



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai negara demokrasi, pada tahun 2014 Indonesia kembali menyelenggarakan pemilihan umum (pemilu). Pemilihan umum untuk calon legislatif dilakukan pada 9 April 2014, sedangkan pemilihan presiden pada 9 Juli 2014.

Menurut Canggara (2009:72) pemilihan umum yang demokratis menjadi arena pertarungan para anggota masyarakat untuk dipilih dan memilih para calon yang akan menduduki jabatan negara mulai dari presiden dan wakil presiden, anggota parlemen, utusan daerah, gubernur dan wakil gubernur sampai kepada bupati/walikota dan wakil bupati/walikota.

Menjelang pemilu, dinamika politik terjadi di perhelatan dunia politik. Pada pemilu 2014 kali ini, publik disuguhkan sejumlah kandidat yang berbeda dari tahun sebelumnya, yakni tokoh fenomenal politik, Joko Widodo dan sebagian para pemilik media. Menurut Riyanti (2014:37), Jokowi disebut fenomenal karena sifat Jokowi yang ramah, baik hati, jujur, tegas dan mengayomi masyarakat khususnya di DKI Jakarta dengan kinerja Jokowi selama satu tahun sudah mulai tampak pembenahan sangat terasa.

Joko Widodo (Jokowi) merupakan kandidat yang diusung PDIP untuk maju bersaing dalam Pilpres 2014. Jokowi sapaan akrabnya begitu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Namanya mulai melejit saat ia menjabat sebagai walikota Solo dan Gubernur DKI Jakarta. Jokowi menjabat sebagai walikota Solo selama dua periode, 2005-2010 dan 2010-2015, namun sebelum jabatannya berakhir, ia dicalonkan Partai Gerindra dan PDIP untuk memimpin ibu kota negara.

Dalam situs detiknews.com disebutkan pada Januari 2013 Joko Widodo pernah dinobatkan sebagai wali kota terbaik ke-3 di dunia atas keberhasilannya dalam memimpin Surakarta sebagai kota seni dan budaya, kota paling bersih dari korupsi, serta kota yang paling baik penataannya. Atas rekam jejak itulah ia akhirnya terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta dan didampingi Basuki Tjahja Purnama sebagai wakil Gubernur DKI Jakarta.

Jokowi dilantik menjadi Gubernur DKI Jakarta pada 15 Oktober 2012. Sejak hari pertama kerja, Jokowi dikenal dekat dengan warga Jakarta. Jokowi juga selalu melakukan *blusukan* untuk memantau warga. Gaya *blusukan*-nya dianggap menarik simpati rakyat.

Menurut artikel berita detiknews.com tanggal 14 Maret 2014 yang berjudul “Tagar JKW4P Alias Jokowi For President Jadi Trending Topic”, kini tepat di hari ke-515 Jokowi menyatakan dirinya didaulat Ketua Umum Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Megawati Soekarnoputri menjadi calon presiden PDIP. Pada saat itu pula Jokowi menyatakan kesiapannya melaksanakan mandatnya di kawasan Rumah Si Pitung di Marunda, Jakarta Utara.

Kemunculan Jokowi ditetapkan sebagai capres periode 2014-2019, telah membawa wacana dan referensi baru dalam dunia politik di Indonesia. Pengalamannya selama menjadi kepala daerah di Solo dan Jakarta dengan profil yang dipandang bersih dari korupsi dan merakyat merupakan tolak ukur Jokowi layak menjadi seorang pemimpin yang diharapkan dapat mengatasi berbagai permasalahan yang sudah akut dan kompleks di negeri ini (Paharizal, 2014:6).

Munculnya Jokowi dalam persaingan pencapresan dinilai semakin membangkitkan persaingan pemilihan presiden 2014. Tak dapat membendung gejolak dinamika politik, isu pendeklarasian pencapresan Jokowi menjadi isu sensasional. Isu ini menjadi sensasional karena Jokowi yang dikenal popularitasnya dapat mengancam sejumlah peserta politik lainnya. Menurut situs [www.kompas.com](http://www.kompas.com) berdasarkan survei Litbang Kompas menempatkan Jokowi dengan elektabilitas tertinggi, yaitu 32,5 persen.

