



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 TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk menyempurnakan penelitian ini, peneliti menganalisis beberapa penelitian terdahulu dan sejenis untuk dijadikan sebagai acuan. Beberapa penelitian tersebut ialah sebagai berikut.

Penelitian terdahulu pertama adalah milik Rifai Tatri Kusuma dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya dengan judul “Analisis Framing Editorial Harian *Kompas* Selama 100 Hari Pertama Pemerintahan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama Sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta.”

Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana pembingkai pemberitaan *Kompas* dalam melihat 100 hari pertama pemerintahan Jokowi-Basuki. Pendekatan penelitian yang digunakan sama dengan pendekatan peneliti yaitu kualitatif. Model berpikir yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis *framing* Robert N. Entman.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Kompas* membingkai Jokowi Widodo dan Basuki Tjahaja dekat dengan rakyat. *Kompas* juga menilai bahwa Jakarta belum banyak perubahan di 100 hari pertama pemerintahan Jokowi-

Basuki. Penelitian ini dipilih karena topik yang diteliti sama dengan peneliti, yakni mengenai 100 hari pertama pemerintahan.

Namun, ada beberapa perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan yang dilakukan oleh Rifai Tatri Kusuma. Unit analisis peneliti adalah *Harian Kompas* dan *Republika*, sementara Rifai hanya menggunakan *Harian Kompas*, dan terakhir penelitian yang dilakukan Rifai lebih berfokus pada rubrik Tajuk Rencana pada harian *Kompas*, dimana Tajuk Rencana ada pada bagian Opini *Harian Kompas*. Sementara peneliti berfokus pada berita-beritanya.

Peneliti terdahulu kedua ialah milik Ike Pratiwi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur berjudul “Pembingkaihan Berita Seratus Hari Kinerja SBY-Boediono : Studi Analisis Framing Berita Seratus Hari Kinerja SBY-Boediono di Surat Kabar Jawa Pos dan *Kompas*.”

Tujuan penelitian tersebut ialah untuk mengetahui pembingkaihan berita Seratus Hari Kinerja Presiden SBY-Boediono di surat kabar Jawa Pos dan *Kompas*. Pendekatan penelitian yang digunakan oleh Mayang juga sama dengan peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah analisis *framing* milik Gamson dan Modigliani.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dari pemberitaan Jawa Pos, pemerintahan 100 hari SBY-Boediono dinilai belum berhasil memberikan terobosan dan fondasi yang kuat untuk melangkah lima tahun kedepan. Sedangkan pada pemberitaan *Kompas* diperoleh hasil penelitian yaitu sejumlah

aktivitas lembaga swadaya masyarakat mengkritik program 100 hari Kabinet Indonesia Bersatu II.

Penelitian ini dipilih karena jumlah unit analisis yang diteliti sama dengan peneliti, yaitu membandingkan dua media. Objek penelitiannya juga sama yaitu kerja pemerintah. Namun, perbedaannya yaitu analisis *framing* yang digunakan pada penelitian ini adalah milik Gamson dan Modigliani. Sementara peneliti menggunakan analisis *framing* Robert Entman. Kedua, unit analisis yang digunakan adalah koran Jawa pos. Ketiga, peneliti hanya meneliti saat 100 hari sementara peneliti selama 60 hari kerja.

2.2 Komunikasi Politik

Menurut Cangara (2009, h. 15) dalam membahas komunikasi politik ada dua konsep yang mengusung disiplin ilmu ini, yaitu konsep komunikasi dan konsep politik. Antara komunikasi dan politik karena ada pada kawasan politik maka memiliki hubungan yang erat, dimana komunikasi ditempatkan pada posisi yang fundamental. Alfian (1990, dikutip dalam Cangara, 2009, h. 17) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan salah satu masukan yang menentukan bekerjanya semua fungsi sistem politik. Diibaratkan bahwa komunikasi sebagai sebuah sirkulasi darah dalam tubuh yang mengalirkan pesan-pesan politik seperti tuntutan, proses, dan dukungan ke jantung (pusat) pemrosesan sistem politik..

