



### **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 II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti saat ini yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Ebhiet Febriant ( Prodi Komunikasi massa, Universitas Indonesia, 2004) yang berjudul “Analisis Framing Berita Kenaikan BBM, Listrik dan Telepon pada Harian Rakyat Merdeka”. Presiden RI pada tahun 2003 Megawati Soekarnoputri memutuskan untuk menaikkan harga BBM, listrik dan telepon secara bersamaan oleh karena itu peneliti memilih topik ini untuk dijadikan penelitian. Dan model analisis yang digunakan peneliti adalah analisis framing Pan dan Kosicki Kesimpulan yang diambil oleh peneliti pada penelitian ini adalah harian Rakyat Merdeka memojokkan Presiden Indonesia pada tahun 2003 yaitu Megawati sebagai pihak satu-satunya yang bertanggung jawab atas kenaikan harga-harga tersebut.

Yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Samodro Meilaturawuh (Ilkom, Universitas Esa Unggul, 2012) yang berjudul “Frame Berita Rencana Penaikan Harga BBM 2012 Pada Surat Kabar Media Indonesia Edisi Maret 2012”. Peneliti memilih topik ini karena menaikkan harga BBM selalu mengundang aksi protes dari masyarakat dan penelitian ini juga menggunakan

model analisis framing Pan dan Kosicki. Kesimpulan yang diambil oleh peneliti pada penelitian ini adalah koran Media Indonesia mengangkat isu/peristiwa tersebut memiliki nilai kelayakan berita sangat besar sehingga layak untuk diangkat dan diketahui khalayak, bahkan ditempatkan pada halaman pertama selama sebelas edisi di bulan Maret 2012.

Penelitian terdahulu ini di pilih karena adanya persamaan dalam pemilihan tema dan konsep analisis yang digunakan yaitu menggunakan konsep Pan dan Kosicki. Sedangkan untuk perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah Presiden pada masa pemerintahannya. Peneliti Ebhiet meneliti kenaikan BBM pada masa pemerintahan Megawati Soekarnoputri dan peneliti Samodro meneliti kenaikan BBM pada masa pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono, hasil penelitian dari penlitit samodro adalah Media Indonesia tidak menerima rencana pemerintah untuk menaikkan harga BBM bersubsidi mengingat banyaknya penolakan dari masyarakat. Sedangkan peneliti meneliti kenaikan BBM pada masa pemerintahan Joko Widodo. Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah pada jumlah media yang dianalisis, peneliti menganalisis empat media sehingga mendapatkan gambaran secara luas, tidak hanya pada satu media saja.

## **2.2 Konstruksi Realitas Sosial**

Istilah konstruksi atas realitas sosial terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* pada tahun

1966. Konstruksi realitas dianggap sebagai salah satu dari proses sosial. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Bungin, 2008, h. 13).

Teori ini ada pada saat jaman transisi modern di Amerika pada tahun 1960-an dimana media massa belum menjadi sebuah fenomena. Oleh karena itu Peter L. Berger dan Thomas Luckman tidak memasukkan media massa sebagai fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas. Seiring dengan masyarakat yang semakin modern teori konstruksi sosial atas realitas ini direvisi oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dengan melihat fenomena media massa dan menjadi hal yang substansial dalam proses eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi. Substansi konstruksi sosial media massa adalah pada penyampaian informasi yang cepat sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan merata, contoh dari media massa adalah koran, televisi, radio (Bungin, 2008, h.16 ).

Kaitan antara konstruksi sosial media massa dan framing adalah hasil konstruksi dari media massa adalah berupa teks, oleh karena itu terjadi lah pembingkaiian yang terdiri dari penonjolan isu dan mengaburkan atau menghilangkan fakta lainnya

Konstruksi realitas sosial dapat terjadi melalui tiga tahap dialektika yaitu eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi. *Pertama*, Eksternalisasi yaitu penyesuaian diri dengan dunia sosialkultural sebagai produk manusia, artinya

manusia dapat mengekspresikan dirinya ke dalam dunia. *Kedua*, Obyektivasi yaitu hasil yang telah dicapai dari proses eksternalisasi. *Ketiga*, internalisasi yaitu proses dimana individu dapat mengidentifikasikan dirinya dengan organisasi sosial dimana individu menjadi anggotanya. Melalui proses dialektika ini maka realitas sosial dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut (Bungin, 2008, h. 15).

