layak untuk dapat dijadikan sebagai berita. *NYTimes.com* sebagai sebuah media penyaji berita tentu juga mempunyai kriteria kelayakan tertentu dalam menentukan berita yang akan dimuat. Secara umum, peristiwa yang dapat dikatakan layak dan memiliki nilai berita apabila memiliki beberapa kriteria berikut ini (Siregar, 1998:28):

- a. Penting (*significance*), yaitu kejadian yang kemungkinan memengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap pembaca.
- b. Besar (*magnitude*), yaitu kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat dan bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.

- c. Waktu (*timelines*), yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.
- d. Kedekatan (*proximity*), yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca. Kedekatan ini bisa bersifat geografis maupun emosional.
- e. Tenar (*prominence*), yaitu menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal pembaca, seperti orang, benda, ataupun tempat.
- f. Daya tarik kemanusiaan (*human interest*), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

2. Framing dan Pandangan Konstruksionis

Pendekatan yang digunakan untuk mengetahui kredibilitas Prabowo sebagai calon presiden menurut *NYTimes.com* adalah pendekatan konstruksionis. Konstruksionis merupakan salah satu paradigma penelitian. Tradisi konstruksionis adalah tradisi yang menekankan pada *subjectivity* (subjektivitas) dan *reflexivity* (refleksivitas). Salah satu metode dalam pendekatan konstruksionis adalah analisis framing. Titik persoalan dalam penelitian framing ini adalah bagaimana realitas atau peristiwa dikonstruksi oleh media. Lebih spesifiknya, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Para konstruksionis sendiri menilai bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat dalam pandangan mereka. Berikut adalah penilaian dari para konstruksionis yang dikutip dari buku Analisis Framing yang ditulis oleh Eriyanto (2002:19-36).

Pertama, fakta atau peristiwa adalah hasil dari konstruksi, yang melakukan konstruksi berita adalah wartawan itu sendiri, karena antara satu wartawan dan lainnya memiliki pemahaman dan penafsiran yang berbeda terhadap berita yang sama. Sedangkan fakta itu sendiri juga merupakan hasil konstruksi dari penafsiran yang berbeda-beda. Sebab tidak ada fakta yang ada dengan sendirinya.

Kedua, media adalah agen konstruksi. Pandangan konstruksionis tidak hanya melihat media sebagai suatu saluran saja, tetapi media secara aktif menafsirkan realitas untuk disampaikan kepada khalayak, lewat berbagai instrumen yang ada.

Ketiga, berita bukan bagian dari refleksi realitas. Ia hanya konstruksi dari realitas. Berita yang tersaji untuk khalayak adalah sebuah konstruksi kerja jurnalistik dan bukan merupakan kaidah baku jurnalistik.

Keempat, berita bersifat subjektif, menyangkut hal-hal terkait pemilihan narasumber, *angle* berita, maupun pilihan kata yang digunakan dalam teks berita, pandangan konstruksionis itu sendiri melihat segala sesuatunya tidak terlepas dari subjektivitas wartawan atau pelaku media. Dengan adanya kesubjektivitasan yang terbentuk mengakibatkan mereka bebas untuk memilih siapa narasumbernya, *angle* yang dipakai apa, dan juga bagaimana penyampaian fakta dalam berita.

Kelima, wartawan adalah agen konstruksi realitas, bukan sebagai pelapor. Pandangan konstruksionis menilai wartawan sebagai agen

konstruksi yang tidak hanya sebatas melaporkan fakta, tetapi juga mengonstruksikan fakta yang akan menjadi berita.

Keenam, etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang penting dalam produksi berita. Wartawan tidak hanya sekedar meliput saja, melainkan wartawan juga mampu menjadi penafsir yang menafsirkan keberagaman secara subjektif.

Ketujuh, nilai, etika, dan pilihan moral peneliti menjadi bagian yang integral dalam penelitian. Peneliti memiliki nilai dan keberpihakan yang berbeda satu sama lainnya. Hal ini dapat terjadi karena peneliti bukanlah makhluk yang netral secara mutlak dalam menilai sebuah realitas.

