

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tahun 2019 adalah tahun politik, tahun dimana Indonesia menggelar ajang lima tahunan, yaitu pemilihan umum. Untuk kali pertama dalam sejarah, Komisi Pemilihan Umum (KPU) akan menyelenggarakan pemilihan umum (pemilu) serempak di seluruh daerah Indonesia baik Pemilihan Presiden (Pilpres) maupun pemilihan anggota legislatif lainnya seperti DPR, DPD, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota pada 17 April 2019. Berbeda dengan pemilu sebelumnya, masa kampanye untuk pemilu 2019 ini dipersingkat menjadi 6 bulan. Masa kampanye dijadwalkan dari tanggal 13 Oktober 2018 sampai dengan 13 April 2019.

Salah satu metode kampanye yang dapat diterapkan pada masa kampanye adalah dengan menyelenggarakan debat Pasangan Calon tentang materi Kampanye Pasangan Calon. Hal tersebut merupakan amanat yang tertuang dalam Undang-Undang No.7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.

Mengikuti ketentuan pada UU tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, KPU menyelenggarakan debat kandidat pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 01 dan 02 sebanyak lima kali. Calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 01 adalah Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Kemudian Calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 02 adalah Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno. Debat perdana dengan tema hukum, HAM, Korupsi dan terorisme dilakukan pada tanggal 17 Januari 2019. Debat kedua dengan tema energi dan pangan, sumber daya alam dan lingkungan hidup, serta infrastruktur dilaksanakan pada 17 Februari 2019. Debat ketiga dengan tema pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, sosial dan kebudayaan dilaksanakan pada 17 Maret 2019. Debat keempat bertema ideologi, pemerintahan, pertahanan dan keamanan, serta hubungan internasional dilaksanakan pada 30 Maret 2019. Sedangkan debat kelima atau debat terakhir, dilaksanakan pada 13 April 2019, tepatnya empat hari sebelum dilaksanakannya pemilihan umum presiden pada 17 April 2019.

Debat terakhir mengangkat tema ekonomi dan kesejahteraan sosial, keuangan dan investasi, serta perdagangan dan industri.

Komisioner KPU RI Wahyu Setiawan, dikutip dari timesindonesia.co.id (21/01/2019) menjelaskan maksud dan tujuan KPU mengadakan debat pilpres 2019 adalah untuk memfasilitasi pasangan calon (paslon) untuk menyampaikan visi misi program dan memfasilitasi pemilih untuk mendapatkan informasi terkait performa paslon, dan visi misi program paslon.

Dr Imam Budidarmawan Prasodjo yang merupakan sosiolog dan akademisi Universitas Indonesia (UI), dikutip dari detik.com (2/4/2017, diakses pada 28 Januari 2019) mengatakan bahwa awal mula penyelenggaraan debat kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden di Indonesia diprakarsai oleh gerakan mahasiswa UI dalam wadah mahasiswa yang disebut Forum Salemba di Aula Fakultas Kedokteran UI pada Selasa, 27 April 1999. Penyelenggaraan eksperimen acara debat tersebut untuk mendorong proses demokratisasi di negeri ini. Acara ini secara sengaja dibuat sebagai rintisan membuka jalan baru bagi berkembangnya budaya politik baru di Indonesia yang transparan dan akuntabel. Para kandidat yang akan menempati posisi penting seperti Presiden, Gubernur, Bupati harus diuji. Rakyat harus diberi ruang untuk mendengar langsung apa yang ada dalam pikiran dan hati mereka. Debat capres perlu dilakukan tidak saja ditujukan agar rakyat saat memilih pejabat tidak seperti “membeli kucing dalam karung”, tetapi juga untuk mendorong tumbuhnya pemilih rasional.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kompas telah melakukan survei terhadap 1.200 responden yang dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis bertingkat di 34 provinsi dengan tingkat kepercayaan 95 persen dan *margin of error* 2,8 persen. Survei yang digelar pada 24 September-5 Oktober 2018 menyebutkan elektabilitas pasangan Joko Widodo-Ma`ruf Amin mencapai 52.6 persen dalam Pilpres 2019. Sementara pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Salahuddin Uno mendapat 32.7 persen. Seperti dikutip dari harian Kompas, mereka yang belum menentukan pilihannya sebesar 14,7 persen. Dengan adanya pemilih ragu pada kedua belah pihak dan mereka yang hingga kini belum menentukan pilihan, total massa mengambang dapat mencapai 46.8 persen.

Ada peluang bagi yang belum menentukan pilihannya dapat memutuskan pilihan, salah satunya berdasarkan performa pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden pada acara debat terbuka. Debat tersebut diselenggarakan secara resmi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). KPU mewajibkan 18 stasiun televisi swasta untuk menayangkan acara debat kandidat pemilihan presiden 2019. Stasiun TV yang wajib menyiarkan antara lain TVRI, RRI, Kompas TV, Rajawali TV, RCTI, GTV, MNC TV, iNews TV, Trans TV, Trans7, CNNIndonesia, MetroTV, SCTV, Indosiar, TVOne, ANTV, Berita Satu TV, dan Net TV. Sementara ada empat media massa yang diberikan akses untuk meliput acara debat perdana pilpres secara langsung di ruang debat, yakni, Radio Republik Indonesia (RRI), TVRI, Kompas TV dan Rajawali TV. Bagi stasiun TV yang tidak mendapatkan giliran untuk meliput secara langsung dapat menyiarkan debat perdana pilpres dengan *me-relay* dari stasiun TV yang mendapatkan giliran.

Setelah pelaksanaan debat perdana pilpres, lembaga survei menyelenggarakan survei, salah satu tujuan survei pascadebat perdana pilpres untuk mengetahui perubahan persentase elektabilitas pasangan calon Presiden. Lembaga penelitian Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA merilis hasil survei yang dilakukan 18-25 Januari 2019, salah satunya tentang pengaruh elektabilitas capres-cawapres, se usai debat perdana 17 Januari 2019. Elektabilitas Jokowi-Ma'ruf meraih 54,8 persen, sementara Prabowo-Sandiaga 31,0 persen. Adapun yang masih belum memutuskan, atau rahasia, maupun tidak tahu dan tidak jawab, sebesar 14,2 persen. Pascadebat kenaikan elektabilitas masing-masing paslon tidak signifikan. Jokowi-Ma'ruf naik 0,6 persen dan Prabowo-Sandiaga naik 0,4 persen. Survei ini menggunakan metode *multistage random sampling*, dengan jumlah 1.200 responden. Prosesnya menggunakan wawancara tatap muka dengan kuesioner, dan *margin of error*nya $\pm 2,8$ persen.

Lembaga survei *Cyrus Network* juga merilis hasil survei elektabilitas antara pasangan calon nomor urut 1 Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan pasangan calon nomor urut 2 Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Dalam simulasi surat suara, elektabilitas Jokowi-Ma'ruf 57,5 persen dan Prabowo-Sandi 37,2 persen. Responden yang belum memutuskan 3,7 persen dan yang tidak menjawab 1,6 persen. Selisihnya 20,3 persen. Sementara itu, sebanyak 77,5 persen responden

telah menetapkan pilihannya dalam Pemilu 2019. Hal tersebut terdiri dari 47,8 persen pemilih tetap Jokowi dan 29,7 persen pemilih tetap Prabowo. Hasan mengatakan, hal ini membuat tingkat kepastian pemilih memilih Jokowi lebih tinggi dibanding Prabowo. Survei dilakukan pada 18 Januari hingga 23 Januari 2019, atau tepatnya usai penyelenggaraan debat perdana pada 17 Januari. Survei dilakukan menggunakan sistem *multistage random sampling* dengan menggunakan wawancara tatap muka. Jumlah responden yang dilibatkan 1.230 orang di 34 provinsi. *Margin of error survey* +/-3 persen pada tingkat kepercayaan 95 persen.

Kemudian Populi Center melakukan kembali survei pada 20-27 Januari 2019, usai debat perdana kandidat Calon Presiden 2019. Adapun metode yang digunakan adalah wawancara tatap muka di 34 provinsi. Hasilnya, Jokowi-Ma'ruf unggul 54.1 persen dibandingkan Prabowo-Sandiaga, dimana pasangan 02 hanya memperoleh angka 31.0 persen. Diperoleh dari 1.486 responden, 14.9 persen tidak memberikan jawaban. Diketahui, pada survei sebelumnya, pada Desember 2018, elektabilitas Jokowi adalah sebesar 52 persen, sedangkan Prabowo-Sandiaga 30.7 persen. Dari survei terbaru Populi Center, terlihat kedua paslon mengalami peningkatan elektabilitas.

Kepercayaan akan keperkasaan media yang mampu memengaruhi pemilih, dibuktikan dalam debat presiden antara Richard Nixon dan John F. Kennedy pada tahun 1960, dan juga keberhasilan Clinton menggalang media lokal selama berkampanye. Ia mampu menarik suara dari Partai Republik ke Partai Demokrat dengan menggaet pendukung Bush sebanyak 29,28 persen. Hal tersebut dapat dilihat bagaimana pergeseran pandangan dari kalangan pemilih terhadap para calon presiden yang sangat fluktuatif. Pergeseran ini banyak dipengaruhi oleh liputan media, meski pada akhirnya bahwa hasil akhir pemungutan suara tidak jauh berbeda dengan hasil jajak pendapat (Cangara, 2009:416-417).

Di bidang politik, citra media telah menghasilkan jenis baru, politik rayuan dangkal yang menempatkan media pada pusat kehidupan politik. (Douglas, 2010:23). Media massa dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi masyarakat mengenai kandidat Calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilihan Presiden 2019 .

Apabila media massa terus menerus memberitakan informasi positif atau negatif mengenai Calon Presiden, seperti halnya teori jarum hipodermis yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm, disebut demikian karena teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan (Morissan, 2013:504).

Seperti yang dikemukakan oleh Patterson dalam (Cangara, 2009:384) menemukan bahwa penyebaran informasi tentang calon presiden oleh media sangat erat hubungannya dengan pengetahuan (*knowledge*) pemilih tentang calon presiden selama masa kampanye. Lebih lanjut Weaver menyatakan bahwa media memainkan peranan besar dalam menjadikan sejumlah kandidat dengan sifat-sifat tertentu yang lebih menonjol dibandingkan dengan kandidat lainnya. Di AS media massa menjadi sumber utama informasi politik. Jika pemilih mengalami kesulitan bagaimana cara memilih dan siapa yang akan dipilih, mereka akan kembali kepada media.

Hal serupa juga terjadi di Indonesia, media massa memiliki kemampuan dalam menciptakan opini publik. Kekuatan media terwujud dalam tiga aspek. Pertama, media mampu menciptakan isu, membuat sebuah isu lebih menonjol dibandingkan dengan isu lain. Kedua, media mempunyai kekuatan dalam membingkai suatu peristiwa, dan sebagai akibatnya media bisa mempengaruhi pandangan publik atas isu. Ketiga, media mempunyai kemampuan dalam mengarahkan pandangan publik (Eriyanto, 2018:3-4). Bahkan dalam pandangan konstruksionis media massa dipandang memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi realitas sosial di dalam masyarakat (Eriyanto, 2012:23). Kemampuan media tersebut lantas dimanfaatkan para elit politik untuk memberitakan mengenai program kerja sampai pencitraan dari masing-masing paslon. Dari sisi pembaca, pemberitaan mengenai pemilihan presiden dapat menjadi salah satu acuan dalam menentukan pilihannya. Meskipun masih banyak aspek lain yang mempengaruhi keputusan dalam menentukan pilihan presiden.