Dalam paradigma konstruktivis, realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yg bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial artinya individu tidak menerima begitu saja fakta yang ada, tetapi sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya (Basrowi dan Sukidin, 2002, h. 194).

Burhan Bungin juga mempunyai pendapat yang sama dengan Basrowi dan Sukidin. Bungin menjelaskan, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya (Bungin, 2008, h. 12-13).

Menurut Berger, ada tahapan untuk menerapkan gagasannya ke dalam konteks berita. Sebuah teks berupa berita tidak bisa disamakan seperti sebuah kopi dari realitas, ia harus dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya, sangat potensial terjadi peristiwa yang sama di konstruksi secara berbeda.

Wartawan bisa mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa dan itu didapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu dan diwujudkan dalam teks berita (Eriyanto, 2002, h. 17).

Demikian halnya ketika seorang wartawan melakukan wawancara disana terjadi interaksi antar wartawan dengan narasumber sehingga realitas yang terbentuk dari wawancara tersebut adalah produk interaksi antar keduanya . Proses dialektis antar keduanya yang menghasilkan wawancara yang kita baca di surat kabar atau kita lihat di televisi (Eriyanto, 2002, h. 18-19).

Peneliti menggunakan teori ini karena suatu teks berita dengan tema yang sama dapat diberitakan secara berbeda tergantung bagaimana sang wartawan mengemas berita tersebut tapi tetap tidak memasukan opininya kedalam berita tersebut

## **2.3 Framing**

### **2.3.1 Konsep Framing**

Konsep framing telah digunakan secara luas dalam literature ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media (Sobur, 2001, h. 162).

Menurut Erving Goffman secara sosiologis konsep *frame analysis* memelihara kelangsungan kebiasaan kita mengklarifikasi, mengorganisasi dan

menginterpretasi secara aktif pengalaman-pengalaman hidup kita untuk dapat memahaminya (Sobur, 2001, h. 163).

Terdapat beberapa definisi mengenai framing yang disampaikan oleh beberapa ahli, yang diringkas dalam tabel berikut:

**Tabel 2.1**

Definisi *Framing* dari Beberapa Ahli

(Sumber: Eriyanto, 2002, h. 67-68)

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan-penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gagasan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca melalui proses seleksi, pengulangan,

	penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow dan Benforrd	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita

### 2.3.2 Analisis Framing

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis framing dan konstruksi realitas sosial memiliki kaitan yaitu fakta di konstruksi oleh individu, wartawan adalah individu yang mengkonstruksi peristiwa yang kemudian dijadikan berita. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan menghubungkan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana



perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta akan dibawa kemana berita tersebut (Sobur, 2001, h. 162).

Framing merupakan teknik penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu peristiwa tidak secara total dihilangkan tetapi secara halus dibelokkan dengan memberikan perhatian khusus terhadap aspek-aspek tertentu dengan menggunakan istilah-istilah yang memiliki konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, tabel, dan alat ilustrasi lainnya (Sudibyo, 2001, h. 186).

Pendapat Agus Sudibyo diperjelas lagi oleh Eriyanto. Menurutnya terdapat dua esensi utama dari framing. Pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Hal ini berhubungan dengan bagaimana yang akan diliput dan tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta tersebut ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat dan gambar untuk mendukung gagasan

Analisis framing fokus pada pembentukan pesan dari pesan teks. Bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media, bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak (Eriyanto, 2002, h.11).

Dapat disimpulkan bahwa analisis framing dapat menggambarkan bagaimana media mengkonstruksi sebuah peristiwa dan perspektif dari media tersebut. Dimana hasilnya dapat dilihat dari teks berita pada media dan akan dibawa kemana berita tersebut.

### 2.3.3. Konsep Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Peneliti memilih model ini karena dapat melihat bagaimana wartawan memproses peristiwa dan diberikan kepada khalayak. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna, bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks (Eriyanto, 2002, h. 254-255).

Dalam model ini terdapat perangkat framing yang dibagi ke dalam empat struktur besar yaitu Struktur Sintaksis, Skrip, Tematik dan retorik. Pendekatan ini dapat digambarkan ke dalam bentuk skema sebagai berikut:

**Tabel 2.2**

Perangkat *framing* Pan dan Kosicki

Sumber: (Eriyanto, 2002, h. 256)

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
Sintaksis: Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar, informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup

Skrip: Cara wartawan mengisahkan fakta	2.Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik: Cara wartawan menulis fakta	3.Detail 4.Koherensi 5.Bentuk kalimat 6.Kata ganti	Paragraf,proposisi,kalimat,hubungan antar-kalimat
Retoris: Cara wartawan menekankan fakta	7.Leksikon 8.grafis 9.Metafora	Kata,idiom, gambar/foto, grafik.