Untuk lebih memahaminya, komunikasi politik merupakan pengertian yang terkandung pada dua kata yaitu komunikasi dan politik. Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communico* yang berarti membagi dan *communis* yang artinya

membangun kebersamaan anatara dua orang atau lebih (Cangara, 2009, h. 18). Menurut Lasswell (1948, dikutip dalam Arfin, 2011, h. 6) formula komunikasi yaitu siapa mengatakan apa, kepada siapa, melalui saluran apa, dan bagaimana efeknya. Berbeda dengan Laswell, menurut Seteven komunikasi secara lebih luas dapat terjadi kapan saja saat suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek, dapat berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya (Cangara, 2009, h. 19).

Menurut Ardial (2010, h. 23) semua definisi komunikasi yang memberi perhatian utama pada kontrol sosial atau upaya untuk memengaruhi, sebenarnya telah mengandung makna politis karena aspek pengaruh merupakan salah satu unsur utama dalam politik. Menurut beberapa pakar politik seperti Shannon dan Weaver (1949) menyatakan bahwa komunikasi mengangkut semua prosedur melalui pikiran seseorang yang memengaruhi orang lain, bahkan menurut Fisher (1990) komunikasi merupakan mekanisme dalam melaksanakan kekuasaan (Arifin, 2011, h. 7).

Karena pengertian yang menyangkut pada pengaruh dan kekuasaan telah menempatkan komunikasi bukan hanya sebagai kontrol sosial namun juga telah mengandung nada politik, artinya komunikasi telah melintasi bidang kajian politik karena politik juga meliputi pengaruh disamping kekuasaan dan wewenang. (Bell, 1975, dikutip dalam Arifin, 2011, h. 7).

Kata politik sendiri berasal dari kata *polis* yang berarti negara kota di sama Yunani klasik. Menurut Abdullah (1985 dikutip dalam Arifin, 2011, h. 2)

sebenarnya kata yang sulit di mengerti dan dihayati secara baik dan dapat mengundang perdebatan yang panjang. Selain *polis*, politik juga dikenal dengan istilah *politicos* yang berarti kewarganegaraan, lalu berkembang menjadi *politer* yang bermakna hak-hak warga negara.

Politik memiliki sifat multimakna karena memiliki banyak pengertian, dan memiliki sifat multidimensi karena para peneliti memberikan pengertian yang berbeda-beda (Arifin, 2011, h. 2). Politik sering diungkapkan sebagai perjuangan mengangkat penguasa yang berfungsi menetapkan kebijakan pemerintah, selain itu juga dapat menyangkut mengenai perjuangan dan kerjasama. Politik juga bukan hanya berkaitan dengan pengangkatan penguasa dan penetapan kebijakan dan pengalokasikan nilai-nilai otoritatif bukan hanya pada pengangkatan penguasaan dan penetapan kebijakan, dan selalu berkaitan dengan kelompok manusia dalam bentuk asosiasi (Arifin, 2011, h. 3).

Laswell (1963 dikutip dalam Arifin, 2011, h. 7) merumuskan sebuah formula dimana politik adalah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana caranya. Maksudnya yaitu siapa yang melakukan aktivitas politik, apa yang dicapai dari aktivitas politik, lalu kapan dan bagaimana cara mencapainya. Hal ini menjelaskan bahwa untuk mencapai tujuan bersama dalam waktu tertentu dalam sebuah aktivitas yang dilakukan manusia yaitu dengan memanfaatkan pengaruh, wewenang, kekuasaan atau kekuatan.

Dari pengertian komunikasi dan politik menunjukkan bahwa komunikasi dan politik saling mencakupi, sehingga akhirnya menyatu menjadi komunikasi politik.

Dua kata tersebut bertemu pada dua titik yaitu pembicaraan, dimana politik adalah komunikasi karena sebagian besar kegiatan politik dilakukan dengan pembicaraan sebagai salah satu bentuk komunikasi. Lalu pada titik pengaruh atau memengaruhi, dimana pada titik ini komunikasi adalah politik karena hampir semua komunikasi bertujuan memengaruhi sebagai salah satu dimensi politik. Dari pengertian ini dapat dirumuskan bahwa komunikasi politik yaitu pembicaraan yang bertujuan memengaruhi dalam kehidupan bernegara (Arifin, 2011, h. 8).

Menurut Dahlan (1999 dikutip dalam Cangara, 2009, h. 35) pengertian komunikasi politik yaitu suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.