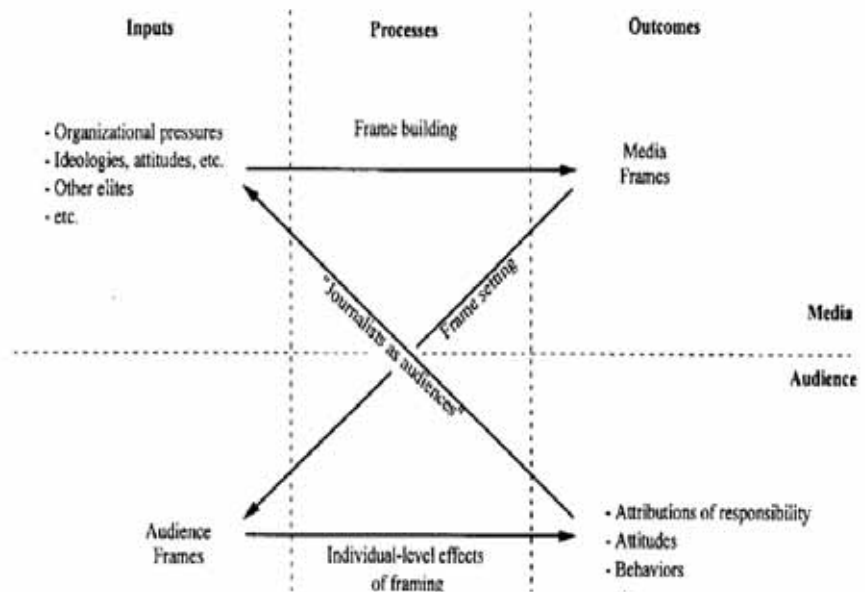
Kedelapan, khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita yang ada. Pandangan konstruksionis melihat khalayak sebagai subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang dibaca.

Dari delapan poin penalaran tersebut, peneliti melihat bagaimana *NYTimes.com* menggunakan pandangan konstruksionis dalam pemberitaan terkait kredibilitas Prabowo sebagai Calon Presiden Indonesia 2014-2019. Oleh karena itu perlu dicermati apakah realitas yang dijadikan berita sesuai dengan fakta atau merupakan hasil rekonstruksi institusi media untuk menghasilkan makna-makna tertentu.

Sebelum melakukan analisis framing terhadap berita di *NYTimes.com*, pemahaman mengenai perbedaan fakta, intepretasi dan opini dari pekerja media menjadi penting. Fakta adalah situasi dan kondisi

seperti apa adanya, tidak ditambah ataupun dikurangi, atau dengan kata lain fakta adalah peristiwa atau pendapat apa adanya yang bersifat suci. Intrepretasi adalah tafsiran yang juga berarti pendapat yang disajikan berdasarkan fakta-fakta yang ada di tempat peristiwa atau berdasarkan fakta-fakta, sikap, dan perilaku si pemberi pendapat, merupakan bunga berita. Sedangkan opini adalah pendapat pribadi seorang wartawan yang tidak dilandasi fakta, tetapi lebih karena selera pribadi wartawan sendiri, bersifat bebas. Seorang wartawan tidak dibenarkan memasukkan opini pribadi dan hanya dibenarkan menyajikan fakta dan intrepretasi. Namun, wartawan boleh memasukkan opini dari orang lain ke dalam naskah berita dengan syarat menyebutkan sumber yang jelas (Siregar, 1998:32).

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis framing yaitu analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengonstruksi realitas (Eriyanto, 2002:10). Dietram A. Scheufele dalam tulisannya yang berjudul *Framing As a Theory Effects* mengutip pernyataan Tuchman yang mengatakan bahwa *basic* dari framing adalah konstruksi sosial. Dikatakan bahwa media memiliki peran aktif dalam memberikan referensi yang akan digunakan oleh penonton atau pembaca untuk menginterpretasikan dan mendiskusikannya secara publik (Scheufele, 1999:105). Dientram A. Scheufele dalam jurnal yang ditulisnya menggambarkan bagan framing yang dilakukan oleh media sebagai berikut:



Gambar 1.3. Proses Framing oleh Dietram A. Scheufele (Scheufele, 1999:13)

1) *Frame Building*

Tahap ini terbentuk di dalam keredaksian suatu media. Dietram A. Scheufele mengatakan ada beberapa hal yang memengaruhi proses *frame building (input)* yaitu: adanya hambatan-hambatan dalam organisasi media (*organizational restraint/pressure*), nilai-nilai yang terbentuk dari profesionalisme jurnalis, serta harapan-harapan mereka yang muncul terhadap audiens atau pembaca berita mereka buat. Kemudian faktor individu jurnalis dalam menginterpretasikan realita, serta ideologi media turut berperan dalam *frame building*. Input atau faktor-faktor tersebut akan menghasilkan output berupa frame dari media. Scheufele juga memandang *frame building* sebagai “*frames suggested by interested groups or political*

actors as sound bites are adopted by journalist and incorporated in their coverage of an issue or even” (Scheufele, 1999:116).