Pemberitaan mengenai program kerja masing-masing paslon memang penting untuk diberitakan mengingat fungsi pers sendiri menurut Undang-Undang No.40 tahun 1999 tentang Pers, yaitu untuk menginformasikan, mendidik,

menghibur dan melakukan pengawasan sosial (*social control*) baik pada perilaku publik maupun pada penguasa.

Kemudian dari perspektif politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratisasi karena menyediakan arena dan saluran bagi debat publik, menjadikan calon pemimpin politik dikenal luas masyarakat dan juga berperan menyebarkan berbagai informasi dan pendapat (Morissan, 2013:480).

Dari data survei yang diperoleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017, menghasilkan data bahwa 143,26 juta dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 262 juta merupakan pengguna internet aktif.

Kondisi tersebut mengakibatkan budaya internet semakin dominan. Kozinets mendefinisikan budaya internet/siber sebagai perspektif yang melihat teknologi sebagai hal yang utopis dan *futuristic*, sebagai sebuah kode simbolis atas masyarakat informasi yang baru, sebagai satu kesatuan praktik budaya dan gaya hidup yang berhubungan dengan teknologi jaringan komputer, atau konsep yang merefleksikan perubahan sosial yang diakibatkan oleh akses *new media* (Kozinets, 2010:20).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu cepat akhir-akhir ini telah turut meramaikan aktivitas komunikasi politik, terutama dengan internet. Para teknolog idealis yang mengembangkan internet yakin bahwa kehadiran media ini dengan cepat akan menyebarkan nilai-nilai baru untuk memperkuat demokrasi ke seluruh dunia, terutama dalam membangun pemerintahan yang lebih transparan (Cangara, 2009:392).

Di sektor komunikasi massa, konvergensi teknologi informasi memperlihatkan fenomena yang luar biasa. Jika dahulu aktivitas komunikasi massa hanya mengenal media cetak dan media elektronik, kini telah dikenal beragam media massa berbasis internet. Diramalkan bahwa dalam beberapa dekade mendatang masyarakat akan meninggalkan media massa tradisional dan beralih ke media konvergen (Romli, 2016:147).

Dengan realita tersebut mengakibatkan sumber-sumber informasi yang sebelumnya terbatas pada media cetak dan elektronik saat ini perlahan beralih ke media digital, terutama internet. Hampir semua koran nasional juga sudah

merambah ke penyediaan *media online* di samping tetap memproduksi koran cetak. Sebuah informasi tertentu dapat dengan mudah menyebar dalam hitungan detik tanpa kendali lewat *media online* (Hisyam dan Pamungkas, 2016:514).

Begitu juga dengan Koran Jawa Pos, bermula dari sebuah koran kecil di Surabaya yang didirikan pada 1 Juli 1949, bisnis Jawa Pos kini sudah merambah media televisi, *event* dan digital. Jawa Pos memasuki bisnis digital pada 2014 dengan menghadirkan Jawapos.com. Dalam perkembangannya yang relatif singkat, pada 2016 Jawapos.com mulai menyediakan beragam fitur *online* dalam format multimedia (teks, foto, dan video) dan multi-platform (*website*, *mobile site*, dan *mobile app*).

Seiring dengan makin meluasnya penggunaan Internet di Indonesia, pada 2017, Jawa Pos mempersembahkan *The New and Improved* Jawapos.com. *Flawless and clean design* menyajikan pengalaman membaca kelas dunia. Rubrikasi berita yang beragam, berisi artikel berita cerdas dan mendalam.

Jawapos.com merupakan bagian dari Jawa Pos Grup, jaringan media terbesar di Indonesia. Dengan lebih dari 200 media tersebar di seluruh Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, Jawa Pos Grup berhasil menjadi penyedia informasi terlengkap, terdepan, dan terpercaya di Tanah Air.

Selain itu Jawa Pos juga telah berhasil meraih beberapa penghargaan, di antaranya *Indonesia Best Brand* (2007), *Superbrands Indonesia's Choice* (2010-2011), *Greatest Brand People's Choice* (2010), *Indonesian Most Favorite Brand* (2011), *Women Brand* (2011), *Best Design in Asian Media Awards* (2012), *World Young Reader Newspaper of the Year* (2011) dan beberapa penghargaan lainnya.

Dalam halaman situs jawapos.com, terdapat banyak *menu bar* sebagai panduan dalam pemilihan berita, pembaca dengan mudahnya dapat memilih berita yang dibutuhkan atau ingin dibaca sesuai dengan kategori *menu bar* yang disediakan. *Menu bar* tersebut terbagi menjadi sebelas kategori yaitu, *News* yang menyediakan berita hari ini, yaitu hari dimana pembaca mengakses berita tersebut. *Entertainment* yang menyediakan kanal *Information*, *Lifestyle*, *Music & Movie*, *Travelling*, *Jkt48*, *Ekonomi* yang menyediakan kanal *Bisnis*, *Energi*, *Finance*, dan *Properti*. *Teknologi* yang menyediakan kanal *Aplikasi*, *Gadget*, *Komputer*, *Kamera*, dan *Review*. *Sepak Bola* yang menyediakan kanal *Liga*

Inggris, Liga Italia, Liga Spanyol, Sepak Bola Indonesia, Sepak Bola dunia. *Sports* yang menyediakan kanal Basket, Bulutangkis, F1, Moto GP, *All Sports Multimedia* menampilkan foto dan video. Sementara kategori Otomotif, Internasional, Pendidikan, dan Kesehatan tidak menampilkan kanal spesifik. Menariknya ada juga kategori Berita Sekitar Anda, kategori tersebut terdiri dari berita lokal daerah tertentu seperti Jakarta, Surabaya, Bali, Malang, Jogjakarta, Semarang, Solo, Bandung, Medan, Makassar, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera, Kalimantan dan Indonesia Timur, daftar daerah tersebut sudah mewakili seluruh pulau di Indonesia dan pemberitannya mencakup daerah masing-masing. Sementara pada kategori Nasional yang menyediakan kanal Hankam, Hukum&Kriminal, Humaniora, Pemilihan, dan Politik. Khusus untuk kanal Pemilihan memang sengaja ditambahkan dalam rangka pemberitaan menjelang pemilihan umum yang dilaksanakan 17 April 2019.

Pada beranda utama situs *jawapos.com*, terdapat menu *Trending Topic*, menu tersebut disediakan sebagai wadah untuk topik pemberitaan yang sedang hangat diperbincangkan, dianggap penting dan imbasnya nasional. Ada juga menu *Most Read* yang menampilkan artikel berita yang paling banyak diakses oleh pengunjung situs *online* ini.

Kepemilikan media di Indonesia didominasi oleh para elit politik, dapat diketahui bahwa Metro TV, *metrotvnews.com*, *medcom*, dan media Indonesia adalah Media Grup di bawah kepemimpinan Surya Paloh yang merupakan Ketua Umum Partai Nasdem. Sementara Hary Tanoesoedibjo merupakan pimpinan di MNC Grup, melakukan praktek konglomerasi media mulai dari media cetak Koran Sindo, media elektronik televisi pada RCTI, MNC TV, G TV, iNews TV, bahkan MNC Radio. Hary Tanoë pun memiliki partai Perindo. Tidak dapat dipungkiri media tersebut pasti mendukung partai milik pimpinan tertinggi. Sementara *Jawapos.com* direktur utama bernama Leak Kustiyo. Leak Kustiyo mengawali karirnya di *jawa pos* hingga promosi sampai dengan level direktur utama. Leak Kustiyo bukan merupakan ketua maupun anggota dan tidak berafiliasi dengan partai manapun. Sehingga *jawapos.com* masih belum dapat dipastikan kemanakah arah dukungannya terhadap partai politik dalam kontestasi politik pilpres 2019.

Penulis telah mengamati pemberitaan mengenai calon Presiden dan Wakil Presiden pascadebat perdana yang diselenggarakan oleh KPU pada 17 Januari 2019. Terlihat jawapos.com menjadi *media online* yang aktif secara periodik memberitakan mengenai pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden pascadebat perdana, hingga dibuat kanal khusus dengan nama Pemilihan, untuk menampilkan pemberitaan mengenai kedua pasangan calon. Jawapos juga sengaja menyiapkan tim untuk memantau dan memberitakan jalannya proses debat. Sejumlah 3 (tiga) tim untuk langsung menyaksikan jalannya acara di lokasi penyelenggaraan debat. Untuk melakukan pengecekan tentang data yang disampaikan kandidat, jawapos.com juga membuat tim cek fakta yang beranggotakan sampai 10 (sepuluh) sepuluh orang.

KPU menyelenggarakan debat perdana pemilihan presiden di Hotel Bidakara, Jakarta pada tanggal 17 Januari 2019. Debat perdana ini diikuti oleh calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 01 dan 02. Pelaksanaan debat calon presiden dan calon wakil presiden dipandu oleh moderator. Moderator debat pasangan calon dipilih oleh KPU dari kalangan profesional dan akademisi yang mempunyai integritas tinggi, jujur, simpatik, dan tidak memihak kepada salah satu pasangan calon. Moderator dalam debat ini adalah jurnalis senior Ira Koesno dan Imam Priyono. Selama dan sesudah berlangsung debat pasangan calon, moderator dilarang memberikan komentar, penilaian, dan simpulan apa pun terhadap penyampaian dan materi dari setiap pasangan calon (pasal 277, UU No.7 tahun 2017 tentang pemilu).

Pada saat pelaksanaan debat perdana dalam rangka pemilihan presiden RI 2019, masing-masing kandidat capres memiliki waktu untuk menyampaikan visi, misi dan tanggapan dalam debat. Debat perdana membahas tema hukum, HAM, korupsi dan terorisme.

Pelaksanaan debat perdana dimulai pukul 20:03 hingga pukul 22:23. Terhitung debat perdana berlangsung selama seratus empat puluh menit. Pada saat yang sama jawapos.com aktif memberitakan mengenai peristiwa jalannya debat. Seringkali topik yang disampaikan oleh kedua paslon diberitakan oleh jawapos.com dengan sudut pandang dari reporter sendiri. Tidak semua yang

disampaikan oleh kedua paslon diberitakan, pengangkatan topik dan angle dapat memperlihatkan kekuatan media dalam menciptakan sebuah isu.

Lewat seleksi liputan yang diangkat, media akan menentukan isu apa yang penting (dan kemudian banyak diberitakan) dan isu apa yang tidak diberitakan. Liputan media ini kemudian memberikan efek ke publik. Isu yang diliput dalam jumlah besar oleh media kemudian dipandang penting juga oleh publik (Eriyanto, 2018:8).

Media online nasional berlomba-lomba untuk memberitakan mengenai debat perdana pilpres, namun pengemasan berbeda-beda. Masing-masing media memiliki cara pandang tertentu dalam melihat realitas peristiwa debat yang terjadi. Eriyanto dalam bukunya *Media dan Opini Publik* (2018), memandang bahwa Jurnalis meliput peristiwa tidak dengan kepala kosong. Peristiwa sebaliknya dilihat dengan bingkai atau jendela tertentu, sebagai akibatnya ada hal yang diberitakan, dan tidak diberitakan. Ada bagian yang diberikan porsi besar dan bagian lain diberikan porsi kecil.