Meadow dalam Nimmo (2004 dikutip dalam Cangara, 2009, h. 35) juga membuat definisi mengenai komunikasi politik yaitu :

“Political communication refers to any exchange of symbols or message that to a significant extent have been shaped by or have been shaped by or have consequences for political system.”

Meadow menekankan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan secara signifikan dibentuk atau memiliki signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik.

Sementara itu menurut McNair (2003 dikutip dalam Cangara 2009, h. 36) menjelaskan bahwa komunikasi politik murni membicarakan mengenai alokasi

sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan untuk memberi kekuasaan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, baik secara legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi, apakah itu dalam bentuk hadiah ataupun denda.

Menurut Dahlan (1990 dikutip dalam Cangara, 2009, h. 37) komunikasi politik sebagai bagian dari pengetahuan memiliki unsur sama seperti halnya dengan disiplin komunikasi lainnya, unsur-unsurnya yaitu :

1. Komunikator politik

Dalam unsur ini, yang dimaksud sebagai komunikator politik bukan hanya menyangkut partai politik tetapi juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Mereka orang-orang yang dapat memberi informasi mengenai hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik. Misalnya Presiden, Menteri, anggota DPR, MPR, KPU, gubernur, bupati/walikota, DPRD, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris.

2. Pesan politik

Pernyataan yang disampaikan oleh komunikator politik disebut pesan politik baik itu secara tertulis maupun tidak tertulis, secara verbal atau non-verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari atau tidak yang isinya mengandung bobot politik. Misalnya, pidato politik, pernyataan politik, artikel dan berita surat kabar, radio, televisi dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan, iklan politik, makna logo, bahasa badan, dan semacamnya.

3. Saluran atau media politik

Sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya disebut sebagai saluran atau media politik.

Misalnya saja pada media cetak yaitu surat kabar, tabloid majalah, dan buku.

4. Sasaran atau target politik

Anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam Pemilihan Umum disebut sebagai sasaran atau target politik. Mereka yang memiliki hak untuk memilih dari berbagai kalangan.

5. Pengaruh atau efek komunikasi politik

Pada unsur politik satu ini, efek yang diharapkan yaitu terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, di mana nuansanya akan berakhir pada pemberian suara dalam pemilihan umum. Pemberian suara tentunya akan sangat menguntungkan terpilih atau tidaknya seorang kandidat dalam pemilihan umum.

Unsur-unsur komunikasi politik diatas mempunyai perannya masing-masing yang tentunya penting dalam mendukung berlangsungnya komunikasi politik yang baik. Unsur-unsur yang dijelaskan juga didukung oleh kemampuan dari komunikator politik dalam menyampaikan isi beritanya yaitu kebijakan. Komunikator harus mampu mendorong komunikan untuk bergerak sesuai dengan kebijakan yang telah diputuskan.

2.2.1 Peran Media Massa dalam Komunikasi Politik

Dalam perkembangan komunikasi politik, tidak dapat dilepaskan bahwa adanya perkembangan pada demokrasi dan pada kebebasan informasi yang meliputi kebebasan mengeluarkan pendapat dan kebebasan pers yang merupakan hak asasi manusia (HAM) (Arifin, 2011, h. 33).

Media massa dalam komunikasi politik hadir menyampaikan pesan yang beraneka ragam dan aktual mengenai lingkungan sosial dan politik. Salah satunya adalah surat kabar yang dapat menjadi medium untuk mengetahui berbagai peristiwa politik yang aktual yang terjadi di seluruh penjuru dunia.

Penggunaan sebuah media massa dalam komunikasi politik sangat sesuai pada upaya membentuk citra diri para politikus dan citra para partai politik untuk memperoleh dukungan dari khalayak. Komunikasi politik dengan menggunakan media massa, dinamakan komunikasi massa, dengan ciri dasar yaitu bersifat umum, terbuka, dan aktual (Arifin, 2011, h. 159).

Namun, media massa sebenarnya bukan tidak mungkin memiliki ideologi, sikap politik, dan kebijakan redaksional yang berbeda atau tertentu mengenai suatu peristiwa politik. Dimana akhirnya faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap penggunaan simbol politik, pengemasan pesan, dan pemberian tempat mengenai peristiwa politik tersebut. Alhasilnya suatu peristiwa politik dapat menimbulkan opini publik yang berbeda-beda, tergantung dari media yang memberitakannya (Nimmo, 1978 dan McQuail, 1996 dikutip dalam Hamad, 2004, h. 22).