Pujian dan kritikan menuai langkah Jokowi dalam pencapresan. Jokowi dinilai hanya haus akan jabatan. Lebih lanjut, dalam situs [www.kompas.com](http://www.kompas.com) disebutkan pencapresan Jokowi dinilai sangat miris bagi masyarakat Jakarta karena Jokowi rela meninggalkan orang yang telah memilihnya demi mementingkan ambisi partai. Demikian halnya menurut [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), Jokowi harus membuktikan dirinya mampu memimpin DKI Jakarta untuk kemudian ikut mencalonkan diri sebagai calon Presiden (Capres) dalam pemilihan Presiden 2014 mendatang.

Sinisme dan kritikan juga datang dari lawan politiknya yang mencalonkan diri dalam pemilihan presiden 2014, Prabowo Subianto. Seperti yang dikutip Jurnal

Nasional edisi Selasa 18 Maret 2014 dengan judul Jokowi Abaikan Mandat, Prabowo mengkritik Jokowi dengan isu adanya para pembohong dan koruptor yang bergentayangan saat ini untuk menipu rakyat.

Media sebagai sarana informasi bagi publik menjadikannya sebagai sorotan berita utama dalam pemilihan presiden 2014. Pro dan kontra menghiasi halaman masing-masing media. Berbagai media berbondong-bondong menulis pemberitaan pendeklarasian Jokowi dalam pemilihan presiden 2014.

Bahkan media internasional pun turut memberitakan deklarasi pencapresan Jokowi. *New York Times* juga membahas isu pendeklarasian pencapresan Jokowi tahun 2014. Pada edisi 14 Maret 2014 [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), menyebutkan bahwa mantan walikota kota kecil di Provinsi Jawa Tengah, Jokowi menjadi fenomena politis setelah memenangkan pilkada Jakarta pada bulan September 2012 sebagai kandidat oposisi.

Sebuah peristiwa atau isu dikatakan sebagai berita jika mengandung nilai berita. Menurut Iswhara (2008: 53) nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna, atau yang biasa diterapkan, untuk menentukan layak berita (*newsworthy*). Peristiwa- peristiwa yang memiliki nilai berita ini misalnya yang mengandung konflik, bencana, dan kemajuan, dampak, kemasyhuran, segar dan kedekatan, keganjilan, *human interest*, seks, dan aneka nilai lainnya (Iswhara, 2008: 53-58). Terdapat beberapa nilai yang terkandung dalam peristiwa Jokowi ini:

1. Kemasyhuran: Sosok Jokowi yang fenomenal membuat Jokowi populer dan digemari masyarakat. Hal ini terkait pemberitaan Jokowi dalam pencalonan

presiden yang tengah menjadi persorotan berbagai media baik nasional maupun internasional.

2. Aktual: Berita pendeklarasian Jokowi berlangsung tanggal 14 Maret 2014. Berita pendeklarasian ini tengah hangat dalam perbincangan siapa kandidat yang akan dipilih pada pemilihan presiden 2014.
3. Konsekuensi: Memiliki dampak pada skala nasional tentang pemilihan presiden di Indonesia.

Menurut Cangara (2009: 117) kini media massa memainkan peranan yang sangat penting dalam proses politik, bahkan menurut Lichtenberg (Cangara, 2009: 117) media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik. Penilaian Lichtenberg dirasakan benar dengan kehadiran media saat ini yang telah mewarnai perpolitikan di Indonesia. Para pemilik media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik. Hal ini terbukti dari para pemilik media yang ikut terjun ke dunia politik. Para pemilik media ini juga merupakan para petinggi partai dan ingin mencalonkan diri sebagai calon presiden maupun calon wakil presiden. Mereka bersaing untuk menduduki kursi pemilu presiden nanti.

Media dijadikan kendaraan perpolitikan bagi para kandidat. Sebagai penguasa media, mereka menggunakan mediana untuk berkampanye. Hal ini terlihat pada teguran yang dilayangkan oleh KPI kepada salah satu stasiun televisi swasta. Terjadi pelanggaran atas pemanfaatan lembaga penyiaran untuk kepentingan pribadi dan atau kelompoknya.