Dalam pelaksanaan debat perdana yang membahas mengenai tema hukum, HAM, korupsi dan terorisme, korupsi menjadi salah satu tema yang penting untuk dibahas karena massifnya praktik koruptif di Indonesia. Dikutip dari laporan *Indonesia Corruption Watch, Corruption Perception Index* pada lima tahun terakhir masih stagnan. Skor CPI Indonesia dari tahun 2015-2018 berturut-turut adalah 36, 37, 37 dan 38. Padahal, Pimpinan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) 2015-2019 menargetkan skor Indonesia akan mencapai angka 50. Hal ini mempertegas bahwa dibalik adanya upaya positif antikorupsi semua pihak dan kemajuan dalam bidang kemudahan berusaha serta perhatian yang meningkat pada korupsi di sektor swasta, korupsi politik dan korupsi penegakan hukum masih menjadi ancaman nyata di Indonesia.

Kemudian berdasarkan laporan tren penindakan kasus korupsi di Indonesia. Pada tahun 2018 ICW menemukan ada sebanyak 454 kasus korupsi yang ditangani oleh penegak hukum. Total tersangka yang ditetapkan yakni sebanyak 1.087 orang dengan berbagai latar belakang profesi. Jumlah kerugian Negara yang berhasil ditemukan oleh penegak hukum sebesar Rp5,6 triliun, jumlah nilai suap sebesar Rp134,7 miliar, jumlah pungutan liar sebesar Rp6,7

miliar, dan jumlah pencucian uang sebesar Rp91 miliar. Merespon praktik korupsi yang masih lazim, KPK tentu harus mengakselerasi strategi pencegahan dan penindakan korupsinya. Selanjutnya upaya pencegahan dan pemberantasan korupsi, menjadi salah satu hal yang harus dipikirkan calon kepala Negara Republik Indonesia 2019-2024.

Sehingga penelitian ini hendak melihat bagaimana *media online* khususnya *jawapos.com* memberitakan suatu peristiwa yang sama yaitu debat perdana pemilihan presiden 2019 mengenai korupsi dikemas dengan cara tertentu sehingga peristiwa yang sama dapat dilihat dengan bingkai yang berbeda, akan menghasilkan berita yang berbeda. Cara media membingkai konten pemberitaan menjadi hal yang sangat penting untuk diteliti, karena dengan cara ini lah terlihat bagaimana *media jawapos.com* memberitakan calon presiden dan wakil presiden.

Untuk mendapatkan gambaran tersebut, peneliti mengambil objek penelitian di *jawapos.com* dengan mengamati pemberitaan *jawapos.com* mengenai korupsi di kanal debat perdana pasca diselenggarakannya debat perdana yaitu pada 17 Januari 2019 hingga pemberitaan mengenai debat pilpres mereda yaitu pada 18 Januari 2019. Pemberitaan mengenai korupsi pada debat perdana pun sempat menjadi *trending topic* pada tanggal 17-18 Januari 2019. Pada periode tersebut, pemberitaan mengenai debat perdana di *jawapos.com* terhitung sebanyak 65 berita. Sehingga penulis mengamati pemberitaan *jawapos.com* pada tanggal 17-18 Januari 2019 mengenai debat perdana pemilihan presiden 2019. Penulis menyeleksi berita berdasarkan pada peringkat *most read* yang ditampilkan di beranda situs *jawapos.com*.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu pembedaan yang dilakukan *jawapos.com* mengenai pembahasan tema korupsi pada debat perdana Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019.

Dari rumusan masalah tersebut, maka ditemukan pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana *framing* pemberitaan mengenai korupsi pada debat perdana pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019 di *media online* *Jawapos.com*?”

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi *framing* berita mengenai korupsi yang dilakukan jawapos.com pascadebat perdana pemilihan presiden Republik Indonesia 2019.

1.3 Manfaat Penelitian

Terdapat dua sisi manfaat dalam penelitian yang akan dilakukan, yaitu:

1.3.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu wacana tambahan pada bidang komunikasi massa mengenai *framing* pemberitaan korupsi pada debat perdana pemilihan Presiden Republik Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi para jurnalis dalam memproduksi sebuah berita.

1.3.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi kepentingan praktis dalam penerapan proses pemingkakan berita atau *framing* terhadap sebuah peristiwa politik yang dilakukan oleh media massa *online* khususnya jawapos.com.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan pengamatan langsung peneliti di halaman jurnal *online*, mengenai jurnal terdahulu yang membahas mengenai analisis *framing* pada pemberitaan mengenai pemilihan umum, baik pemilihan Presiden maupun Kepala Daerah dan juga mengenai korupsi. Penelitian terdahulu menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis mendapatkan referensi yang cukup, dan dapat mengkaji penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, sehingga penulis dapat membandingkan agar penelitian yang akan dilakukan tidak sama dengan penelitian yang sebelumnya dan dapat menghindari plagiarisme.

Peneliti meninjau jurnal yang sudah ada sebelumnya dan berkaitan dengan judul yang dianalisis oleh peneliti, seperti:

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Penelitian	Cakupan Penelitian	Kerangka Teori/Pe mikiran	Metodologi Penelitian	Hasil	Analisis
1.	Judul: Konstruksi Realitas Peran KPK Dalam Pemberitaan <i>Online</i> Terkait Kasus Korupsi (Studi <i>Framing</i> Beberapa Pemberitaan Online Terkait Peran KPK pada Kasus Korupsi Mantan Gubernur Banten Ratu Atut Chosiah) Nama Peneliti:	Pemberitaan mengenai peran KPK dalam kasus korupsi mantan Gubernur Banten di media online tribunnews.com , kompas.com , jawapos.com	Konstruksi realitas, pembingkai an, berita online, korupsi	Pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, menggunakan analisis framing Robert N. Entman	Secara teoritis perlu dilakukan kajian wacana lebih dalam terkait pemberitaan tentang KPK, mengingat kasus yang banyak dan bergulir. Secara praktis bahwa media sebaiknya memberikan pemberitaan yang mendukung kebenaran. Dimana pemberitaan tentang korupsi jangan dijadikan sebuah konstruksi elitis ataupun konstruksi yang membangun opini tertentu yang menonjolkan sisi berlawanan dengan	Dalam penelitian ini, penulis telah melakukan analisis teks pada 3 media, penulis memberikan kesimpulan berupa pernyataan “seolah-olah” yang berarti penulis hanya mengandai-andai tanpa konfirmasi kepada penulis di media tersebut.

	<p>Parulian Sitompul</p> <p>Peneliti pada BPPKI Bandung Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo RI.</p> <p>Sumber: Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.18 No.2 (Juli-Desember 2014) Hal:169-181</p>				<p>pengakuan hukum atau keadilan universal.</p>	
2.	<p>Judul: Pembingkai an Berita Politik Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Analisis Framing Berita Pemilihan Walikota Pekanbaru di Surat Kabar Tribun Pekanbaru dan Riau Pos)</p> <p>Nama Peneliti: Boyke Maventa Sihombing Universitas Riau</p>	<p>Pemberitaan Pilkada Walikota Pekanbaru pada Tribun Pekanbaru dan Riau Pos.</p>	<p>Pembingk aian, Berita, Pilkada Walikota Pekanbaru ,Media cetak</p>	<p>Kualitatif menggunaka n analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerrald M. Kosicki untuk melihat bagaimana wartawan media membang kai pilkada walikota Pekanbaru ke dalam berita.</p>	<p>Pemberitaan Pilkada Walikota Pekanbaru pada kedua surat kabar ini merupakan hasil dari rekonstruksi dari wartawan maupun redaksi kedua media tersebut. Tribun Pekanbaru tidak menonjolkan satu atau beberapa dari Paslon, melainkan lebih menyoroti kinerja KPU, Panwas, dan kepolisian. Pemberitaan dalam Tribun Pekanbaru terkait Pilkada terlihat berimbang karena mempunyai narasumber yang kredibel dan tidak hanya satu pihak. Sedangkan Riau Pos membang kai berita Pilkada Pekanbaru</p>	<p>Perbedaannya adalah penelitian ini didominasi oleh pengamatan penulis, hasil wawancara tidak dijelaskan secara mendalam sebagai dasar dalam membuat konten media. Penelitian ini lebih didominasi oleh pengamatan penulis</p>

	<p>Sumber: Jurnal Ilmu Komunikasi JOM Fisip Vol.4 No.2 Oktober 2017</p>				<p>terlihat mengedepankan Paslon Incumbent dibanding pasangan calon lainnya. Cara wartawan dalam mengkonstruksi sebuah berita dipengaruhi ideologi dari medianya sendiri</p> <p>Tribun Pekanbaru memilih untuk bersikap netral untuk membangun kepercayaan publik. Sedangkan Riau Pos lebih sering memberitakan paslon incumbent, dikarenakan pemberitaan petahana lebih menjadi sasaran empuk untuk diberitakan, tentu saja dengan tetap mempunyai prinsip menolak tegas agenda politik sebagai media massa.</p> <p>Surat kabar Tribun Pekanbaru menunjukkan adanya kepentingan ekonomi/bisnis mereka dalam memberitakan Pilkada Walikota Pekanbaru meskipun juga bertanggungjawab sebagai media untuk memberikan</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					informasi fakta kepada masyarakat. Pandangan berbeda ditunjukkan Riau Pos dalam pemberitaan Pilkada Walikota sendiri mereka mementingkan informasi yang dibutuhkan masyarakat dan menolak tegas agenda politik sebagai media massa.	
3.	<p>Judul: Analisis Framing Pemberitaan tentang Pemilihan Umum Gubernur Provinsi NTB pada Media Online Bimakini.com dan Stabilitas.com periode 2018-2023 pada Media Online Bimakini.com dan Stabilitas.com</p> <p>Penulis: Teti Andriani, Arief Hidayatullah, Mukhlis Ishaka STISIP Mbojo BIMA</p>	<p>Pemberitaan tentang Pemilihan Umum Gubernur Provinsi NTB pada Media Online Bimakini.com dan Stabilitas.com edisi 15 Mei-23 Juni 2018</p>	<p>Pembingkai, Berita, Pemilu Gubernur Prov.NTB, media massa, Media online</p>	<p>Kualitatif menggunakan analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerrald M. Kosicki untuk membongkar bagaimana media membingkai berita mengenai pemilihan umum Gubernur Provinsi NTB.</p>	<p>Media online bimakini.com yang hanya melihat sosok dari kedua pasangan tersebut yang memiliki jiwa sosial tinggi dan ingin lebih dekat dan bersilaturahmi langsung dengan masyarakat NTB. Berbeda dengan media online stabilitas.com yang membingkai berita tentang Pemilihan Umum Gubernur Provinsi NTB, berita tersebut lebih meyakinkan bahwa pasangan Zul-Rohmi ini akan mendapatkan suara teratas dan pasti akan menang di Kota dan Kabupaten Bima. Jadi, kedua media online tersebut lebih menonjol memberitakan tentang</p>	<p>Perbedaannya adalah penelitian ini hanya mengamati isi dari pemberitaan yang dipublikasikan, tanpa mengklarifikasi kepada media apa yang melatarbelakangi pengangkatan topik dan <i>angle</i> berita tersebut dengan memberikan data dukung berupa wawancara untuk menggali lebih dalam informasi latar belakangnya.</p>