Dengan menggunakan analisis framing model Pan dan Kosicki karena dapat menjelaskan bagaimana keempat media nasional tersebut membingkai berita dalam surat kabar tersebut. Berdasarkan empat struktur yang ada pada model ini yaitu sintaksis bagaimana wartawan menyusun peristiwa, skrip yaitu bagaimana wartawan mengisahkan peristiwa, tematik yaitu bagaimana wartawan menulis peristiwa dan retorik yaitu bagaimana wartawan menekankan peristiwa, sehingga akan terlihat bagaimana media-media nasional tersebut mengkontruksi realitas yang ada

## 2.4 Peran dan Fungsi Pers

### 2.4.1 Peran Pers

Pers memainkan berbagai peranan dalam masyarakat Bernard C. Cohen dalam buku *Advanced News gathering* menyebutkan bahwa beberapa peran yang umum dijalankan diantaranya:

1. **Pelapor:** Pers bertindak sebagai mata dan telinga untuk publik, melaporkan peristiwa-peristiwa yang di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka
2. **Alat pemerintah:** contohnya, ketika ada siaran langsung pidato atau komentar seorang presiden di televisi. Pers harus tetap netral karena media kerap dijadikan saluran untuk penyebaran pernyataan-pernyataan pemerintah yang sering dieksploitasi oleh tokoh-tokoh politik yang berkuasa.
3. **Interpreter:** pers berperan untuk memberikan penafsiran pada peristiwa sehingga pers menambah bahan dalam menjelaskan arti dari peristiwa.
4. **Wakil dari publik:** bagi politikus laporan atau berita mengenai reaksi masyarakat adalah barometer terbaik bagi berhasilnya suatu kebijaksanaan
5. **Watchdog:** pers berperan sebagai pengkritik terhadap pemerintah

6. **Pembuat kebijaksanaan:** peran ini tampak pada penulisan editorial dan artikel, bagaimana wartawan menulis dan menyajikan beritanya ( Ishwara, 2005, h. 7-8).

### 2.4.2 Fungsi Pers

Menurut UU No. 40 tahun 1999 tentang pers, disebutkan dalam pasal 3 fungsi pers adalah sebagai berikut:

1. **Sebagai media informasi:** pers memberi dan menyediakan informasi tentang peristiwa yang terjadi kepada masyarakat dan masyarakat membeli surat kabar karena memerlukan informasi  
**Fungsi Pendidikan:** pers sebagai sara pendidikan massa, pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat bertambah pengetahuan dan wawasannya
2. **Fungsi menghibur:** pers juga memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi berita-berita berat dan artikel-artikel yang berbobot. Berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok dan karikatur
3. **Fungsi kontrol sosial:** terkandung makna demokratis yang didalamnya terdapat unsur-unsur berikut:
  - a. *Social participation* yaitu keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan
  - b. *Social responsibility* yaitu pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat

- c. *Social support* yaitu dukungan rakyat terhadap pemerintah
- d. *Social control* yaitu kontrol masyarakat terhadap tindakan-tindakan pemerintah

4. **Sebagai lembaga ekonomi:** pers adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang pers dapat memanfaatkan keadaan disekitarnya sebagai nilai jual sehingga pers sebagai lembaga sosial dapat memperoleh keuntungan maksimal dari hasil produksinya untuk kelangsungan hidup pers itu sendiri

Jika dikaitkan dengan peristiwa menaikkan harga BBM, pers memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan dan kontrol sosial.

## **2.5 Berita dan Nilai Berita**

### **2.5.1 Berita**

Salah satu produk jurnalistik adalah berita. Berita menurut Doug Newsom dan James A. Wollert dapat didefinisikan sebagai apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi masyarakat. Menurut Micahel V.Charnley, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta dan opini yang menarik dan penting atau keduanya bagi sejumlah besar penduduk (Sumadiria,2006, h. 64).

