

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Konteks Penelitian**

Tanggal 15 Februari 2017 merupakan pesta demokrasi bagi sebagian masyarakat di Indonesia yang melaksanakan pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah serentak. Total daerah yang akan menyelenggarakan pilkada berjumlah 101 daerah, yang terdiri dari 7 provinsi, 18 kota, dan 76 kabupaten. Tujuh provinsi tersebut diantaranya menyelenggarakan pemilihan gubernur dan wakil gubernur yang terdiri dari, Provinsi Aceh, Bangka Belitung, DKI Jakarta, Banten, Gorontalo, Sulawesi Barat, dan Papua Barat.

Hanya saja pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta ternyata lebih menyita perhatian publik ketimbang pilgub di daerah lainnya, karena DKI Jakarta merupakan pusat ibu kota, barometer politik dalam perpolitikan nasional, serta Jakarta juga merupakan pusat dari segalanya, mulai dari pusat kekuasaan, ekonomi, dan bisnis serta pusat bertemunya berbagai etnis di tanah air. Kegiatan pemilu ini tentunya menjadi pusat perhatian seluruh media massa di negeri ini sebagai obyek liputan dan menjadi pemberitaan terhangat, terutama di masa kampanye pemilu yang sudah berlangsung.

Pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta kali ini diikuti oleh tiga pasangan cagub dan cawagub, yaitu Agus Harimurti Yudhoyono-Sylviana Murni yang diusung oleh Partai Demokrat, PPP, PAN, dan PKB mendapatkan nomor urut satu, Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat yang di usung oleh PDIP, Nasdem, Golkar dan Hanura memperoleh nomor urut dua, sedangkan Anies Baswedan-Sandiaga Uno yang di usung oleh Partai Gerindra dan PKS memperoleh nomor urut tiga.

Menjelang pemilihan gubernur, terlihat jelas usaha masing-masing kandidat untuk merebut hati masyarakat dalam masa kampanye. Masa kampanye sendiri berlangsung mulai dari tanggal 26 Oktober 2016 sampai dengan 11 Februari 2017. Kampanye yang dilakukan para cagub dan cawagub sendiri kerap kali dianggap sebagai kejadian penting oleh media nasional untuk selalu diberitakan, karena masyarakat harus tahu siapa sosok yang akan memimpin nanti. Lewat pemberitaan media ini, masyarakat di Jakarta bahkan seluruh Indonesia diharapkan dapat memperoleh informasi seputar pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2017 yang kelak akan mempengaruhi keputusan politik mereka dalam memilih pemimpin.

Kegiatan pemilu tentu tidak lepas dari partai politik, dan partai politik tidak terlepas dari sorotan media massa. Media massa memiliki peran-peran tertentu selama periode pemilu termasuk juga selama kampanye berlangsung. Dalam hubungan ini, peran-peran yang dimaksud mencakup dua sisi sekaligus, yakni di satu sisi media massa digunakan oleh partai politik, elite politik, para calon, para kader dan simpatisan untuk alat kepentingan kampanye dengan tujuan

akhir memperoleh dukungan suara dan di sisi lain media massa juga digunakan oleh publik atau masyarakat sebagai media informasi mengenai calon pemimpin yang akan dipilihnya. Dengan intensitas, pola, motif yang beragam sebagai bentuk partisipasi politik yang sampai tingkat tertentu, setidaknya boleh jadi media massa mempengaruhi pendapat, sikap, serta keputusan-keputusannya dalam menentukan pilihan atau dukungan.

Media massa sendiri adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyiaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebuah institusi pelopor perubahan yang merupakan paradigma utama dari media massa. Dalam menjalankannya, paradigma media massa berperan sebagai institusi pencerahan masyarakat, media informasi, dan media hiburan.

Sampai saat ini tahap perkembangan media yang terakhir dan berkembang pesat adalah melalui internet. Internet membawa perubahan besar dalam komunikasi massa dengan lahirnya media *online* yang dalam hitungan detik mereka dapat meng-*update* informasi terkini ke masyarakat. Bentuk Jurnalisme yang baru ini memungkinkan akses informasi yang cepat kepada khalayak. Ciri khusus dalam media *online* adalah pada kecepatan dalam penyampaian informasinya dan dapat dipublikasikan saat kejadian sedang berlangsung. Ciri lainnya adalah karakteristik penulisan berita biasanya berbentuk langsung pada intinya (*straight news*), ringkas, pendek dan jelas. Keunggulan yang bisa kita peroleh dari media *online* adalah akses gratis dan interaktif karena melalui fitur-

fitur yang disajikan seperti fitur komentar memudahkan pembaca untuk menyampaikan tanggapannya.

Pemberitaan tentang kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta ramai dipublikasikan diseluruh media massa di Indonesia, khususnya media *online*. Masing-masing media massa nasional memiliki warna, kreatifitas, ideologi, dan pandangan yang berbeda dengan media nasional lainnya dalam memberitakan pasangan cagub dan cawagub. Pesatnya perkembangan teknologi tentu memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi tentang pemberitaan pilgub ini.