Pada tahapan ini, Scheufele tidak hanya menunjuk tekanan organisasional, ideologi dan sikap jurnalis yang memengaruhi terbentuknya frame berita dalam media, melainkan juga melihat adanya peran dari aktor-aktor politik, yang selanjutnya diadaptasi oleh jurnalis untuk membentuk isu dalam berita tersebut.

2) *Frame Setting*

Level ini merupakan proses memberikan relevansi yang lebih nyata terhadap isu yang diangkat sehingga memudahkan kita melihat bagaimana wartawan melakukan penekanan terhadap isu, pemilihan fakta, dan berbagai pertimbangan mengenai isu yang diangkat (Scheufele, 199:166). *Frame setting* dapat memengaruhi frame audiens, dikatakan demikian sebab *frame setting* melakukan beberapa tonjolan tertentu (saliansi) terhadap suatu realitas, menjelaskan suatu isu, dan melemparnya ke masyarakat. Dalam bagan Dietram A. Scheufele, *output* yang dimaksud berupa frame media yang telah terbentuk dari proses *frame building* kemudian diatur sedemikian rupa sehingga membentuk *frame* media yang bisa menjadi *frame* audiens juga.

3) *Individual-level effect of framing*

Pada tahap ini, pembaca akan mengalami perubahan sikap, tindakan, hingga menuju level kognitif audiens pada saat menginterpretasikan ataupun memahami isi pesan diakibatkan karena

adanya perbedaan pengetahuan, pengalaman, referensi, dan lingkungan yang berbeda. *Individual-level influence of audience frames on several behavioural, attitudinal, and cognitive variables have been examined using in most cases, black-box models* (Scheufele, 1999:117). Pada level individu ini, Dietram menjelaskan bahwa frame media akan memengaruhi perilaku dan kognitif audiensnya. Dari frame audiens yang sudah terbentuk akan memengaruhi sikap, kebiasaan, dan respon dari audiens itu sendiri.

4) *Journalist as audience*

Pada level terakhir ini menggambarkan proses bahwa wartawan tidak hanya menjadi individu jurnalis, melainkan wartawan itu sendiri mempunyai peran sebagai audiens juga. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Dietram A. Scheufele dalam tulisannya “*Consequently, they are equally susceptible to the very frames that they use to describe events and issues*” (Scheufele, 1999:117)

Dalam tulisan Scheufele juga dijelaskan bahwa hal ini tidak terjadi begitu saja, melainkan hal ini terjadi karena dari wartawannya sendiri juga banyak melihat dari berbagai referensi dari media massa yang lain. Dilihat dari sisi individu jurnalis yang juga sekaligus merupakan audiens dari media lain, maka untuk sikap, kebiasaan, serta respon yang terbentuk dalam dirinya akan ikut memengaruhi dirinya dalam memaknai berita dan caranya mengolah di dalam ruang redaksi tempat ia bekerja.

Dari pemaparan di atas, peneliti melihat bagaimana *NYTimes.com* menggunakan pandangan konstruksionis dan teori framing dalam pemberitaan terkait kredibilitas Prabowo sebagai Calon Presiden Indonesia 2014-2019. Oleh karena itu perlu dicermati apakah realitas yang dijadikan berita sesuai dengan fakta atau merupakan hasil rekonstruksi institusi media untuk menghasilkan makna-makna tertentu dengan *frame* tertentu pula.

F. DEFINISI KONSEP

1. Media Online

NYTimes.com adalah salah satu portal berita online. Saat ini media digital termasuk portal media online pun turut menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Kata “online” menurut Mike Ward dalam buku *Journalism Online* (2002:9) berarti menggambarkan akses, pencarian, atau penyebaran informasi digital.

