

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Munculnya polemik UU Cipta Kerja bermula pada saat pidato pertama Joko Widodo dalam acara pelantikan presiden dan wakil presiden periode 2019-2024 pada 20 Oktober 2019, beliau menyampaikan akan menyederhanakan segala bentuk regulasi dengan cara membuat Undang-Undang Cipta Kerja atau dikenal Undang-Undang Omnibus Law. Dalam Pidato tersebut Jokowi mengatakan Undang-Undang Cipta Kerja ini adalah Undang-Undang yang merevisi puluhan Undang-Undang yang ada.

Tanggal 5 Oktober 2020 adalah suatu mimpi buruk bagi para Buruh, Petani, Nelayan, Masyarakat adat, dan aktivis pejuang HAM di Indonesia. Pada tanggal tersebut Anggota DPR-RI melalui Sidang Paripurna mengesahkan UU Cipta Kerja atau yang biasa kita kenal UU Omnibus Law. Pada sidang paripurna tersebut 7 fraksi mendukung RUU Cipta Kerja menjadi UU, sedangkan 2 fraksi menolak. Fraksi yang menerima adalah Fraksi PDIP, Golkar, Hanura, Nasdem, Gerindra, PAN, PPP, sedangkan fraksi yang menolak adalah PKS, dan Demokrat. Setelah diresmikan, Undang-Undang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang No 11 Tahun 2020. Undang-Undang ini sempat lima kali ganti naskah. Pertama naskah versi 905 halaman, kedua naskah versi 1028 halaman, ketiga naskah versi 1.035 halaman, keempat naskah versi 812 halaman, dan terakhir naskah kelima atau naskah final 1.187.

Sebelum UU Cipta Kerja disahkan, serikat-serikat buruh sudah melakukan protes besar-besaran di Jakarta, mereka membuat Aliansi GEBRAK (Gerakan Buruh Bersama Rakyat). Selain Aliansi GEBRAK mereka pun membuat Aliansi Gerakayan Rakyat Sipil yang Bernama FRI

(Fraksi Rakyat Indonesia) yang terdiri dari serikat buruh, NGO, Organisasi Mahasiswa. Setelah UU tersebut diresmikan FRI melakukan aksi protes besar-besaran di Jakarta tepatnya di depan Kantor DPR-RI. Aksi serentak yang dilakukan FRI yaitu pada tanggal 6 Oktober sampai 8 Oktober. Tak sampai disitu. Selain melakukan protes di depan kantor DPR-RI mereka pun melaksana aksi protes di Media Sosial dengan menggunakan hastag #mositidakpercaya.

Berbagai media seperti Radio, Televisi, Koran, Twitter, Instagram, hingga situs media Online pun berlomba-lomba untuk memberitakan mengenai aksi protes UU Cipta Kerja karena aksi protes tersebut terjadi di seluruh Indonesia. Termasuk Tempo.co yang turut melakukan pemberitaan mengenai aksi protes UU Cipta Kerja, bahkan sempat menjadi headline media tersebut. Perbedaan Tempo.co dan media-media lain terlihat dalam pemilihan narasumber berita, seperti hasil riset yang dilakukan oleh Remotivi menjelaskan beberapa media seperti Kompas.com, MediaIndonesia.com, Liputan6.com, Republika.co.id, dan CNNIndonesia.com, selalalu memilih narasumber dari pihak pemerintah, aparat, dan pengusaha yang mendukung UU tersebut, sedangkan Tempo.co lebih sering memilih narasumber yang memihak kepada aksi protes seperti serikat buruh, NGO.

Selain itu melalui beberapa Editorial yang dikeluarkan Tempo.co secara online dengan tegas mereka menolak UU Cipta Kerja karena menurutnya UU tersebut mengandung cacat formil dan tak melibatkan partisipasi publik. Alasan pemilihan media online Tempo.co untuk dianalisis karena historis media ini merupakan pionir dari media berita online diawali dengan kemunculan www.tempointeraktif.com pada 1996. Tempo telah dikenal sejak lama sebagai media yang sangat sering mengkritisi kebijakan-kebijakan pemerintah, bahkan sempat mengalami pembredelan pada tahun 1982 dan 1984 dikarenakan kritik terhadap pemerintah orde baru.

Media massa mempunyai peran sangat strategis karena sifatnya yang mampu menjangkau khalayak dalam jumlah yang sangat besar, mampu memberikan popularitas dan bersifat publik. Karakteristik media massa dapat memberikan konsekuensi bagi kehidupan masyarakat, salah satunya dari aspek politik. Dalam aspek politik, media massa menjadi salah satu elemen penting dalam proses berdemokrasi. Media massa pun sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dalam komunikasi politik. Menurut Dan Nimmo (1993: 18) media massa menjadi penggerak utama komunikasi politik dalam usaha mempengaruhi individu terhadap terpaan yang diterimanya. Bahkan dalam pandangan konstruksi media massa dipandang memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi realitas sosial di dalam masyarakat (Eriyanto,2012:23). Media massa juga berperan penting dalam mendefinisikan aktor dalam peristiwa, hal tersebut bisa dilihat melalui Bahasa yang digunakan dalam pemberitaan. Kemampuan lain media massa dalam mengkonstruksi berita adalah kekuatan dalam membingkai realitas. Dengan membingkai realitas tertentu maka akan terlihat bagaimana cara khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kaca mata tertentu.