Menurut Ardial (2010, h. 163) proses pembentukan opini publik dimulai dengan bagaimana penempatan sebuah berita yang memiliki nilai dan sifatnya berupa kritikan dengan kepentingan masyarakat. Jika beritanya dimuat secara frekuenatif dan topik pembahasannya dikembangkan, maka akan sangat mungkin mendorong bukan hanya daya tarik namun juga berkaitan dengan pilihan khalayak dalam menyikapi isu politik tersebut. Pemilihan narasumber, daya berita, dan opini media juga dapat membentuk opini publik sehingga menjadi sebuah *frame* bagi khalayak untuk menentukan sikapnya atas sebuah isu tertentu.

Dengan demikian, peran media massa menjadi sangat penting dalam proses komunikasi politik. Peran tersebut adalah bagaimana nilai berita yang akan diterima oleh khalayak, bukan hanya pada pendistribusian pesan umum. Nilai beritanya diukur dari kegunaan bagi khalayak, atau sedang menjadi wacana publik, terutama jika terjadi pendapat yang pro dan kontra dalam masyarakat (Ardial, 2010, h. 163-164).

2.3 Kebijakan Publik

Kebijakan publik menurut Dye (2008 dikutip dalam Gobel dan Koton, 2016, h. 20) sebagai apa yang dilakukan maupun apa yang tidak dilakukan oleh pemerintah. Jika pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu maka harus memiliki tujuan dan kebijakan negara tersebut harus meliputi semua tindakan pemerintah, bukan semata-mata pernyataan keinginan pemerintah atau pejabatnya. Sesuatu yang tidak dilakukan oleh pemerintah juga merupakan kebijakan negara

karena akan memiliki pengaruh yang sama besarnya dengan sesuatu yang dilakukan oleh pemerintah.

Pada kebijakan publik, terdapat tahap-tahap analisis kebijakan publik yang merupakan serangkaian aktivitas intelektual yang dilakukan dalam proses kegiatan yang ada pada dasarnya bersifat politis. Setiap tahapan kebijakan berdimensi *input*, *process*, *output*, dan *outcome*. Kebijakan publik dalam tahapan formulasi, implementasi, maupun evaluasi harus dapat memperhatikan apa yang menjadi *input*, *process*, *output*, dan *outcome* dari kebijakan publik itu sendiri (Gobel dan Koton, 2016, h. 23).

Bentuk-bentuk dari kebijakan publik menurut Dwidjowijoto (2016, h. 30) yaitu peraturan perundangan yang terkodifikasi secara formal dan legal. Indonesia memiliki bentuk kebijakan publik seperti Undang-Undang No. 10/2004 mengenai Pembentukan Peraturan Perundang-undangan Pasal 7 mengatur jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan sebagai berikut:

- a. Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- b. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang.
- c. Peraturan Pemerintah.
- d. Peraturan Presiden.
- e. Peraturan Daerah.