Beberapa keunggulan yang dimiliki media online antara lain sifat *immediacy*, *depth*, dan *interactivity* (Allan, 2006:25). Sifat *immediacy* ditunjukkan dengan memprioritaskan aktualitas atau kecepatan informasi. Sifat *depth* merupakan kedalaman informasi yang disajikan oleh media online yang tidak dibatasi jumlah halaman sehingga wartawan lebih leluasa. Meski demikian media online menghindari tulisan terlalu panjang agar kecepatan akses dan tingkat keterbacaan lebih maksimal. Terakhir, *interactivity* merupakan komunikasi dua arah sehingga pembaca dapat

secara aktif memberikan pendapat atau komentar atas berita yang disajikan. Selain itu media online juga mampu memperbarui beritanya secara berkelanjutan. Hal ini ditunjukkan dengan berita yang bersambung dan diulang-ulang serta menjadikannya beberapa berita dengan topik yang sama untuk mengejar aktualitas.

2. Kredibilitas

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kredibilitas Prabowo sebagai calon presiden Indonesia menurut *NYTimes.com*. Oleh karena itu penting untuk memahami konsep kredibilitas. Lebih dari 2500 tahun yang lalu, Aristoteles telah memaparkan tentang konsep kredibilitas. Kredibilitas adalah citra seseorang (*source*) dalam benak penerima atau *receiver* (Andersen & Clevenger dalam Teven, 2008:285). Kredibilitas sumber adalah bagian penting dalam konteks komunikasi politik. Politisi dapat memengaruhi opini publik dengan kemampuan komunikasinya. Kredibilitas juga merupakan faktor penting dalam pemilihan seorang pemimpin (Richmond & McCroskey dalam Teven, 2008:385).

Berdasarkan hasil penelitian sosial yang telah banyak dilakukan, kredibilitas sumber bersifat multidimensional. McCroskey dan Teven (dalam Teven, 2008:386) mengidentifikasi tiga dimensi dari kredibilitas yaitu kompetensi (*competence*), keterpercayaan (*trustworthiness*), dan niat baik (*goodwill*).

- a. Kompetensi (*competence*) : aspek kredibilitas yang mengacu pada tingkat kemampuan atau keterampilan tertentu yang dimilikinya. Jika

pemegang jabatan dianggap kompeten, maka dia dipandang memiliki pengalaman, pengetahuan, kepemimpinan, dan keterampilan.

- b. Keterpercayaan (*trustworthiness*) : kesan watak/karakter seseorang menurut persepsi penerima. Sejauh mana penerima merasakan pernyataan yang dibuat oleh sumber. Keterpercayaan ini mencakup kejujuran (*honest*), adil (*fair*), tulus hati (*sincere*), bersahaja (*friendly*), terhormat (*honorable*), dan baik hati (*kind*). Dalam kampanye politik, keterpercayaan adalah tingkat keterpercayaan seseorang pada kandidat. Dimensi keterpercayaan atau karakter adalah landasan dalam pemilihan presiden (Barber dalam Teven, 2008:386) dan prediktor pilihan suara (Peterson dalam Teven, 2008:386). Wanzonried dan Powell (1993) menegaskan bahwa setiap calon membawa pandangan, perilaku, dan pengalaman yang membentuk dimensi karakter dalam proses pemilihan atau proses politik. Persepsi keterlibatan seorang tokoh politik dalam skandal dapat membahayakan kredibilitas kandidiat (Funk dalam Teven, 2008:386). Penurunan kredibilitas dapat berdampak negatif pada sikap penerima.
- c. Niat baik (*goodwill*) : aspek ketiga kredibilitas sumber yaitu sejauh mana penerima merasakan sumber mempunyai niat baik, perhatian, dan akan memberikan yang terbaik. Empati dari seorang kandidat adalah kualitas pribadi yang penting. Seorang kandidat yang mengungkapkan keprihatinan tentang kesejahteraan warga bisa memengaruhi penilaian pemilih apakah calon akan membuat

kebijakan yang menguntungkan mereka. Hal ini diperlukan bagi para politisi untuk bisa berkomunikasi dengan pemilih agar dilihat sebagai pribadi yang peduli. Seorang politisi yang berhubungan baik dengan para pemilih akan cenderung dianggap sebagai sumber yang kredibel.