Media online adalah media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Dalam *website* ini pengguna dapat mengunggah berbagai informasi dari saluran penjuru dunia. Selain itu *website* juga dapat saling berbagai tautan dalam kolom komentar jika tersedia yang mereka bagikan dalam situs jejaring sosial ini. Berita atau pesan disampaikan oleh media massa, khususnya media online, seringkali dimaknai apa adanya oleh masyarakat, karena masyarakat lebih terpengaruh pada judul berita yang dimunculkan dan kesan yang disimpulkan oleh media massa dari pada menganalisis secara mendalam dari berita tersebut. Kenyataannya media melakukan *framing* dengan maksud mengkonstruksi berita yang dilakukan oleh awak media seperti

pada Teknik jurnalistik framing William A. Gamson dan Andre Mondigliani. Berita itu sendiri merupakan kontruksi dari realitas sosial yang dibentuk oleh pekerja media.

Istilah kontruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berge dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui Tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Menurut Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan Tuhan. Tetapi sebaliknya ia dibentuk dan dikonstruksi. Pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda. Karena setiap orang mempunyai pengalaman, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu, akan menampilkan realitas sosial itu dengan kontruksi masing-masing.

Penelitian ini berfokus pada berita aksi protes penolakan UU Cipta Kerja di Jakarta yang diberitakan Tempo.co. Peneliti tertarik pada penelitian ini terletak bagaimana Tempo.co mengkontruksi berita aksi protes penolakan UU Cipta Kerja di Jakarta.

Proses kontruksi berita aksi penolakan UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta menggunakan analisis *framing*. Analisis *framing* yang dipakai untuk mengetahui cara-cara atau ideologi Tempo.co saat mengkontruksi fakta. Ideologi media massa adalah cara pandang suatu Lembaga/organisasi media massa dalam melihat realitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud untuk aspek-aspek pemberitaan Tempo.co dalam mengkontruksi berita aksi protes UU Cipta Kerja menggunakan analisis framing.

1.2 Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka fokus penelitian yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah pembingkai berita Tempo.co dalam mengkontruksi aksi protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta.

“Bagaimana media online Tempo.co membingkai berita dan mengkontruksi realitas mengenai Pemberitaan Aksi Protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta?

1.2.2 Pernyataan Masalah

Meneliti bagaimana Tempo.co membingkai berita protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta dan mengkontruksi, maka dirumsuskan beberapa pertanyaan:

1. Bagaimana Tempo.co membingkai berita aksi protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta dengan analisis framing William A. Gamson dan Andre Mondigliani?
2. Bagaimana kontruksi berita aksi protes UU Cipta Kerja di Tempo.co?
3. Bagaimana berita aksi protes UU Cipta Kerja di Tempo.co mengkontruksi realitas sosial dalam masyarakat?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian siding strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, sedangkan tujuan lainnya yaitu:

1. Penelitian ini hendak mengetahui bagaimana Tempo.co membingkai berita aksi protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta dengan analisis framing Wiliam A. Gamson dan Andre Mondigliani.

2. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi Berita Aksi Protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta pada media Tempo.co.
3. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana Berita Aksi Protes UU Cipta Kerja 2020 di Jakarta mengkonstruksi realitas sosial dalam masyarakat

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang cukup besar bagi pengembangan suatu ilmu yang berkaitan dengan judul penelitian dan juga tentunya sangat bermanfaat bagi pembaca. Kegunaan ini terbagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis khususnya Ilmu Komunikasi.
2. Penelitian ini dapat melengkapi penelitian selanjutnya tentang framing pemberitaan di media online.
3. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam keilmuan program studi Ilmu Komunikasi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk mengetahui framing pemberitaan di media Tempo.co.
2. Menjelaskan bahwa hasil penelitian bermanfaat bagi pemecah suatu masalah yang berhubungan dengan judul penelitian ini.
3. Sebagai bentuk penyelesaian dari tugas akhir (skripsi) yang merupakan salah satu syarat kelulusan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unpas Bandung.

4. Melalui penelitian ini, peneliti dapat menambah wawasan dan referensi mengenai ilmu komunikasi khususnya teori Analisis Freming pada suatu berita.
5. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang signifikan khususnya, terhadap perkembangan pembelajaran berupa kontruksi atau pemingkaian dalam berita