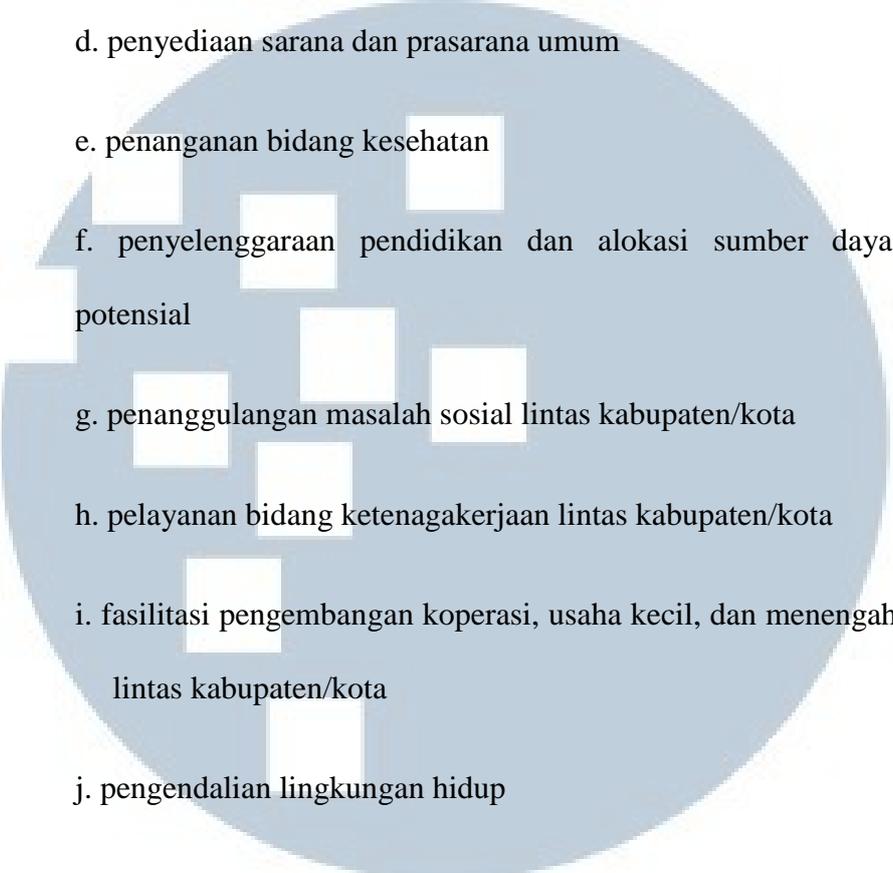
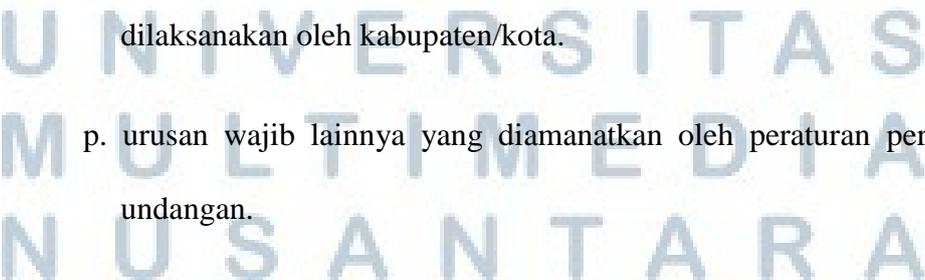
Menurut Nugroho (2006 dikutip dalam Gobel dan Koton, 2016, h. 25) di Indonesia, kebijakan publik dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

1. Kebijakan publik yang bersifat makro atau umum. Dasar dari kebijakan ini yaitu UUD 1945, UU/Perpu, PP, Peraturan, Presiden, dan Peraturan Daerah.
2. Kebijakan publik yang bersifat *meso* atau menengah, atau penjelasan pelaksanaan. Kebijakan ini seperti Peraturan Menteri, Surat Edaran Menteri, Peraturan Gubernur, Peraturan Bupati, dan Peraturan Walikota.
3. Kebijakan publik yang bersifat *mikro* yaitu kebijakan yang mengatur pelaksanaan atau implementasi dari kebijakan di atasnya. Dalam bagian ini bentuk dari kebijakannya yaitu peraturan yang dikeluarkan oleh aparat publik di bawah Menteri, Gubernur, Bupati dan Walikota.

2.3.1 Undang-Undang Kewenangan Pemerintahan Daerah

Sesuai penjelasan di atas bahwa undang-undang merupakan sebuah kebijakan publik. Ada sebuah undang-undang yang mengatur kewenangan pemerintah daerah yaitu Undang-undang No 32 tahun 2004, pasal 13 ayat 1. Dimana didalamnya di sebutkan beberapa wewenang pemerintah daerah, yaitu :

- a. perencanaan dan pengendalian pembangunan
- b. perencanaan, pemanfaatan, dan pengawasan tata ruang
- c. penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat

- 
- 
- 
- d. penyediaan sarana dan prasarana umum
 - e. penanganan bidang kesehatan
 - f. penyelenggaraan pendidikan dan alokasi sumber daya manusia potensial
 - g. penanggulangan masalah sosial lintas kabupaten/kota
 - h. pelayanan bidang ketenagakerjaan lintas kabupaten/kota
 - i. fasilitasi pengembangan koperasi, usaha kecil, dan menengah termasuk lintas kabupaten/kota
 - j. pengendalian lingkungan hidup
 - k. pelayanan pertanahan termasuk lintas kabupaten/kota
 - l. pelayanan kependudukan, dan catatan sipil
 - m. pelayanan administrasi umum pemerintahan
 - n. pelayanan administrasi penanaman modal termasuk lintas kabupaten/kota
 - o. penyelenggaraan pelayanan dasar lainnya yang belum dapat dilaksanakan oleh kabupaten/kota.
 - p. urusan wajib lainnya yang diamanatkan oleh peraturan perundang-undangan.