	<p>Sumber: Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan Vol.5 Nomor 2, Desember 2018.</p>				<p>kegiatan dari pasangan cawagub No.3 dan bernilai positif di mata masyarakat, dibandingkan dengan pasangan cawagub lainnya.</p>	
4.	<p>Judul: Konstruksi citra maskulinitas calon Presiden pada pemberitaan Koran harian Kompas dan Jawa Pos Edisi Juni 2014). Penulis: Nanang Mizwar Hasyim UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta</p> <p>Sumber: Jurnal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Vol.10/No. 01/April 2016</p>	<p>Pemberitaan mengenai citra maskulinitas calon Presiden pada Koran harian Kompas dan Jawa Pos Edisi Juni 2014</p>	<p>Pembingkai, berita, politik, citra, maskulinitas, calon Presiden.</p>	<p>Kualitatif menggunakan analisis framing Gamson dan Modigliani</p>	<p>Pada tahapan konstruksi berita, penulisan berita Kompas dan Jawa Pos lebih menekankan pada karakter, kredibilitas dan reputasi Jokowi dibanding dengan penulisan berita tentang Prabowo yang lebih menekankan karakter dari pada reputasi dan kredibilitasnya. Sedangkan pada simbol-simbol yang diberikan untuk peristiwa dan aktor dalam berita, Jawa Pos lebih banyak menggunakan foto daripada kata-kata yang kecenderungannya digunakan untuk menekankan karakter aktor berita dibandingkan dengan peristiwanya. Sedangkan Kompas lebih menggunakan kata-kata untuk</p>	<p>Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan datanya hanya dilakukan dengan observasi (pengamatan) pada berita-berita khusus pada rubrik kampanye PILRES di surat kabar harian Kompas dan Jawa Pos pada edisi 1 Juni-30 Juni 2014, tidak menggunakan triangulasi sumber, sehingga tidak ada pembandingan hasil dari penelitiannya.</p>

					<p>menekankan kredibilitas dan karakter calon presiden.</p> <p>Pada praktek jurnalistik ditemukan beberapa poin penting yaitu Kompas lebih menggunakan narasumber utama dan narasumber lain sebagai perantara untuk mempertegas kredibilitas dan reputasi Jokowi sedangkan pada Prabowo, selain narasumber deskripsi wartawan akan peristiwa digunakan untuk mempertegas karakter diri Prabowo.</p> <p>Gaya Bahasa perumpamaan digunakan oleh Jawa Pos dalam mengkonstruksikan maskulinitas calon Presiden.</p> <p>Jawa Pos dan Kompas sering menggunakan foto untuk mengkonstruksikan maskulinitas Calon Presiden. Isu debat capres berperan dalam memberikan perbandingan atas konstruksi maskulinitas kedua Capres.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

<p>5.</p>	<p>Judul: Kepemilikan dan Bingkai Media (Analisis Framing Pemberitaan Joko Widodo sebagai Kandidat Calon Presiden pada Koran Sindo).</p> <p>Penulis: Nani Kurniasari, Gilang Gusti Aji Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Universitas Negeri Surabaya</p> <p>Sumber: Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol.6 No.1, Februari-Juli 2015</p>	<p>Pemberitaan Joko Widodo sebagai kandidat Calon Presiden pada Koran Sindo 5 Juni – 5 Juli 2014.</p>	<p>Framing, kepemilikan media, media massa, pemberitaan, pemilihan presiden</p>	<p>Pendekatan kualitatif dengan analisis framing dari Gamson-Mondigliani.</p>	<p>Dalam memberitakan calon presiden, masing-masing media memiliki konstruksi yang berbeda dan perbedaan ide gagasan yang cukup signifikan. Penelitian ini membuktikan bahwa isi media bukanlah sebuah cermin dari realitas yang sebenarnya, tetapi isi media dibentuk oleh berbagai faktor yang menghasilkan berbagai versi yang berbeda dari realitas. Ada faktor kepemilikan yang memberikan pengaruh pada agenda penyusunan teks media.</p>	<p>Perbedaannya adalah penelitian ini hanya membahas mengenai konstruksi pemberitaan dilatarbelakangi kepemilikan media, padahal masih ada pengaruh lain yang mendasari media dalam memberitakan konten.</p>
-----------	---	---	---	---	---	--

Penelitian pertama diambil dari Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.18 No.2, Juli-Desember 2014, penulis mengambil salah satu judul penelitian di dalamnya yang berjudul Konstruksi Realitas Peran KPK Dalam Pemberitaan *Online* Terkait Kasus Korupsi (Studi *Framing* Beberapa Pemberitaan Online Terkait Peran KPK pada Kasus Korupsi Mantan Gubernur Banten Ratu Atut Chosiah), diteliti oleh Parulian Sitompul. Parulian merupakan peneliti pada BPPKI Bandung Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo RI. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang konstruksi realitas peran KPK dalam pemberitaan online terkait kasus korupsi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2014.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivis, menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman. Elemen *Framing* Robert Entman dipakai sebagai perangkat pengumpulan data pada penelitian ini.

Hasil penelitian dapat dilihat dua konstruksi utama dalam ketiga berita online. Pertama, konstruksi bingkai militansi KPK, peran KPK sebagai opsi oposisi terhadap kekuatan penguasa atau pemerintah yang bergerak tidak pada nilai proses hukum tetapi pada nilai-nilai universal demokrasi. Kedua, konstruksi bingkai KPK sebagai organisasi anti elitis, ini merupakan konstruksi peran KPK sebagai bentuk perlawanannya kepada korupsi yang memang merupakan perilaku elite.

Secara teoritis perlu dilakukan kajian wacana lebih dalam terkait pemberitaan tentang KPK, mengingat kasus yang banyak dan bergulir. Secara praktis bahwa media sebaiknya memberikan pemberitaan yang mendukung kebenaran. Dimana pemberitaan tentang korupsi jangan dijadikan sebuah konstruksi elitis ataupun konstruksi yang membangun opini tertentu yang menonjolkan sisi berlawanan dengan pengakuan hukum atau keadilan universal.

Dalam penelitian ini, penulis telah melakukan analisis teks pada 3 media, penulis memberikan pernyataan seolah-olah yang berarti penulis hanya mengandai-andai tanpa konfirmasi kepada penulis di media tersebut.

Penelitian kedua diambil dari Jurnal Ilmu Komunikasi JOM Fisip Vol.4 No.2 Oktober 2017, penulis mengambil salah satu judul penelitian di dalamnya

yang berjudul Pembingkai Berita Politik Dalam Pemilihan Kepala Daerah (Analisis *Framing* Berita Pemilihan Walikota Pekanbaru di Surat Kabar Tribun Pekanbaru dan Riau Pos), diteliti oleh Boyke Maventa Sihombing dari Universitas Riau. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat subjektifitas penulis dari Surat Kabar Tribun Pekanbaru dan Riau Pos dalam memberitakan Pilkada Walikota Pekanbaru 2017.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis *framing* model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan periode bulan April hingga Agustus 2017. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, studi kepustakaan, dan observasi.

Pemberitaan Pilkada Walikota Pekanbaru pada kedua surat kabar ini merupakan hasil dari rekonstruksi dari wartawan maupun redaksi kedua media tersebut. Tribun Pekanbaru tidak menonjolkan satu atau beberapa dari Paslon, melainkan lebih menyoroti kinerja KPU, Panwas, dan kepolisian. Pemberitaan dalam Tribun Pekanbaru terkait Pilkada terlihat berimbang karena mempunyai narasumber yang kredibel dan tidak hanya satu pihak. Sedangkan Riau Pos membingkai berita Pilkada Pekanbaru terlihat mengedepankan Paslon Incumbent dibanding pasangan calon lainnya.

Cara wartawan dalam mengkonstruksi sebuah berita dipengaruhi ideologi dari medianya sendiri. Tribun Pekanbaru memilih untuk bersikap netral untuk membangun kepercayaan publik. Sedangkan Riau Pos lebih sering memberitakan paslon incumbent, dikarenakan pemberitaan petahana lebih menjadi sasaran empuk untuk diberitakan, tentu saja dengan tetap mempunyai prinsip menolak tegas agenda politik sebagai media massa.

Surat kabar Tribun Pekanbaru menunjukkan adanya kepentingan ekonomi/bisnis mereka dalam memberitakan Pilkada Walikota Pekanbaru meskipun juga bertanggungjawab sebagai media untuk memberikan informasi fakta kepada masyarakat. Pandangan berbeda ditunjukkan Riau Pos dalam pemberitaan Pilkada Walikota sendiri mereka mementingkan informasi yang dibutuhkan masyarakat dan menolak tegas agenda politik sebagai media massa.

Hasil penelitian ini terlihat kontradiktif, penulis menyatakan bahwa pemberitaan pada Tribun Pekanbaru dianggap berimbang namun disebutkan Tribun Pekanbaru menunjukkan adanya kepentingan ekonomi/bisnis mereka dalam memberitakan Pilkada Walikota Pekanbaru. Sedangkan Riau Pos disebutkan terlihat mengedepankan Paslon Incumbent, namun dalam pemberitaan Pilkada Walikota sendiri mereka mementingkan informasi yang dibutuhkan masyarakat dan menolak tegas agenda politik sebagai media massa.

Dalam penelitian ini salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, namun hasil dari penelitian ini tidak menjelaskan mendalam mengenai hasil wawancara sebagai dasar pembuatan konten media, penelitian ini lebih didominasi oleh pengamatan penulis.

Penelitian ketiga diambil dari jurnal Ilmu Komunikasi dan Kebudayaan Vol.5 No.2, Desember 2018, penulis mengambil salah satu judul penelitian di dalamnya yang berjudul Analisis *Framing* Pemberitaan tentang Pemilihan Umum Gubernur Provinsi NTB Periode 2018-2023 pada *Media online* Bimakini.com dan Stabilitas.com . Penulis dalam penelitian ini Teti Andriani, Arief Hidayatullah, dan Mukhlis Ishaka dari Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Mbojo BIMA.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *framing* pemberitaan tentang pemilihan gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) periode 2018-2023 pada *media online* Bimakini.com dan Stabilitas.com edisi 15 Mei-23 Juni 2018.

Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif menggunakan analisis *framing* model Zhongdan Pan dan Gerald Kosicki. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara mendokumentasikan dan mengunduh data-data yang berkaitan dengan pemberitaan pemilukada gubernur Provinsi NTB edisi 15 Mei-23 Juni 2018 pada *media online* Bimakini.com dan Stabilitas.com.

Hasil dari penelitian ini *media online* bimakini.com yang hanya melihat sosok dari kedua pasangan tersebut yang memiliki jiwa sosial tinggi dan ingin lebih dekat dan bersilaturahmi langsung dengan masyarakat NTB. Berbeda dengan *media online* stabilitas.com yang membingkai berita tentang Pemilihan

Umum Gubernur Provinsi NTB , berita tersebut lebih meyakinkan bahwa pasangan Zul-Rohmi ini akan mendapatkan suara teratas dan pasti akan menang di Kota dan Kabupaten Bima. Jadi, kedua *media online* tersebut lebih menonjol memberitakan tentang kegiatan dari pasangan cawagub No.3 dan bernilai positif di mata masyarakat, dibandingkan dengan pasangan cawagub lainnya.