Definisi berita menurut The New Webster International Dictionary yang menyebutkan bahwa berita adalah informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi atau tentang sesuatu yang belum diketahui sebelumnya, berita adalah informasi seperti yang disajikan oleh media seperti surat kabar, radio atau televisi,

berita adalah sesuatu atau seseorang yang dipandang oleh media merupakan subjek yang layak untuk diberitakan (Kusumaningrat, 2005, h. 38-40).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang.

### **2.5.2 Nilai Berita**

Dalam berita tersirat pesan yang ingin disampaikan wartawan kepada pembacanya. Di dalam berita ada karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita. Nilai berita digunakan untuk ukuran yang berguna untuk menentukan apakah sebuah peristiwa layak menjadi sebuah berita. Peristiwa yang mengandung unsur konflik, bencana dan kemajuan, dampak, kemahsyuran, segar dan kedekatan, keganjilan, *human interest*, seks dan aneka nilai lainnya.

Peristiwa kenaikan harga BBM ini memenuhi syarat sebuah peristiwa yang layak berita, karena memiliki nilai berita: (Ishwara, 2011, h. 77-79)

#### **1. Konsekuensi**

Suatu peristiwa yang dapat mengakibatkan timbulnya rangkaian peristiwa yang mempengaruhi banyak orang adalah layak berita. Peristiwa ini dapat mempengaruhi banyak orang karena peristiwa ini menyangkut kehidupan masyarakat Indonesia.

#### **2. Kemahsyuran dan Terkemuka**

Semakin besar nama seseorang dalam peristiwa semakin besar juga berita itu berpengaruh. Seperti dalam peristiwa kenaikan harga BBM, nama

Joko Widodo merupakan Presiden Republik Indonesia yang membuat peristiwa ini menjadi besar dan layak untuk diberitakan.

### **3. Saat yang Tepat dan Kedekatan**

Kedua elemen ini menjadi ukuran yang diterapkan pada berita untuk menentukan apakah layak dihimpun atau di mana bisa dijual. Salah satu ciri utama berita adalah aktual dimana peristiwa yang baru terjadi lebih menarik dibandingkan peristiwa yang terjadi sebulan yang lalu. Seperti pada peristiwa kenaikan harga BBM 2014, dimana sesudah kejadian ini seluruh media cetak menjadikannya berita utama pada halaman depan.

## **2.6 Surat Kabar**

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua jika dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredaran serta penekanan isinya.

Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi pada masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca (Effendy, 2006, h. 241).

Selain itu Onong Uchjana Effendy juga menjelaskan karakteristik surat kabar yang terdiri dari empat ciri yang dapat dikatakan sebagai syarat yang harus dipenuhi oleh surat kabar, antara lain:



1. Publisitas (*publicity*): penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukkan untuk khalayak umum, isi atau informasi dalam surat kabar terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum
2. Periodesitas (*periodicity*): keteraturan dalam penerbitannya. Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu.
3. Universalitas (*universality*): menunjuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan demikian isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, kemandirian dan lain-lain
4. Aktualitas (*actuality*): kini dan keadaan yang sebenarnya. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar (Effendy, 2006:119-121).

Fungsi surat kabar adalah informasi, hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi disekitarnya (Ardianto, 2005, 104).

## **2.7 Media Massa dan Politik**

Politik merupakan usaha seseorang untuk menggapai kehidupan yang lebih baik. Politik begitu penting karena dibutuhkan untuk mengatur masyarakat dalam berkehidupan kolektif dimana sumber daya alam itu terbatas. Usaha-usaha agar bisa memenuhi kebutuhan itu lah terjadi politik. Secara umum politik itu bisa dikatakan sebagai usaha untuk menentukan peraturan-peraturan yang dapat

diterima dengan baik oleh sebagian besar warga, untuk membawa masyarakat ke arah kehidupan yang harmonis (Budiarjo, 2008, h.13).

Agar politik bisa berhasil maka tidak dapat dipungkiri dibutuhkan media. Pernyataan tersebut ditegaskan oleh David L Paletz dan Robert Entman bahwa idealnya media harus memberi informasi kepada masyarakat tentang isu-isu yang bisa mengkonfrontir dunia sosial mereka dan kebijakan apa saja yang dapat menolong mereka. Singkatnya media seharusnya mampu memberi informasi terkait kebutuhan dan hal-hal yang diinginkan publik ( Paletz dan Entman, 2002, h.1).