Setelah itu, pada Undang-undang No 32 tahun 2004 pasal 13 ayat 2 disebutkan bahwa urusan pemerintah provinsi yang bersifat pilihan meliputi urusan pemerintahan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan, dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan.

2.4 Program kerja 100 hari pertama

Program 100 hari merupakan program yang dikenalkan oleh Presiden Amerika Serikat (AS) Franklin D Roosevelt pada tahun 1933 yang saat itu sedang memerintah hingga wafat pada 1945. Pada 100 hari pemerintahannya, Presiden Roosevelt membuat sejumlah undang-undang ekonomi yang belakangan dikenal dengan istilah “*new deal*” yang merupakan obat penawar depresi ekonomi saat itu (Soempeno, 2009 , h. 57).

Program 100 hari menjadi ciri khas pemerintahan Roosevelt karena ia menjadi satu-satunya presiden yang terpilih empat kali dan menyelamatkan AS dari depresi dan Perang Dunia II. Hal ini merupakan sebuah prestasi yang tidak pernah diulang bukan saja oleh presiden AS lainnya, apalagi oleh presiden dari negara lain (Soempeno, 2009 , h. 58).

Di Indonesia sendiri, program 100 hari pertama pemerintahan baru populer pada pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono. Sebenarnya, tidak ada kewajiban pemerintah Indonesia untuk menyusun program 100 hari karena sistem perencanaan di Indonesia hanya mengenai perencanaan jangka panjang, perencanaan jangka menengah, dan perencanaan tahunan sebagaimana tertuang

dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (“Terperangkap Program 100 Hari”, 2010, para. 1-2). Pada pemerintahan SBY, 100 hari pertamanya yaitu menetapkan 45 program penting, dari 45 program aksi itu, ditetapkan 15 di antaranya sebagai program pilihan. Selama 100 hari pertama para menteri juga sibuk mengampanyekan program kerja mereka. (Simarmata, 2014, h. 40).

Dalam program 10 hari SBY, pemerintah melalui Kepala Unit Kerja Presiden bidang Pengawasan dan Pengendalian Pembangunan (UKP4) membuat tiga kategori program, yaitu *Quick wins*, *Debottlenecking*, dan Pondasi Strategis. *Quick Wins* merupakan program yang baru dirancang untuk diselesaikan dalam waktu 100 hari. Lalu, Pondasi Strategis adalah program atau sebuah kebijakan yang landasan strategisnya dapat dicanangkan di hari ke-100. *Debottlenecking* atau menghilangkan sumbatan maksudnya adalah program yang direncanakan pada kabinet 2004-2009 (Simarmata, 2014, h. 41).

Menjelang akhir 100 hari kerja pertama pemerintahan SBY, ada dua isu utama yang muncul yaitu mengenai penggantian menteri dan isu promosi. Sementara para pengamat menilai bahwa sosialisasi program pemerintahan SBY selama 100 hari pertama masih rendah, sehingga masyarakat tidak dapat mencermati apa yang telah dilakukan oleh para menteri Kabinet Indonesia Bersatu II (Simamarta, 2014, h. 41).

Sehingga menurut hasil survei yang dikeluarkan Lembaga Survei Indonesia (2010 dikutip dalam Simamarta, 2014, h. 42) pada awal pemerintahan SBY, kepercayaan masyarakat menurun dan tidak pernah pulih lagi. Kasus lainnya

seperti kasus Bank *Century*, sangat merusak citra pemerintahan pasca pemilu 2009 ini.

Selain itu, mengenai program 100 hari pertama pemerintah. Menurut pengamat Politik, Gun Gun Heryanto, keberhasilan dan kegagalan pemerintah tidak dapat diukur dalam masa kerja 100 hari pertama karena 100 hari itu terlalu prematur untuk dinilai gagal atau sukses. Namun, 100 hari harus dijadikan evaluasi oleh pemerintah agar kedepannya lebih baik lagi (Fadhilah, 2017, para. 1-2).