Penelitian ini hanya mengamati isi dari pemberitaan yang dipublikasikan, tanpa mengklarifikasi kepada media apa yang melatarbelakangi pengangkatan topik dan *angle* berita tersebut dengan memberikan data dukung berupa wawancara untuk menggali lebih dalam informasi latar belakangnya.

Penelitian keempat diambil dari jurnal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Vol.10/No.01/April 2016, penulis mengambil salah satu judul penelitian di dalamnya yang berjudul Konstruksi citra maskulinitas calon Presiden pada pemberitaan Koran harian Kompas dan Jawa Pos Edisi Juni 2014). Penelitian ini ditulis oleh Nanang Mizwar Hasyim dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana konstruksi citra maskulinitas calon presiden pada pemberitaan rubrik opini Kompas dan Jawa Pos edisi bulan Juni 2014, sekaligus mengidentifikasi perbedaannya. Dan juga untuk mengidentifikasi bagaimana praktek jurnalisisme yang dilakukan oleh Koran Kompas dan Jawa Pos.

Metode penelitiannya adalah kualitatif menggunakan analisis *framing* Gamson dan Modigliani. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi (pengamatan) pada berita-berita khusus pada rubrik kampanye PILRES di surat kabar harian Kompas dan Jawa Pos pada edisi 1 Juni-30 Juni 2014.

Hasil dari penelitian ini adalah pada tahapan konstruksi berita, penulisan berita Kompas dan Jawa Pos lebih menekankan pada karakter, kredibilitas dan reputasi Jokowi dibanding dengan penulisan berita tentang Prabowo yang lebih menekankan karakter dari pada reputasi dan kredibilitasnya. Sedangkan pada simbol-simbol yang diberikan untuk peristiwa dan aktor dalam berita, Jawa Pos lebih banyak menggunakan foto daripada kata-kata yang kecenderungannya digunakan untuk menekankan karakter aktor berita dibandingkan dengan peristiwanya. Sedangkan Kompas lebih menggunakan kata-kata untuk menekankan kredibilitas dan karakter calon presiden. Pada praktek jurnalistik

ditemukan beberapa poin penting yaitu Kompas lebih menggunakan narasumber utama dan narasumber lain sebagai perantara untuk mempertegas kredibilitas dan reputasi Jokowi sedangkan pada Prabowo, selain narasumber deskripsi wartawan akan peristiwa digunakan untuk mempertegas karakter diri Prabowo.

Gaya Bahasa perumpamaan digunakan oleh Jawa Pos dalam mengkonstruksikan maskulinitas calon Presiden. Jawa Pos dan Kompas sering menggunakan foto untuk mengkonstruksikan maskulinitas Calon Presiden. Isu debat capres berperan dalam memberikan perbandingan atas konstruksi maskulinitas kedua Capres. Penelitian ini teknik pengumpulan datanya hanya dilakukan dengan observasi (pengamatan) pada berita-berita khusus pada rubrik kampanye PILRES di surat kabar harian Kompas dan Jawa Pos pada edisi 1 Juni-30 Juni 2014, tidak menggunakan triangulasi sumber, sehingga tidak ada pembandingan hasil dari penelitiannya.

Penelitian kelima diambil dari jurnal Ilmu Komunikasi Vol.6 No.1, Februari-Juli 2015, penulis mengambil salah satu judul penelitian di dalamnya yang berjudul Kepemilikan dan Bingkai Media (*Analisis Framing* Pemberitaan Joko Widodo sebagai Kandidat Calon Presiden pada Koran Sindo). Penulisnya yaitu Nani Kurniasari dan Gilang Gusti Aji dari Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Universitas Negeri Surabaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepentingan pemilik tercermin dalam pemberitaan suatu media dan bagaimana cara wartawan menyusun fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa sosial-politik yang terjadi, kemudian bagaimana awak media menuangkan fakta-fakta tersebut menjadi sebuah karya jurnalistik. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam mengenai *framing* yang dilakukan oleh Koran Sindo dalam memberitakan Jokowi pada masa kampanye pilres 2014.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis *framing* dari Gamson-Mondigliani. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menganalisis *frame*, menganalisis perangkat *framing*, menganalisis perangkat penalaran dan mengolah hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah dalam memberitakan calon presiden, masing-masing media memiliki konstruksi yang berbeda dan perbedaan ide

gagasan yang cukup signifikan. Penelitian ini membuktikan bahwa isi media bukanlah sebuah cermin dari realitas yang sebenarnya, tetapi isi media dibentuk oleh berbagai faktor yang menghasilkan berbagai versi yang berbeda dari realitas. Ada faktor kepemilikan yang memberikan pengaruh pada agenda penyusunan teks media. Penelitian ini hanya membahas mengenai konstruksi pemberitaan dilatarbelakangi kepemilikan media, padahal masih ada pengaruh lain yang mendasari media dalam memberitakan konten.

2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran

2.2.1 *Framing*

Dalam penelitian *framing*, yang menjadi titik persoalan adalah bagaimana realitas/peristiwa dikonstruksi oleh media. Lebih spesifik, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Sehingga yang menjadi titik perhatian bukan apakah media memberitakan negatif atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media. Pada dasarnya *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas (Eriyanto, 2012:10).

Framing didefinisikan sebagai gugusan ide atau cara pandang atas suatu isu. Menurut Entman, *framing* bisa ditemukan di banyak tempat di dalam teks media, jurnalis, ruang redaksi media, elit politik, pengambil kebijakan, pengamat politik, individu dan masyarakat.

Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media.. Dalam analisis *framing*, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. *Framing*, terutama melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca (Eriyanto, 2012:11). Dalam hal ini penulis akan melakukan analisis *framing*

dengan menggunakan model Robert Entman. Robert Entman adalah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media (Eriyanto, 2012:219).

Lebih lengkap Eriyanto mengembangkan buku barunya yang rilis tahun 2018 mengenai *framing* dari Robert Entman yang mengandung pengertian seleksi realitas yang membuat realitas tertentu lebih menonjol dalam teks komunikasi dengan menekankan definisi dari sebuah masalah, penyebab masalah, membuat keputusan moral dan merekomendasikan penyelesaian tertentu. Menurut Entman, kunci dari *framing* adalah seleksi dan sebagai akibatnya realitas tertentu (yang diseleksi) tampil menonjol dalam sebuah teks komunikasi. Bagian yang menonjol tersebut, baik melalui pengulangan atau penempatan yang mencolok dalam teks berita, membuat aspek tertentu lebih mudah diingat dan bermakna bagi khalayak. Realitas sangat kompleks, lewat *framing*, media menyederhanakan realitas tersebut sehingga bisa lebih dimengerti oleh khalayak dengan melakukan seleksi dan penonjolan bagian tertentu dari realitas (Eriyanto, 2018:71-72).

Menurut Entman, meskipun analisis *framing* dipakai dalam berbagai bidang studi yang beragam, satu faktor yang menghubungkannya adalah bagaimana teks yang beragam, satu faktor yang menghubungkannya adalah bagaimana teks komunikasi yang disajikan, bagaimana representasi ditampilkan secara menonjol mempengaruhi khalayak (Eriyanto, 2012:219). Konsep *framing*, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan/dianggap penting oleh pembuat teks (Eriyanto, 2012:220).

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami

suatu realitas. Dalam praktiknya, *framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap symbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut (Eriyanto, 2012:220).

Artikel jawapos.com mengenai pemberitaan pascadebat perdana Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilihan Presiden 2019 yang masuk dalam *most read article* dalam *trending topic* pada halaman beranda situs jawapos.com pada periode 17-18 Januari 2019 ini dianalisis menggunakan perangkat *framing* yang dibagi menjadi empat struktur. Struktur yang pertama adalah pendefinisian masalah (*define problems*), memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*), membuat pilihan moral (*make moral judgement*), dan struktur terakhir adalah menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*).

Tabel 2.2 Aspek Framing

Seleksi isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (<i>included</i>), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (<i>excluded</i>). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.
-------------	---

Penonjolan aspek	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.
------------------	---

2.2.2 Media Massa

Istilah media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat dalam skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu tetap digunakan hingga saat ini seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi dan internet (Morissan, 2013:479).

Karakteristik media massa seperti:

- Komunikasi berlangsung satu arah.
- Komunikator bertindak atas nama lembaga dan pesan-pesan yang disampaikan merupakan hasil kerja sama.
- Pesan-pesan bersifat umum (untuk orang banyak).
- Menciptakan keserempakan.
- Komunikasi bersifat heterogen.
- Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis.
- Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (Mulyana, 2011:238).

Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini. Dalam bidang politik, penentuan sikap tindak demokratis atau tidak demokratis suatu organisasi atau individu sudah semakin tergantung pada media

massa. Keputusan atau pembahasan atas berbagai isu sosial penting saat ini sudah harus memperhitungkan peranan media massa, baik itu untuk tujuan baik atau sebaliknya (Morissan, 2013:480).

Media massa memiliki tiga sifat yang berperan membentuk opini publik yaitu:

- Sifat ubikuitas mengacu pada fakta bahwa media merupakan sumber informasi yang sangat luas karena terdapat dimana saja, dengan kata lain ubikuitas adalah kepercayaan bahwa media terdapat di mana-mana. Karena media terdapat dimana saja maka media menjadi instrument yang sangat penting, diandalkan dan selalu tersedia ketika orang membutuhkan informasi. Media berusaha mendapat dukungan dari publik terhadap pandangan atau pendapat yang disampaikannya.
- Sifat kumulatif media mengacu pada proses media yang selalu mengulang-ulang apa yang disampaikannya. Pengulangan terjadi di sepanjang program, baik pada satu media tertentu ataupun pada media lainnya, baik yang sejenis maupun tidak.
- Sifat konsonan mengacu pada kesamaan kepercayaan, sikap, dan nilai-nilai yang dianut media massa. Noelle-Neumann menyatakan, bahwa konsonan dihasilkan berdasarkan kecenderungan media untuk menegaskan atau melakukan konfirmasi terhadap pemikiran dan pendapat mereka sendiri, dan menjadikan pemikiran dan pendapat itu seolah-olah berasal dari masyarakat (Morissan, 2013:531).

2.2.3 Media Online

Menurut Romli, definisi *online media (media online)* disebut juga *cybermedia*(media siber), *internet media*(media internet), dan *new media*(media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Secara teknis atau fisik, *media*

online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (*computer* dan internet). Termasuk kategori *media online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio *online*, TV *online*, dan *email* (Romli, 2012:30).

Perbedaan utama jurnalistik *online* dengan jurnalistik tradisional (cetak, radio, tv) adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (Romli,2012:14).

2.2.3.1 Tuntutan Jurnalis Pada Era *Online*

Kecakapan yang dituntut dari jurnalis pada era *online* juga berubah, lebih berat daripada zaman kejayaan media cetak:

1. Jurnalis *media online* harus mampu menggunakan berbagai alat multimedia untuk mendukung penyampaian cerita. Alat ini beragam, seperti tautan ke situs lain untuk menambahkan fakta terkait, lebih banyak foto, video, infografik, peta interaktif, dan animasi GIF sederhana. Di sini gambar, warna, dan tampilan di layar memiliki peran sangat penting karena media daring sangat visual. Tampilan untuk ponsel pun perlu dipertimbangkan karena jumlah interaksi (fitur yang interaktif) dengan khalayak juga tidak kalah penting.
2. Secara umum, penulisan teks *media online* lebih ringkas daripada media cetak, tetapi lebih panjang daripada radio dan televisi. Di sini, menulis secara lebih efisien menjadi penting. Semakin lama, bahasa media daring menjadi semakin informal, tetapi tetap baik dan efisien.
3. Jurnalis harus bekerja lebih cepat, meskipun kecepatan bukan segalanya. Ada *media online* yang menerbitkan cerita setiap 10 menit, ada juga *media online* internasional yang sehari menerbitkan rata-rata lima belas cerita. Ini bergantung target khalayak dan kebijakan tiap redaksi (Wendratama, 2017:6).