Berdasarkan data hasil temuan KPI dalam situs [www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id) berjudul Teguran Tertulis Siaran Iklan WIN-HT Versi Pakaian Adat PT Cipta TPI MNCTV, pada bulan September 2013, dari 39 segmen pemberitaan politik, 17 di antaranya adalah pemberitaan tentang Partai Hanura, sedangkan 22 adalah pemberitaan yang terdiri dari berbagai partai politik. Ini menunjukkan adanya penggunaan media untuk kepentingan pemilik media.

Hal ini tentu menjadi sebuah pertarungan karena Jokowi tidak memiliki alat yang dapat dijadikan sebagai kendaraan politik yakni media. Akan tetapi Jokowi tetap mendapat elektabilitas tinggi di antara para pesaingnya. Seperti yang dilansir [www.kompas.com](http://www.kompas.com) edisi 5 Juli 2013 dengan judul *PDI-P: Kami Tak Punya Media, Tapi Eksis* PDIP memang tidak mempunyai media, akan tetapi PDIP melihat bagaimana hasil survey berbicara tingkat elektabilitas PDIP. Seperti yang dilansir Koran Tempo pada infografis edisi Sabtu 15 Maret 2014, berbagai hasil survei elektabilitas setelah mengusung Jokowi menunjukkan angka yang tinggi. Salah satunya seperti hasil survei Pol-tracking sebesar 30,8 persen. Hal ini menjadi menarik untuk peneliti teliti.

Pada penelitian kali ini, peneliti akan meneliti empat media terkait pemberitaan pengumuman pencapresan Jokowi. Adapun empat media tersebut adalah Koran Sindo, Suara Pembaruan, Media Indonesia, dan Koran Tempo.

Pertama, Koran Seputar Indonesia (SINDO) merupakan salah satu surat kabar harian di Indonesia. Koran Sindo terbit pertama kali pada 30 Juni 2005. Koran yang terbit setiap hari ini hadir dengan berlandaskan moto “Satu Koran Segala Berita”.

Koran ini berdiri dibawah naungan PT Media Nusantara Citra (MNC). Koran Sindo dimiliki oleh Hary Tanoë Soedibjo yang merupakan politisi partai Hanura. Hary Tanoë mencalonkan diri sebagai calon wakil presiden mendampingi Wiranto pada Pilpres 2014.

Setidaknya Koran Sindo memuat empat berita utama terkait isu pendeklarasian pencapresan Jokowi antara lain, “Empat Capres Bakal Bersaing”, “Prabowo Tagih Perjanjian Batutulis”, “Banyak Program DKI Belum Terealisasi” dan “Banyak Program DKI Hanya Seremonial”.

Berikutnya yang kedua, Koran Tempo merupakan surat kabar harian umum yang diterbitkan oleh PT Tempo Inti Media. Koran Tempo lahir pertama kali pada 2 April 2001. Sebelumnya Tempo dikenal sebagai majalah. Seiring berkembangnya media tersebut dan berganti kepemilikan, tim Tempo mengusulkan untuk melahirkan sebuah Koran harian, yakni Koran Tempo.

Koran Tempo memberitakan paling banyak terkait pendeklarasian pencapresan Jokowi. Terdapat delapan berita Jokowi yang dikupas secara mendalam, empat di antaranya adalah “Jokowi Resmi Calon Presiden”, “Prabowo Ungkit Janji Mega”, “Siasat Prabowo Menekan Jokowi”, dan “Popularitas PDI Perjuangan Melesat di Dunia Maya”.

Yang ketiga adalah Koran Suara Pembaruan. Koran Suara Pembaruan merupakan pengganti Koran Sinar Harapan yang sebelumnya sempat dibredel. Kini Koran Suara Pembaruan berada di naungan Berita Satu Media Holding Company yang dimiliki



oleh Lippo Group. Suara Pembaruan terbit setiap hari dengan edisi sabtu dan minggu yang digabungkan. Koran ini terbit setiap sore.

Sedangkan Suara Pembaruan memuat sedikitnya tujuh pemberitaan terkait isu pendeklarasian pencapresan Jokowi. Terdapat empat berita diantaranya adalah “Jokowi Dongkrak Partisipasi Pemilu 2014”, “Jokowi Tingkatkan Partisipasi Pemilih”, “Intelek Kalau Mau “Nyerang””, dan “Bukan Sekadar Pertarungan Kapabilitas vs Akseptabilitas”.