G. METODOLOGI PENELITIAN

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruksionis. Pendekatan konstruksionis memandang pesan bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya. Dalam menyampaikan pesan, seseorang menyusun citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam menggambarkan realitas (Eriyanto, 2002:41).

Realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang alami, tetapi hasil dari sebuah konstruksi. Konsentrasi dari paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana suatu realitas atau peristiwa dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002:37). Oleh karena itu realitas yang terdapat dalam teks berita merupakan konstruksi dari pembuat berita sehingga peristiwa yang ditampilkan bukanlah sebuah peristiwa yang alami. Pendekatan ini digunakan untuk melihat bagaimana kredibilitas Prabowo menurut *NYTimes.com*.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007:4) menuliskan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur

penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau pun lisan dari orang-orang yang diamati. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalkan perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks yang khusus dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian kualitatif berusaha menggali suatu permasalahan secara lebih dalam. Oleh karena itu kedalaman analisis menjadi tolok ukur dalam memperoleh hasil penelitian. Kedalaman ini dilihat dari bagaimana peneliti mampu mengungkap dan memahami apa yang ada dibalik fenomena yang belum diketahui. Inilah keunggulan pendekatan kualitatif yaitu dapat memberikan rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh pendekatan kuantitatif.

Peristiwa yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah bagaimana kredibilitas Prabowo menurut *NYTimes.com*. Untuk mencapai tujuan tersebut, jenis penelitian kualitatif adalah yang paling tepat. Oleh karena itu pengumpulan dan analisis data yang mendalam ditekankan dalam penelitian ini agar dapat menjelaskan peristiwa yang terjadi.

3. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah berita-berita, termasuk gambar dan foto terkait pemberitaan Prabowo menurut *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014–8 Juli 2014. Berita mengenai calon presiden Indonesia di *NYTimes.com* pada tanggal pada 26 Maret 2014 dengan judul “Indonesia

Candidate Tied to Human Right Abuses Stirs Unease” menarik perhatian banyak media nasional maupun lokal di Indonesia karena merupakan berita pertama dari *NYTimes.com* yang menyebut Amerika Serikat keberatan Prabowo menjadi presiden. Oleh karena itu penulis mengambil *time frame* awal 26 Maret 2014– 8 Juli 2014. Pemilihan *time frame* akhir 8 Juli 2014 didasarkan pada pertimbangan berita yang diambil yaitu berita sebelum pemilu presiden pada tanggal 9 Juli 2014 dilangsungkan.

Populasi berita dalam penelitian berdasarkan *time frame* 26 Maret 2014–8 Juli 2014 yaitu sejumlah 57 berita. Selanjutnya sampel dipilih berdasarkan penulis berita. Alasan pengambilan sampel berdasarkan penulis berita adalah karena tidak semua berita di *NYTimes.com* ditulis langsung oleh wartawan dari *NYTimes.com*. Berita yang ditulis langsung oleh wartawan *NYTimes.com* tentu akan lebih menggambarkan bagaimana kredibilitas Prabowo menurut *NYTimes.com* daripada berita hasil menyadur dari media lain. Beberapa kriteria pemilihan berita yang dianalisis adalah sebagai berikut:

1. Mempunyai *key word* “Prabowo”
2. Masuk dalam kategori artikel (bukan opini)
3. Berita ditulis pada tanggal 26 Maret 2014-8 Juli 2014
4. Berita ditulis oleh wartawan resmi New York Times.

Awalnya digunakan kata kunci “Prabowo” saat mencari berita di *NYTimes.com*. Berdasarkan ketiga kriteria di atas akhirnya didapatkan 5 buah berita yang merupakan tulisan asli dari koresponden *NYTimes.com* di

Indonesia yang bernama Joe Cochrane. Sisanya yaitu 43 berita disadur dari Reuters dan 9 berita dari The Associated Press.

Tabel 1.2 Daftar Berita Yang Dianalisis

NO	TANGAL	JUDUL
1.	26 Maret 2014	<i>Indonesia Candidate Tied to Human Rights Abuses Stirs Uniaise</i>
2.	9 April 2014	<i>Early Count in Indonesia Favors Largest Opposition Party</i>
3.	21 Juni 2014	<i>Political Upstarts Work to Propel Change in an Indonesia Tired of Corruption</i>
4.	5 Juli 2014	<i>After Barrage of Personal Attacks, Indonesian Presidential Election Tightens</i>
5.	7 Juli 2014	<i>Indonesian Candidate Masters a System He Is Said to Disdain</i>

(Sumber: Olahan Peneliti)

4. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah portal berita online *NYTimes.com* beserta penulisnya yaitu Joe Cochrane dan editornya Herbert Buchsbaum. Peneliti ingin mengetahui cara pandang dari subjek penelitian dalam melihat peristiwa dan menyeleksi isu. Cara pandang ini akan menentukan bagian dari fakta yang akan diambil sebagai berita serta penonjolan yang dilakukan.

5. Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan (Kriyantono, 2008:41). Data primer diambil dari teks berita di *NYTimes.com* yang menjadi objek penelitian ini dan juga hasil wawancara dengan wartawan dan editor *NYTimes.com*. Data sekunder sendiri adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya

atau sumber kedua (Kriyantono, 2008:42). Data sekunder didapatkan dari buku, jurnal, maupun internet yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua level yaitu level teks dan level konteks.

a. Level Teks

Level ini digunakan untuk melakukan observasi pada teks media. Dalam penelitian ini, data yang diobservasi adalah berita seputar pencalonan diri Prabowo sebagai calon presiden di *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014–8 Juli 2014. Observasi ini dilakukan untuk melihat posisi berita, bagaimana sikap redaksional melalui berita yang dibuat, serta bagaimana frame media terhadap pemberitaan tersebut.

b. Level Konteks

Level ini digunakan untuk menggali informasi terkait suatu pemberitaan. Penulis melakukan wawancara dengan Joe Cochrane sebagai wartawan yang menulis berita tentang pencalonan diri Prabowo sebagai calon presiden di *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014–8 Juli 2014. Dengan wawancara ini diharapkan pertanyaan yang ada di level konteks mampu terjawab.

7. Metode Analisis Data

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis framing. Metode ini dapat membantu menjelaskan relasi antara teks dan konteks dari

sebuah pemberitaan di media. Menurut Eriyanto analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengonstruksikan realitas. Analisis framing digunakan untuk melihat bagaimana suatu peristiwa dibingkai, dikonstruksi, dan dipahami oleh media.

Ada berbagai jenis metode analisis framing, antara lain Robert N. Entman, Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki, dan William A. Gamson. Terdapat perbedaan pada masing-masing model tersebut. Model Framing Robert N. Entman framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan (Eriyanto, 2002:188). Metode ini cocok untuk dipakai untuk menganalisis teks editorial karena memiliki penawaran solusi atas masalah yang terjadi di akhir teks editorial atau tajuk rencana. Namun kurang sesuai untuk meneliti *headline* atau artikel biasa di mana dalam *headline* tersebut tidak nampak solusi atas masalah yang terjadi.

Model framing William A. Gamson memandang bahwa frame dibentuk dari penggunaan kata, kalimat, metafora, dan lain-lain. Pemakaian kata, kalimat dan metafora tersebut selanjutnya digabungkan dengan perangkat penalaran yang berhubungan dengan kohesi dan korelasi dari teks yang merujuk pada gagasan tertentu (Eriyanto, 2002:226-227). Namun model ini peneliti rasa kurang tepat untuk menganalisis teks berita yang akan diteliti karena hanya fokus pada pengemasan berita lewat kata, kalimat, dan metafora yang dipakai saja, sedangkan peneliti membutuhkan model

framing yang juga bisa menjelaskan bagaimana frame terbentuk secara detail mulai dari cara wartawan menyusun fakta, mengisahkan fakta (kelengkapan 5W+1H), menuliskan fakta, dan cara wartawan menekankan fakta.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis framing yang diperkenalkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk menganalisis data berupa teks-teks berita di *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014–8 Juli 2014 tentang Prabowo sebagai calon presiden Indonesia. Model ini dipilih karena memiliki struktur sintaksis yang dapat digunakan untuk menganalisis *headline*. *Headline* merupakan aspek sintaksis dari wacana berita dengan tingkat kemenjolan yang tinggi yang menunjukkan kecenderungan berita (Eriyanto, 2002:257). Perlu diketahui bahwa sampel penelitian yang diambil dari *NYTimes.com* juga merupakan *headline* dari International New York Times edisi Asia versi cetak.