2.2.3.2 Gaya Penulisan

Dan juga perlu diperhatikan gaya kepenulisan ketika menyampaikan berita yang berada di *media online*. Dan dalam menentukan gaya kepenulisan itu juga sangat menentukan apakah suatu berita itu memenuhi tujuannya dalam menyampaikan informasi secara jelas:

- a. Pertama kali melihat teks (78%), bukan foto atau grafis
- b. Secara umum, pengguna pertama kali tertarik pada judul, ringkasan tulisan dan caption
- c. Tidak membaca perkata, tetapi lebih banyak memindai (79%) hanya 16% yang membaca per kata, tampilan situs, terutama katakata yang *highlight*. Jenis huruf berbeda, penyajian dengan butirbutir (*Numeric, bullet, atau numbering*).
- d. Melihat, memindai baru membaca
- e. Saat memindai, sekitar 80% memindai dari kiri ke atas ke kanan, lalu gambar, grafis dan desain.
- f. Sekitar 20% membaca kata demi kata : Judul, Anak judul, kutipan, text boxes, serta huruf tebal, miring, underline, dan huruf berwarna.
- g. Lebih menyukai judul yang *to the point*, langsung ke pokok informasi dibandingkan judul yang lucu dan antik.
- h. Membaca ringkasan atau tulisan pendek karena membaca di layar monitor computer 25% lebih lambat dibandingkan membaca media cetak.
- i. Tidak berlama-lama di satu situs. User tidak sabarang dan memiliki wewenang penuh untuk pindah atau tetap di situs.
- j. Kunjungan atau bertahan di sebuah halaman *media online* selama 10 menit sudah termasuk lama (Romli, 2012:54-55).

2.2.3.3 Pedoman Media Siber

Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai UU Nomor 40 Tahun 1999.

Kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Keberadaan media siber di Indonesia juga merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers.

Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Untuk itu Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup
 - a. Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.
 - b. Isi Buatan Pengguna (User Generated Content) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

2. Verifikasi dan keberimbangan berita

- a. Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.
- b. Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.
- c. Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:
 - 1) Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
 - 2) Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;
 - 3) Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
 - 4) Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
- d. Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (update) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

3. Isi Buatan Pengguna (User Generated Content)

- a. Media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun

1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.

- b. Media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses log-in terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai log-in akan diatur lebih lanjut.
- c. Dalam registrasi tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa Isi Buatan Pengguna yang dipublikasikan:
 - 1) Tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul;
 - 2) Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan;
 - 3) Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.
- d. Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).
- e. Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.
- f. Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan

butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.

- g. Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).
- h. Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).

4. Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab

- a. Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan Dewan Pers.
- b. Ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.
- c. Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut.
- d. Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka:
 - 1) Tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikan di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya;
 - 2) Koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media siber, juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu;

3) Media yang menyebarluaskan berita dari sebuah media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu.

- e. Sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp500.000.000 (Lima ratus juta rupiah).

5. Pencabutan Berita

- a. Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.
- b. Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.
- c. Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.

6. Iklan

- a. Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
- b. Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan 'advertorial', 'iklan', 'ads', 'sponsored', atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.

7. Hak Cipta

Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

8. Pencantuman Pedoman

Media siber wajib mencantumkan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini di medianya secara terang dan jelas.

9. Sengketa

Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diselesaikan oleh Dewan Pers.

Jakarta, 3 Februari 2012

(Pedoman ini ditandatangani oleh Dewan Pers dan komunitas pers di Jakarta, 3 Februari 2012).

2.2.4 Berita

Mitchell V. Charnley dalam bukunya *Reporting* mendefinisikan berita sebagai laporan pendapat orang yang terikat oleh waktu, yang menarik, atau penting bagi sejumlah orang tertentu.

Sedangkan menurut William S Maulsby berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan atau sederhanakan bahwa berita adalah informasi berupa fakta yang bersumber dari sebuah atau beberapa peristiwa yang penting dan menarik untuk diketahui orang lain dan disiarkan melalui media massa (Gantyo, 2014:24).

Ciri bahasa ragam jurnalistik adalah populer, menggunakan rangkaian kata yang mudah dicerna dalam waktu singkat. Unsur-unsur berita yakni siapa, apa, mengapa, di mana, kapan, bagaimana, dan juga

banyak keterangan lainnya, mesti disusun dengan runut (Dewabrata, 2010:17).

Unsur-unsur penting yang harus dimiliki suatu berita yaitu:

1. Fokus

Fokus adalah unsur paling penting di dalam berita, baik itu berita jalan atau *developing news*, berita pendek, maupun berita panjang. Banyak berita di media daring Indonesia yang fokusnya kurang jelas atau uraiannya melebar dari fokus. Arah penulisan berita semestinya “turun ke dalam”, bukan melebar ke kanan atau kiri.

2. Fakta (akurat dan diverifikasi)

Berita jelas harus memuat fakta, bukan opini jurnalis atau imajinasi narasumber, dan ini tidak boleh sembarang fakta. Jurnalisme hanya menyajikan fakta yang akurat dan sudah diverifikasi.

3. Nilai berita

Nilai berita bisa disederhanakan menjadi dua kata yaitu penting dan menarik. Secara teori, ada delapan aspek yang menyusun nilai berita, yaitu

a. Kebaruan

ini aspek yang sangat khas dalam jurnalisme, yakni semua fakta yang diterbitkan harus baru dan belum diketahui khalayak. Berita pendek tentang peristiwa sederhana memiliki tuntutan kebaruan lebih tinggi daripada berita panjang tentang peristiwa atau fenomena yang kompleks.

b. Pengaruh

Suatu peristiwa bernilai berita karena memiliki pengaruh terhadap orang banyak, khususnya khalayak yang menjadi target situs berita.

c. Relevansi

Sebuah peristiwa yang dianggap relevan dengan

kehidupan atau minat sekelompok khalayak bisa bernilai berita.

d. Konflik

Khalayak selalu tertarik dengan perbedaan pendapat, adu argumentasi, dan pertentangan. Bahkan, suatu peristiwa sederhana yang memuat konflik antar-individu akan menarik minat khalayak. Selain itu, manusia memiliki sifat alami untuk memihak salah satu sisi dalam konflik dan mencari informasi untuk mendukung pilihannya. Pada era daring, jurnalis bisa terus mendalami dan menyajikan fakta baru terkait sebuah konflik yang diminati masyarakat. Kecakapan jurnalis dalam menyajikan konflik dan fakta atau argumen pendukungnya akan diuji. Keadilan menjadi keutamaan yang harus hadir.

e. Popularitas

Khalayak lebih tertarik dengan pernyataan atau kegiatan orang terkenal daripada warga biasa. Sebuah cerita bernilai berita jika berhubungan dengan orang-orang yang terkenal, mulai dari atlet, politikus, anak presiden, hingga selebritas bertalenta pas-pasan.

f. Emosi

Cerita yang menimbulkan reaksi emosional, seperti senang, terharu, bangga, simpati, prihatin, dan marah.

g. Ketidakwajaran

Ini mengacu pada hal-hal di luar kewajaran atau situasi normal, seperti seorang anak yang dianggap punya kekuatan gaib oleh warga sehingga dikunjungi ratusan orang setiap hari. Ketidakwajaran juga memuat aspek kejutan dan skandal.

h. Kedekatan jarak

Kedekatan jarak mengacu pada lokasi keberadaan target

khalayak media yang bersangkutan. Pada era daring, kedekatan jarak memang tidak sepenting dahulu. Namun, secara umum, khalayak akan lebih tertarik dengan berita yang terjadi di kota, provinsi, atau negaranya sendiri karena memiliki pengaruh yang lebih besar.

4. Jawaban

Berita harus memuat jawaban terhadap lima W dan satu H, yakni what, who, when, where, why dan how.

5. Sumber

Dengan internet, sumber berita sangat beragam dan menghadirkan informasi tiada henti dalam bentuk teks, foto, video, ataupun angka. Namun informasi dari sumber itu hanya berharga bila bisa dipercaya alias benar.

6. Kejelasan

Tulisan ataupun tampilan multimedia dari jurnalis harus jelas sehingga mudah dimengerti khalayak. Di sinilah arti penting menulis secara baik dan efisien.

7. Etika.

Tiap cerita harus menunjukkan nilai-nilai etika yang diperjuangkan oleh jurnalis, yakni tepercaya (melalui verifikasi), adil (melalui cover both sides), dan bisa membantu khalayak memahami “komunitas” tempat mereka tinggal. Prinsip paling mendasar dari jurnalis adalah kebenaran. Oleh karena itu, penting bagi jurnalis untuk melakukan cara-cara yang benar, baik benar menurut aturan universal maupun aturan masyarakat tempat dia bekerja (Wendratama, 2017:35-52).

Sementara menurut Ana Nadhya Abrar dalam bukunya yang berjudul menatap masa depan jurnalisme Indonesia, terdapat logika jurnalisme yang merupakan konsep bentuk logis dari jurnalisme yang menjadi penentu tentang sah tidaknya jurnalisme. Setidaknya terdapat empat hal yang terkandung dalam logika jurnalisme yakni :

a. Tidak memberi tempat pada rumor

Dalam berinteraksi dengan khalayak, media pers perlu mewaspadai klaim mengutamakan kepentingan khalayak. Ia harus yakin betul bahwa kepentingan khalayak itu memang riil, bukan palsu. Untuk itu, media pers harus paham betul kepentingan khalayak. Salah satu caranya, menghormati keberadaan khalayak dan secara aktif berusaha mengeja kebutuhan mereka. Dengan demikian, media pers terbuka terhadap kebutuhan informasi riil khalayak.

b. Punya dasar layak muat

Bahan baku berita adalah peristiwa atau ide. Namun, tidak semua peristiwa atau ide layak ditulis menjadi sebuah berita. Ada ukuran yang harus dipenuhi oleh peristiwa atau ide tersebut yaitu Nilai berita (*news value*). Hanya peristiwa atau ide yang memenuhi nilai berita saja yang layak ditulis menjadi sebuah berita. Nilai berita terdiri dari beberapa unsur yaitu penting (*significance*), besar (*magnitude*), baru (*timeliness*), dekat (*proximity*), terkemuka (*prominence*), dan punya sentuhan manusiawi (*human interest*). Salah satu nilai ini bisa menjadikan sebuah peristiwa layak untuk diberitakan, apabila dalam satu berita terdiri dari lebih dari satu nilai maka kelayakan menjadi sebuah berita semakin bertambah dan berkualitas. Mengusahakan cek dan ricek. Salah satu indikator berita yang berkualitas adalah objektivitas. Objektivitas, kata Westerstahl, terdiri atas faktual (yang dibentuk oleh unsur benar dan relevan) dan imparsial (yang terdiri atas seimbang dan netral). Kebenaran berita bisa dilihat secara ontologis: apakah ada sumbernya atau tidak. Ia bisa juga dilihat dalam konteks hukum formal: apakah melanggar undang-undang atau tidak. Ia, bahkan, bisa pula disigi dalam konteks universal: apakah melanggar hak asasi manusia atau tidak.