Dalam media *online* di Indonesia, terdapat nama CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com yang merupakan dua media *online* nasional terbesar. Kedua media *online* tersebut intens memberitakan seputar ketiga pasang cagub dan cawagub DKI Jakarta secara berbeda. Oleh karena itu, pemberitaan tiga pasang tersebut tidaklah sama. Masing-masing media memiliki interpretasi dan pandangan tersendiri dalam memberitakan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur, serta mengkonstruksi dan membingkai isu-isu apa saja yang ingin ditampilkan kepada masyarakat.

Dalam pemberitaan terkait kampanye pilgub ini, penulis mengambil contoh berita yang diterbitkan CNNIndonesia.com edisi Jumat 18 November 2016 dengan judul, “*Kunjungan ke Pademangan Timur, Ahok Cek Program Kesehatan*” pada *lead* berita dituliskan: Calon Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama menilai Jakarta Utara sudah membuka mata soal pentingnya

pemberian vaksin bagi anak-anak. Hal ini dikatakannya saat berkunjung ke Pademangan Timur, Jakarta Utara. "Kesenangan saya, semua anak kecil kami tanya tadi sudah vaksin atau belum, ternyata Puskesmas sudah bekerja dengan baik," kata pria yang akrab disapa Ahok itu, Jumat (18/11/2016). Sedangkan dalam *Metrotvnews.com* edisi Jumat 18 November 2016 memberitakan topik berita dengan judul, "*Ahok Dielu-elukan Bak Pesohor*" pada *lead* berita dituliskan: Warga Pademangan Timur, Jakarta Utara, memperlakukan Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok bak artis. Ratusan warga memadati kolong jalan tol hanya untuk bersalaman dengan Ahok. Mulai dari anak kecil, orang tua hingga muda-mudi berdesakan hanya untuk berswafoto dengan Ahok. "Semua calon gubernur sudah ke sini, cuma pak Ahok yang saya tunggu," kata Sunarsih, 45, warga Pademangan Timur VIII, Jakarta Utara, Jumat (18/11/2016).

Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik untuk meneliti pemberitaan kampanye mengenai pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017 dalam media *online* *CNNIndonesia.com* dan *Metrotvnews.com*. Alasan penulis memilih media *CNNIndonesia.com*, karena media ini merupakan media yang relatif baru di Indonesia serta memiliki *background* media luar negeri yaitu dari Amerika Serikat. Selain itu, alasan memilih CNN Indonesia bertujuan untuk melihat apakah media ini objektif dalam pemberitaannya atau berpihak terhadap salah satu calon Gubernur dan Wakil Gubernur.

Sedangkan, media *online* *Metrotvnews.com* penulis pilih karena media ini salah satu media nasional yang sudah dikenal dikalangan masyarakat. Penulis juga ingin mengetahui apakah dalam memberitakan isu berbau politik seperti

pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2017, adakah kepentingan-kepentingan tertentu dalam pemberitaan di Metrotvnews.com dalam mengemas berita tersebut.

Oleh karena itu, rasanya menarik untuk membandingkan *framing* yang digunakan oleh kedua media *online* tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam menganalisis pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta. Model Zhongdang Pan dan Kosicky ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi dari ide. *Frame* ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita ke dalam teks secara keseluruhan.

Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dapat dibagi ke dalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun suatu peristiwa, pernyataan, opini, kutipan dan pengamatan atas peristiwa. *Kedua*, struktur skrip yang berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik yang berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. *Keempat*, struktur retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya untuk mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul, “ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN KAMPANYE PEMILIHAN GUBERNUR DKI JAKARTA DALAM MEDIA *ONLINE* CNNINDONESIA.COM DAN METROTVNEWS.COM.”

## **1.2. Fokus Dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1. Fokus Penelitian**

Analisis *framing* pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com.

### **1.2.2. Pertanyaan Penelitian**

Untuk meneliti bagaimana media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com mengkonstruksi dan membingkai pemberitaan mengenai kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017, maka dirumuskan beberapa pertanyaan kedalam:

1. Bagaimana struktur sintaksis pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com?
2. Bagaimana struktur skrip pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com?
3. Bagaimana struktur tematik pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com?

4. Bagaimana struktur retorik pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotv-news.com?
5. Bagaimana media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com membentuk dan mengorganisasikan informasi terkait pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta kepada masyarakat?

### **1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui struktur sintaksis pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotv-news.com.
2. Mengetahui struktur skrip pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotv-news.com.
3. Mengetahui struktur tematik pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotv-news.com.
4. Mengetahui struktur retorik pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta dalam media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotv-news.com.
5. Mengetahui bagaimana media *online* CNNIndonesia.com dan Metrotvnews.com membentuk dan mengorganisasikan informasi terkait

pemberitaan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta kepada masyarakat.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian jurnalistik. Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat berdasarkan:

#### **1. Kegunaan Teoretis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan kajian di bidang komunikasi. Khususnya berkaitan dengan studi jurnalistik. Seiring dengan berkembangnya kajian kritis pada wilayah kajian media massa, maka hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya sejenis dengan kekhasan tersendiri pada masa yang akan datang.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah penggambaran bagaimana pumbingkaiian berita dilakukan oleh media dalam memberitakan sebuah peristiwa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa pencerahan pada media dalam menjaga objektivitas pemberitaan dan posisi netral dalam menyampaikan berita.