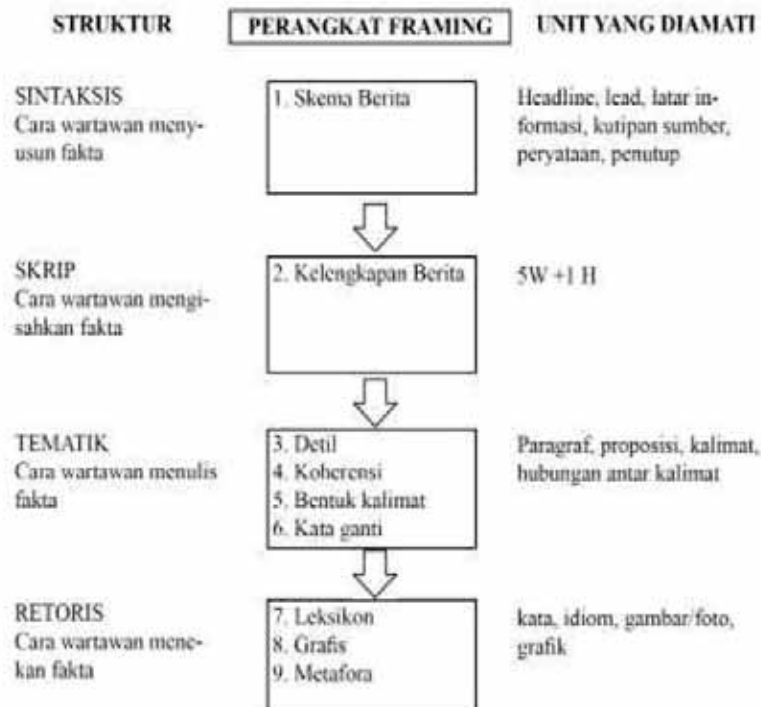
Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan yaitu konsep psikologis dan sosiologis. Pertama dalam konsepsi psikologis, framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang mengeloh sejumlah informasi dalam dirinya.

“This constructionist conception of framing in the sociological literature makes strong assumptions about individual cognitive processes-structuredness of cognitive representations and theory-guideness of information processing” (Pan dan Kosicki, 2003:56)

Konsep psikologis memiliki asumsi kuat tentang bagaimana proses kognisi dalam individu ketika menerima informasi. Framing di sini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik atau khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih

menonjol dalam kognisi seseorang (Kahneman dan Tversky dalam Pan dan Kosicki, 2003:56).

Kedua, konsepsi sosiologis. Pandangan ini lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Erving Goffman (dalam Pan dan Kosicki, 2003:56) mengatakan dalam analisis framing kita semua secara aktif mengklasifikasi, mengorganisasi, dan menginterpretasi pengalaman kita untuk menangkap sebuah frame berita di mana individu dapat mengidentifikasi dan memberikan label tertentu. Perangkat ini tepat untuk meneliti teks-teks *headline*, teks-teksnya akan lebih menyeluruh diteliti dengan model perangkat framing ala Pan dan Kosicki ini.



Gambar 1.4. Perangkat Framing Pan dan Kosicki (Eriyanto, 2002:256)

Setiap naskah berita selalu mempunyai unsur tematis yang menjadi pusat pengorganisasian ide (Gamson dan Modigliani dalam Pan dan Kosicki, 2003:58). Tema tidak sama seperti topik yang merupakan kesimpulan label dari sebuah domain tentang pengalaman sosial dalam bentuk cerita. Tema adalah ide yang menjadi penghubung elemen semantik yang berbeda dalam cerita (deskripsi dari aktor, aksi, kutipan, sumber, informasi latar belakang) sehingga membentuk koherensi secara keseluruhan. Tema inilah yang juga disebut sebagai frame (Pan dan Kosicki, 2003:59).

a. Sintaksis

Sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Bentuk sintaksis ini adalah apa yang disebut Van Dijk sebagai “*macrosyntax*”. Bentuk sintaksis paling populer adalah piramida terbalik yang dimulai dengan judul *headline*, *lead*, latar belakang dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik, bagian atas yang ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian yang di bawahnya. Sebagai contoh peletakan teks berita yang diteliti pada *headline* yang terletak di halaman pertama, dan bukan di halaman tengah atau akhir. Lead juga menjadi salah satu alat penting. Lead yang bagus akan memberikan pengantar *angle* yang mumpuni dan memberikan perspektif untuk melihat peristiwa yang ditulis (Pan dan Kosicki, 2003:59).