Relevansi berita bisa dilihat melalui hubungan antara fokus berita dan fakta lain yang menjawab pertanyaan Who, Why, Where, When, dan How. Keseimbangan berita bisa dilihat dari keterangan yang tidak hanya berasal dari satu pihak. Kalau dalam berita itu ada subjek dan objek berita, keduanya memiliki kesempatan yang sama untuk memberikan keterangan. Netralitas berita, sebenarnya, terkait dengan penyajian berita. Dalam konteks ini, penyajian yang netral berarti penyajiannya tidak sensasional. Untuk menjamin semua unsur faktual dan imparial tersebut, wartawan perlu melakukan cek dan ricek. Cek dan ricek penting bagi penentuan kebenaran sebuah fakta.

d. Menggunakan kemasan berita

Setiap media pers punya empat posisi, yakni sebagai media komunikasi, lembaga sosial, produk informasi, dan lembaga ekonomi. Setiap posisi akan menentukan aktivitas, fungsi, tujuan, kewajiban, dan muatan isi media pers bersangkutan. Dalam posisinya sebagai lembaga sosial, salah satu fungsi media pers adalah memimpin opini publik. Fungsi memimpin opini publik ini dilakukan media pers melalui berita yang disiarkannya. Secara praktis, setiap media pers memiliki cara untuk mengemas berita yang akan disiarkannya. Cara mengemas berita inilah yang kemudian dikenal sebagai kemasan jurnalisme. Kemasan jurnalisme ini akan menentukan apakah berita yang dihasilkannya akan mempengaruhi khalayak atau tidak. Kemasan jurnalisme, secara konseptual dibentuk oleh bagaimana berita itu disajikan, dan siapa yang menjadi narasumber beritanya. Dari sini, muncul pikiran bahwa setiap media pers akan mengoptimalkan cara terbaik dalam menyajikan berita dan menjadikan intelektual atau praktisi yang berkompeten sebagai narasumber berita. Sedangkan soal teknik *framing* harus berkonteks pada kepentingan publik atau nilai dan cita-cita sosial yang dipandang luhur. Dengan begitu, sebenarnya kita bisa mengidentifikasi apa *framing* sebuah berita dan apa pula teknik *framing* yang dipakai. Menyangkut narasumber berita, media pers perlu berhati-hati memilihnya. Soalnya, banyak narasumber yang tidak netral alias

berpihak kepada kelompok atau golongan tertentu.

Secara umum, narasumber itu bisa digolongkan menjadi intelektual, praktisi, dan masyarakat awam. Dengan mengidentifikasi narasumber ini kita bisa melihat siapa sesungguhnya dia dan keberpihakannya dalam menyampaikan informasi.

e. Mem-*framing* berita

Mem-*framing* berita bermakna membingkai berita sehingga melahirkan wacana (makna yang tersirat) yang akan ditangkap oleh khalayak. Biasanya makna yang tersirat ini, berkonteks pada kepentingan publik atau nilai dan cita-cita sosial yang dipandang luhur yang dirumuskan oleh visi dan misi media pers. Secara praktis, *framing* merupakan cara wartawan memilih dan memilah bagian dari realitas dan menjadikannya bagian yang penting dari sebuah teks berita. Dengan kata lain, *framing* berita menyangkut seleksi beberapa aspek dari realitas sosial dan menjadikannya menonjol dalam sebuah berita, teringat harapan tertangkapnya wacana yang sedang diinginkan wartawan (Abrar, 2016:50-56).

Jurnalisme pada dasarnya memiliki lima prinsip yang merupakan nilai-nilai universal yaitu:

1. Kebenaran

Jurnalis memang tidak bisa selalu menjamin kebenaran tetapi menyampaikan fakta secara benar atau tepat adalah prinsip tertinggi jurnalisme. Kita harus memperjuangkan akurasi, menyampaikan semua fakta relevan yang dipunya, dan memastikan semua fakta itu telah dicek.

2. Keadilan

Sebagian besar cerita memiliki setidaknya dua sisi, yang harus ditampilkan wartawan. Cerita harus seimbang dan memuat konteks, untuk mencegah adanya pihak yang dirugikan.

3. Kemerdekaan

Jurnalis bekerja secara merdeka. Jurnalis yang mengklaim melayani kepentingan publik atau khalayak luas tidak boleh bekerja atas nama kepentingan tertentu, baik kepentingan politik maupun bisnis.

4. Akuntabilitas

Akuntabel berarti bertanggung jawab. Satu ciri utama jurnalisme profesional adalah jurnalis bertanggungjawab terhadap apapun yang dia terbitkan.

5. Kemanusiaan

Jurnalis bekerja sesuai nilai-nilai kemanusiaan sehingga apa yang dia lakukan tidak boleh membahayakan orang lain.

Sementara itu, kode etik yang disusun *Society of Professional Journalists*, diperbarui pada 1996 dan masih berlaku hingga kini, terdiri atas empat prinsip fundamental:

1. *Seek truth and report it* (Mencari kebenaran dan melaporkannya)

Prinsip ini memiliki banyak turunan yang menjadi kewajiban jurnalis, antara lain menguji akurasi informasi dari setiap sumber, memasukkan konteks yang dibutuhkan dalam liputan supaya tidak muncul penafsiran yang salah, memberi pihak yang dituduh kesempatan untuk menanggapi, mengidentifikasi identitas sumber semaksimal mungkin, membuat garis antara liputan berita dan advokasi sehingga analisis atau komentar jurnalis perlu diberi tanda yang jelas, dan seterusnya.

2. *Minimize harm* (meminimalkan kerugian yang muncul akibat kegiatan jurnalistik)

Jurnalis perlu bersikap sensitif terhadap siapa pun yang mungkin dirugikan atau dibuat tidak nyaman oleh kegiatannya.

3. *Act Independently* (bertindak secara independen)

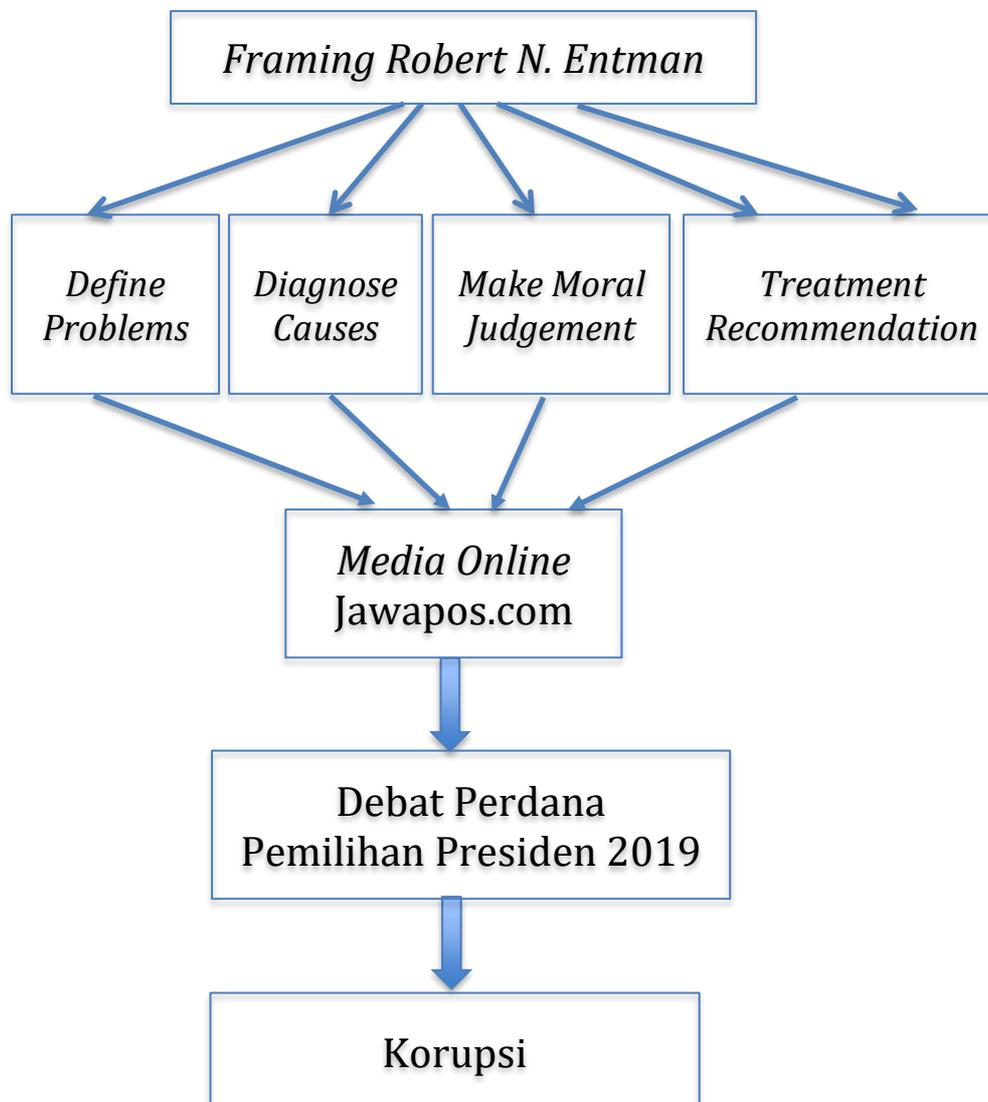
Jurnalis harus bebas dari kewajiban terhadap kepentingan apa pun, kecuali memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi. Dengan tidak memiliki kewajiban terhadap pemilik media, penguasa, atau

pihak mana pun, jurnalis bisa merdeka dalam melayani kepentingan publik luas.

4. *Be accountable* (bisa dipertanggungjawabkan)

Jurnalis bertanggung jawab kepada khalayaknya dan sesama jurnalis. Jurnalis harus bisa menjelaskan kegiatan jurnalistiknya kepada publik melalui dialog. Bila melakukan kesalahan, jurnalis harus segera mengakui dan memperbaikinya (Wendratama, 2017:113-117).

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran *Framing* Pemberitaan *Media online* Jawapos.com Pasca Debat Perdana Pemilihan Presiden 2019 Mengenai Korupsi

Dalam gambar di atas, menjelaskan bahwa penelitian ini akan berfokus pada pembedaan yang dilakukan oleh *media online* jawapos.com yang dipublikasikan pascadebat perdana pemilihan presiden pada 17 Januari 2019. Penelitian ini dijabarkan menggunakan *framing* Robert N. Entman yang terdiri dari empat perangkat, yaitu *define problems* digunakan untuk mengetahui bagaimana jawapos.com mendefinisikan peristiwa debat perdana pemilihan presiden Republik Indonesia 2019 mengenai korupsi, *diagnose causes* digunakan untuk mengetahui bagaimana jawapos.com menunjukkan penyebab permasalahan dari isu korupsi yang dibahas di debat perdana pemilihan presiden 2019, *make moral judgement* digunakan untuk mengetahui nilai moral apa yang disajikan jawapos.com guna melegitimasi dan mendelegitimasi dari permasalahan dalam peristiwa debat perdana pilpres 2019 mengenai korupsi, *treatment recommendation* digunakan untuk mengetahui penyelesaian masalah korupsi yang dibahas dalam prosesi debat perdana, apa yang disajikan jawapos.com serta solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah korupsi tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian *framing* ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olah raga, seni dan budaya, sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama. Penelitian kualitatif adalah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari pluralisasi dunia kehidupan.(Gunawan, 2013:81). Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari suatu realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Peneliti menginterpretasi bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar yang alamiah bukan hasil perlakuan atau manipulasi *variable* yang dilibatkan.(Gunawan, 2013:85). Metode ini diterapkan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya. Melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial, dan persepsi sasaran penelitian.