Media massa dilihat sebagai forum bertemunya pihak-pihak dengan kepentingan latar belakang dan sudut pandang politik yang berbeda-beda . Setiap pihak berusaha untuk menonjolkan basis penafsiran klaim atau argumentasi masing-masing berkaitan dengan persoalan politik yang diberitakan suatu wacana. Dalam konteks ini lah mereka menggunakan bahasa-bahasa simbolik atau retorika dengan konotasi tertentu yang umumnya bermuara pada membenarkan tindakan sendiri dan meburukkan pihak lain (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999, h. 26).

Media massa terdiri dari surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. Media massa mempunyai peranan untuk mempengaruhi kesadaran politik khalayak terhadap apa yang benar dan meburukkan yang lain. Politik khalayak ini dapat dilakukan media dengan menempatkan komentar yang dianggap benar dengan porsi atau penonjolan yang lebih besar dan juga membuat sumber” yang

bertentangan dengan porsi yang lebih sedikit (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999, h. 27).

Jokowi adalah tokoh politik yang penting karena ia adalah Presiden RI. Dengan Jokowi menaikkan harga BBM maka Jokowi butuh media massa untuk menginformasikan kepada masyarakat. Media massa juga mempunyai peranan untuk mempengaruhi masyarakat agar sadar politik

Melalui proses framing dapat dilihat bahwa media massa merupakan suatu sarana konstruksi realitas melalui penonjolan sisi tertentu dan pemakaian perangkat wacana

## **2.8 Media Darling dan Jokowi**

*Media darling* dapat digambarkan sebagai “kesayangan media”. Dengan definisi yang pertama seseorang yang populer dengan media dan yang kedua seseorang atau perusahaan yang kegiatannya diliput secara luas oleh media massa terkenal dan populer (Wulandari, 2014, h. 48).

Jika berbicara tentang siapa yang menjadi *media darling* saat ini tidak ada tokoh yang menjadi bahan perbincangan melebihi Jokowi dalam beberapa waktu terakhir ini. Jokowi bisa menjadi *media darling* tidak lepas dari kegiatan *blusukannya* ke sudut-sudut kota Jakarta. Tetapi tidak hanya itu saja mengapa Jokowi bisa menjadi media darling. Jokowi selalu ada waktu untuk media karena ia paham bahwa media merupakan salah satu alat baginya untuk memberikan beragam informasi kebijakan yang diterapkannya ( Wulandari, 2014, h. 24).

Keterbukaan dan keakraban dengan media ini menjadikan Jokowi dianggap sebagai anak kesayangan media. Lantas mengapa media sangat menyukai Jokowi? Ada 6 kekuatan yang Jokowi miliki sebagai *media darling* yaitu: (Wulandari, 2014, h. 35-39)

1. Jokowi adalah sosok yang komunikatif. Sejak Jokowi masih jadi Gubernur DKI Jakarta hingga menjadi presiden RI, Jokowi adalah sosok yang mudah dihubungi dan berinteraksi dengan media.
2. Jokowi mempunyai *empati* kepada pekerja media. Jokowi sangat dekat dengan wartawan bahkan dia tidak segan-segan untuk menyapa wartawan duluan.
3. Terkait dengan empati, Jokowi tidak hanya menunjukkan kepada media tetapi juga warganya. Jokowi juga berdialog secara langsung kepada warganya untuk ikut merasakan langsung masalah yang dihadapi
4. *Autentisitas*. Apa yang dilakukan Jokowi dalam konteks sebagai pejabat merupakan suatu yang memang dia kerjakan. Jokowi bukan lah tipe pemimpin yang baru akting ketika media menyoroti, Jokowi mengerjakan tugasnya sebagai pemimpin dan itu menarik media.
5. Jokowi tidak suka berpolemik dengan sesuatu yang tidak bermanfaat. Ketika ada beberapa pihak yang tidak suka dengan dirinya, Jokowi hanya diam saja
6. *Positioning*. Jokowi dapat menempatkan diri di depan media yang jarang dimiliki tokoh politik lain.

Dengan apa yang dilakukan Jokowi kita dapat melihat bahwa untuk dekat dan di sayang oleh media harus memperlakukan media sebagai mitra. Banyak hal yang diperbuat oleh Jokowi kepada media, sehingga Jokowi menjadi *media darling*.

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Dibawah ini adalah gambar kerangka pemikiran peneliti dengan menggunakan pemberitaan kenaikan harga BBM