Dan yang keempat adalah Media Indonesia. Media Indonesia merupakan koran nasional yang terbit sejak 19 Januari 1970. Dengan tagline 'Jujur Bersuara', Media Indonesia terus berupaya menampilkan berita-berita aktual untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya. Situs Media Indonesia menuliskan visi media ini adalah untuk membangun sebuah harian independen serta menatap hari esok yang lebih baik tetap tidak berubah.

Terdapat enam pemberitaan terkait pendeklarasian pencapresan Jokowi, antara lain, “Jokowi Waspada Utang Budi”, “Jam Terbang Jokowi Diragukan”, “Jadi Capres, Jokowi Digugat”, “Warga Tagih Janji Jokowi”, “PKS Tagih Penjelasan PDIP”.

Sama halnya dengan Koran Sindo, Media Indonesia juga terafiliasi oleh sebuah partai. Media Indonesia merupakan media milik Surya Paloh yang menjabat sebagai ketua Umum Nasional Demokrat.

Kepemilikan media tidak akan lepas dari pemberitaan pada masing-masing media. Pemberitaan yang ditampilkan setiap masing-masing media berbeda satu sama lain. Media memiliki sudut pandangnya masing-masing dalam menyajikan berita.

Cara pandang atau sudut pandang yang digunakan media itu yang nantinya akan menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut (Kriyantono, 2009: 253).

Dalam hal ini terjadi pemaknaan dan pengkonstruksian suatu berita dengan makna tertentu. Menurut Eriyanto (2002: 37) sesungguhnya realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Dan berita merupakan salah satu bentuk konkrit hasil konstruksi realitas. Sehingga dapat dikatakan melalui berita kita dapat mengetahui sesungguhnya media bekerja dalam membingkai sebuah realitas sosial/peristiwa.

Metode analisis framing merupakan metode analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Metode ini berusaha mengerti (*verstehen*), dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu. Peristiwa yang sama bisa jadi dibingkai secara berbeda oleh media (Eriyanto, 2002: 7-10). Metode framing yang digunakan peneliti adalah Zhongdang Pan dan Kosicki. Peneliti menggunakan metode tersebut karena terdapat unsur-unsur perangkat Zhongdang Pan dan Kosicki. Pada berita-berita yang peneliti kaji banyak mengandung unsur retorik sehingga dapat dianalisis lebih lanjut. Seperti halnya yang ditemukan pada Koran Tempo pada edisi Senin 17 Maret 2014, terdapat banyak infografis tentang efek Jokowi, diantaranya hasil berbagai survei elektabilitas, grafik IHSG yang tinggi, dan lain-lain.

Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana suatu berita diberitakan oleh masing-masing media. Selain itu peneliti menggunakan empat media

di atas dikarenakan kepemilikan empat media yang bersangkutan dengan pemberitaan kontra dan berimbang pendeklarasian Jokowi dalam pencapresan 2014.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Bagaimana Koran Sindo, Suara Pembaruan, Koran Tempo dan Media Indonesia membingkai berita utama yang terbit segera (selama dua hari setelah pendeklarasian pemilihan presiden Jokowi)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengetahui pembingkai yang dilakukan Koran Sindo, Suara Pembaruan, Koran Tempo dan Media Indonesia pada berita utama yang terbit segera (selama dua hari setelah pendeklarasian pemilihan presiden Jokowi).

UMMN

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian ini akan memberi kontribusi pemikiran terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya studi analisis framing pada Koran Sindo, Suara Pembaruan, Koran Tempo dan Media Indonesia dalam berita utama yang terbit segera (selama dua hari setelah pendeklarasian pemilihan presiden Jokowi).

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Memberikan pembelajaran bagaimana media mengonstruksi berita tentang pbingkaiian yang dilakukan Koran Sindo, Suara Pembaruan, Koran Tempo dan Media Indonesia dalam berita utama yang terbit segera (selama dua hari setelah pendeklarasian pemilihan presiden Jokowi).

UMMN