Dalam penelitian kualitatif akan terjadi tiga kemungkinan terhadap masalah yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu (1) masalah yang dibawa oleh peneliti tetap, sejak awal sampai akhir penelitian sama, sehingga judul proposal dengan judul laporan penelitian sama; (2) masalah yang dibawa peneliti setelah memasuki penelitian berkembang, yaitu diperluas/diperdalam masalah yang telah

disiapkan dan tidak terlalu banyak perubahan sehingga judul penelitian cukup disempurnakan dan (3) masalah yang dibawa peneliti setelah memasuki lapangan berubah total sehingga harus mengganti masalah, sebab judul proposal dengan judul penelitian tidak sama dan sehingga judulnya diganti.(Gunawan, 2013:81). Metode ini dipilih karena mampu menemukan fakta dan gejala sosial yang diamati seperti motif dan tindakan individu atau organisasi dalam mengkonstruksi realitas sosial yang terjadi.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini bersifat deskriptif analitis, dengan menggunakan analisis *framing* model Robert Entman. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengambil fokus penelitian pada pemberitaan pascadebat perdana calon presiden dan wakil presiden dalam pemilihan presiden 2019 di *media online* jawapos.com pada tanggal 17-18 Januari 2019. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *framing* yang dilakukan oleh jawapos.com mengenai pemberitaan pascadebat perdana antar Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilihan Presiden RI 2019.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pemberitaan *media online* jawapos.com pascadebat perdana Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019 periode 17-18 Januari 2019. Penulis melakukan penelitian pada pemberitaan yang muncul di beranda halaman utama situs jawapos.com yang menjadi *trending topic* mengenai debat perdana Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI 2019 yang termasuk dalam artikel *most read* jawapos.com periode 17-18 Januari 2019 sejumlah 7 berita mengenai korupsi.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data utama dari penelitian ini adalah analisis teks berita-berita mengenai debat perdana Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI 2019 pada yang diunduh dari *media online* jawapos.com yang masuk dalam *trending topic*, dan *most read article* periode 17-18 Januari 2019 serta informasi yang dihasilkan dari narasumber yang bekerja di *media online*

jawapos.com seperti pemimpin redaksi atau redaktur dan reporter yang penulis wawancarai.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah literatur, artikel, media massa, hasil survei dan jurnal-jurnal terdahulu.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh dengan cara:

1). Dokumentasi

Metode ini dapat dilakukan bersamaan dengan proses wawancara, karena narasumber yang mempunyai kapasitas untuk menjawab pertanyaan biasanya juga memiliki data dan informasi yang lengkap dan valid, data dan informasi tersebut akan penulis dokumentasikan sebagai bahan penunjang dalam penelitian. Dokumentasi yang dimaksud adalah mengenai profil media dan struktur organisasi.

2). Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Sumber atau informan yang akan digali informasinya secara mendalam yang merupakan sumber data primer penelitian ini meliputi:

- a. Pemimpin Redaksi : Dhimas Ginanjar Satria P.
- b. Redaktur Jawapos.com : Imam Solehudin
- c. Reporter Jawapos.com 1 : Sabik Aji Taufan
- d. Reporter Jawapos.com 2 : Igman Ibrahim
- e. Pengamat Politik : Dedy Kurnia Syah P.

3). Observasi (Pengamatan)

Metode ini dilakukan dengan mengamati hasil unduhan berita-berita mengenai debat perdana Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden RI 2019 dari halaman situs *media online* yang diteliti yaitu jawapos.com yang masuk dalam *trending topic* serta

masuk dalam jajaran *most read article* periode pemberitaan 17-18 Januari 2019 mengenai korupsi.

3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep

3.4.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya. Untuk memahami dan memudahkan dalam menafsirkan banyak teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti.

Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *framing* (pembingkai) Robert N. Entman. *Framing* Entman adalah seleksi realitas yang membuat realitas tertentu lebih menonjol dalam teks komunikasi dengan menekankan definisi dari sebuah masalah, penyebab masalah, membuat keputusan moral dan merekomendasikan penyelesaian tertentu. Menurut Entman, kunci dari *framing* adalah seleksi dan sebagai akibatnya realitas tertentu (yang diseleksi) tampil menonjol dalam sebuah teks komunikasi.

Dalam penelitian ini, yang ingin penulis analisis adalah pembingkai yang dilakukan *media online* jawapos.com dalam memaknai peristiwa debat perdana jelang pemilihan presiden Republik Indonesia 2019 yang membahas mengenai tema korupsi. Dalam debat perdana tersebut, bagaimana reporter jawapos.com mendefinisikan masalah tentang isu korupsi, siapa penyebab masalah korupsi, membuat keputusan moral mengenai korupsi dengan dikuatkan dengan argumentasi narasumber, dan merekomendasikan penyelesaian masalah dengan mengutip harapan atau solusi yang akan dikatakan narasumber yang dikutip.

3.4.2 Operasionalisasi Konsep

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

Konsep	No.	Kategori	Indikator
Analisis <i>framing</i> pemberitaan pascadebat perdana pemilihan presiden Republik Indonesia 2019 mengenai korupsi di <i>media online</i> jawapos.com	1.	Robert N. Entman Pendefinisian masalah (<i>define problems</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - cara suatu peristiwa dilihat - sebagai masalah apa
	2.	Perkiraan masalah (<i>diagnose causes</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - penyebab peristiwa itu terjadi - yang dianggap sebagai penyebab masalah dalam peristiwa tersebut - siapa yang menyebabkan masalah tersebut
	3.	Pembuatan keputusan moral (<i>make moral judgement</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - nilai moral apa yang disajikan - nilai moral yang digunakan untuk melegitimasi dan mendelegitimasi tindakan

	4.	Penekanan masalah (<i>Treatment recommendation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - cara menyelesaikan masalah - jalan apa yang ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut
--	----	--	--

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/tanda, dan mengategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah.

Sementara itu Bogdan dan Biklen menyatakan bahwa analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan. (Gunawan, 2013:209-210).

Teknis analisis teks yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* Robert N. Entman. *Framing* tersebut mengandung pengertian seleksi realitas yang membuat realitas tertentu lebih menonjol dalam teks komunikasi dengan menekankan definisi dari sebuah masalah, penyebab masalah, membuat keputusan moral dan merekomendasikan penyelesaian tertentu. Menurut Entman, kunci dari *framing* adalah seleksi dan sebagai akibatnya realitas tertentu (yang diseleksi) tampil menonjol dalam sebuah teks komunikasi. Bagian yang menonjol tersebut, baik melalui pengulangan atau penempatan yang mencolok dalam teks berita, membuat aspek tertentu lebih mudah diingat dan bermakna bagi khalayak. Realitas sangat kompleks, lewat *framing*, media menyederhanakan realitas

tersebut sehingga bisa lebih dimengerti oleh khalayak dengan melakukan seleksi dan penonjolan bagian tertentu dari realitas.(Eriyanto, 2018:71-72).

Artikel berita mengenai korupsi yang dibahas dalam peristiwa debat perdana dalam rangka pemilihan presiden 2019 oleh jawapos.com akan dianalisis menggunakan empat perangkat Entman. Perangkat yang pertama adalah pendefinisian masalah (*define problems*). Perangkat ini merupakan bingkai yang paling utama yang menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh reporter. Dalam hal ini peristiwa debat perdana pemilihan presiden republik Indonesia 2019 yang membahas mengenai tema korupsi, peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda dan dapat dibingkai secara berbeda. Pembingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

Perangkat kedua adalah memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*) yang merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), tetapi juga bisa siapa (*who*). Bagaimana peristiwa debat perdana pemilihan presiden republik Indonesia 2019 yang membahas mengenai tema korupsi dipahami tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Maka dari itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula.

Perangkat ketiga adalah membuat pilihan moral (*make moral judgement*), adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak. Argumentasi tersebut dikuatkan oleh narasumber yang berhubungan dengan masalah korupsi dalam peristiwa debat perdana pilpres RI 2019.

Perangkat terakhir adalah menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh reporter. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu

tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2012:225-227).

Dalam konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Dalam hal ini peristiwa yang membahas mengenai korupsi dalam penyelenggaraan debat perdana menjelang Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2019.

Tabel 3.3 Perangkat *Framing* Robert N. Entman

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make moral judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

(Eriyanto, 2002:223-224).

3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Dalam menguji keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan metode sintesa data terhadap kebenarannya dengan menggunakan metode pengumpulan data yang lain. Data yang dinyatakan valid (kredibel) melalui triangulasi akan memberikan keyakinan terhadap peneliti

tentang keabsahan datanya sehingga tidak ragu dalam pengambilan kesimpulan penelitian. Dalam mengecek keabsahan (validitas) data menggunakan teknik triangulasi, data dari satu pihak harus dicek kebenarannya dengan cara memperoleh data itu dari sumber lain. Tujuannya ialah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak, agar ada jaminan tentang tingkat kepercayaan data (Gunawan, 2013:216).

Triangulasi data digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan (kredibilitas/validitas) dan konsistensi (reliabilitas) data, serta bermanfaat juga sebagai alat bantu analisis data di lapangan. Triangulasi menurut Mantja, dapat juga digunakan untuk memantapkan konsistensi metode silang, seperti pengamatan dan wawancara atau penggunaan metode yang sama, seperti wawancara dengan beberapa informan. Triangulasi mencari dengan cepat pengujian data yang sudah ada dalam memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan, serta program yang berbasis pada bukti yang telah tersedia.

Penulis akan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan (mencek ulang) informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda (Gunawan, 2013:219). Dalam hal ini penulis akan melakukan wawancara dengan informan yang secara langsung terlibat dalam proses penugasan peliputan, pencarian isu, pengolahan isu, editing isu hingga menjadi berita utuh yang layak untuk dipublikasikan di halaman *media online* jawapos.com.

3.7 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek yang diteliti, yaitu hanya menganalisis *framing* pemberitaan mengenai debat perdana pilpres 2019 pada satu media saja. Debat kandidat calon presiden jelang pemilihan presiden 2019 dilakukan sebanyak 5 (lima) kali yaitu pada 17 Januari 2019, 17 Februari 2019, 17 Maret 2019, 30 Maret 2019 dan 13 April 2019. Namun penulis hanya meneliti pemberitaan di *media online* jawapos.com pascadebat perdana calon presiden jelang pemilihan presiden 2019, khususnya difokuskan pada tema korupsi. Pemberitaan *media online* jawapos.com pascadebat perdana jelang pemilihan presiden yang diselenggarakan tanggal 17 Januari 2019, sudah mewakili bagaimana cara jawapos.com membingkai (*framing*) dan mengkonstruksi peristiwa debat menjadi sebuah pemberitaan yang dikonsumsi publik.