Selain itu, faktor keseimbangan dan keadilan juga yang merupakan bagian dari objektivitas berita juga menjadi bagian dari struktur sintaksis

berita sebagai sebuah “*genre of composition*”. Cara ini dapat digunakan secara efektif sebagai perangkat framing dengan tiga cara: mengklaim validitas fakta dengan kutipan atau narasumber yang kredibel, menyertakan beberapa pandangan penulis dengan menyeleksi kutipan dan narasumber.

b. Skrip

Skrip adalah bagaimana wartawan mengisahkan fakta. Peristiwa diramu dengan mengaduk unsur emosi, menampilkan peristiwa tampak sebagai sebuah kisah dengan awal, adegan, klimaks, dan akhir. Ada dua ciri wacana dalam sebuah berita. Pertama, sebagian besar wartawan menulis kan peristiwa secara kongkrit dengan nilai berita. Biasanya menceritakan peristiwa dengan beruntun. Kedua, berita diharapkan dapat membuat pembaca mengingat pengalaman umum yang di sekitar mereka.

Layaknya sebuah cerita, berita juga mempunyai skrip. Bentuk umum skrip ini adalah pola 5W dan 1 H. Unsur kelengkapan berita ini menjadi penanda framing yang penting (Pan dan Kosicki, 2003:60). Sebagai contoh yaitu berita seputar Prabowo sebagai calon presiden di *NYTimes.com* periode 26 Maret 2014-8 Juli 2014 yang akan diteliti, akan dilihat apakah ditulis dengan kelengkapan unsur 5W+1H sesuai kaidah penulisan berita atau tidak dan dilihat pemberian bobot pada masing-masing unsur tersebut.

c. Tematik

Dalam menulis berita, seorang wartawan mempunyai tema atau hipotesis tertentu atas suatu peristiwa. Tema akan dimunculkan secara

implisit lewat bukti dari observasi wartawan, kutipan, atau narasumber yang mendukung hipotesis wartawan. Ada beberapa elemen yang dapat diamati dari perangkat tematik ini, diantaranya koherensi, yaitu jalinan atau hubungan antar kata, dan proposisi, yaitu kalimat yang menggambarkan fakta. (Eriyanto, 2002:256-266).

Pan dan Kosicki (2003:60) menulis bahwa tematik dapat didukung oleh segala bukti yang disodorkan jurnalis untuk membuktikan hipotesisnya. Hipotesis ini adalah hasil dari berita sebagai bagian dari pengetahuan di mana jurnalis menggunakan prinsip-prinsip logis dalam menyajikan berita. Seorang jurnalis dapat menggunakan prinsip kausalitas dalam tulisannya. Dengan melihat empat elemen framing Pan dan Kosicki maka akan dapat dilihat hipotesis yang berusaha dibuktikan oleh jurnalis.

Hipotesis wartawan tidak selalu menjadi *headline* atau *lead* berita. Dalam banyak kasus dijumpai wartawan menggunakan sisi *human interest* untuk meningkatkan kedekatan dengan pembaca, wartawan menggunakan gambar atau peristiwa khusus yang mengantar pembaca ke dalam inti berita yang sesungguhnya. Dalam tulisan juga dapat dijumpai adanya subtema dan bukti-bukti pendukung yang terlihat dari latar belakang informasi dan kutipan dalam teks berita yang kompleks. Oleh karena itu struktur tematik adalah hirarki berlapis dengan sebuah tema utama yang mempunyai beberapa subtema yang didukung oleh isi berita (Pan dan Kosicki 2003:61).

d. Retoris

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Oleh wartawan, struktur retorik ini digunakan untuk membuat citra, menonjolkan sisi tertentu, dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Sebagai contoh yaitu dalam penelitian akan dilihat elemen-elemen penyusunan struktur retorik seperti pilihan kata, foto, grafik, serta gambar untuk menegaskan pendapat (Eriyanto, 2002:256-266). Menurut Van Dijk (dalam Pan dan Kosicki 2003:62), struktur retorik dalam wacana berita dapat pula berarti tendensi sebuah berita. Oleh karena itu sering sulit ditemukan perbedaan ketika wartawan menuliskan fakta atau mempersuasi.

8. Alur Penelitian