2.4.1 Program 100 Hari Anies Baswedan dan Sandiaga Uno

Awal masa pemerintahan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta baru telah dimulai untuk lima tahun kedepan. Setelah dilantik, tentunya warga menanti janji-janji yang pernah dikeluarkan oleh Anies-Sandi untuk warga Jakarta selama masa kampanye. Anies-Sandi mengeluarkan rencana 100 hari pertama mereka selama masa kampanye yaitu 12 April 2017.

Melalui situs resmi Anies-Sandi yaitu *jakartamajubersama.com* (“Program 100 hari”, 2017, para 1-17), berikut rencana-rencana 100 hari pertama dari Anies-Sandi :

Target *pertama* dari program 100 hari Anies-Sandi yaitu melakukan rekonsiliasi dengan berbagai golongan warga DKI Jakarta, tujuannya yaitu untuk memastikan lingkungan sosial, ekonomi, dan politik di DKI

berlangsung kondusif selepas Pilkada 2017. Kegiatan yang akan dilakukan pada target pertama yaitu :

1. Bersilaturahmi dengan seluruh mantan Gubernur dan Wakil Gubernur, tokoh-tokoh yang mewakili semua golongan, dan pimpinan partai politik.
2. Membentuk Forum Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta sebagai wadah komunikasi yang berkelanjutan.
3. Mengefektifkan Forum Kerukunan Umat Beragama di DKI Jakarta.
4. Menjadikan Balai Kota sebagai rumah rembug warga dengan mengadakan kegiatan “Gubernur atau Wakil Gubernur mendengar”.
5. Memulai pertemuan kota per kecamatan sejak minggu pertama menjabat sebagai Gubernur/Wakil Gubernur DKI Jakarta. Pertemuan pertama bersama dengan warga Kampung Akuarium, Kel. Penjaringan, Jakarta Utara.

Target *kedua* Anies-Sandi dalam program 100 hari pertama kepemimpinannya yaitu fokus pada langkah-langkah awal memenuhi program kerja prioritas di tiga bidang. Kegiatan yang akan dilakukan pada target kedua ini yaitu :

1. Dalam bidang lapangan kerja, akan diciptakannya wirausahawan baru dan lapangan kerja dengan membentuk dan meresmikan 44 pusat kewirausahaan.

2. Dalam bidang pendidikan akan mewujudkan pendidikan yang tuntas dan berkualitas untuk semua. Untuk mewujudkannya akan diluncurkan Kartu Jakarta Pintar Plus (KJP Plus) dan Mendistribusikan KJP Plus untuk anak putus sekolah.
3. Untuk mewujudkan hidup yang lebih terjangkau, meliputi program mengenai bahan pangan pokok, hunian, dan transportasi. Dalam bidang ini akan diluncurkan Kartu Pangan Jakarta, Program hunian DP Nol dengan membentuk institusi/unit khusus yang mengelola isu perumahan/hunian di DKI Jakarta, dan meluncurkan program OK Otrip dan OK O-Care.

Target *ketiga* Anies-Sandi yaitu mengkonsolidasikan birokrasi pemerintah provinsi DKI Jakarta. Untuk mewujudkan target ini, Anies-Sandi akan melakukan beberapa kegiatan yaitu :

1. Anies-Sandi akan membangun komunikasi dengan semua tingkatan birokrasi Pemda DKI Jakarta agar tercipta semangat kerja yang positif dan saling menghargai.
2. Menciptakan iklim kerja birokrasi yang lebih sehat, manusiawi dan produktif.
3. Bersama dengan seluruh jajaran birokrasi Pemda, mempersiapkan Rancangan Revisi APBD-Perubahan 2018 DKI Jakarta dan rancangan RPJMD 2017-2022 untuk diajukan dalam masa sidang DPRD Provinsi DKI Jakarta di tahun 2018. Dengan sasaran revisinya yaitu memasukan program utama Anies-Sandi ke dalam APBD tahun 2018.

4. Memulai sinergi birokrasi dan pemerintahan provinsi dengan berbagai elemen *civil society* untuk membangun paradigma “pembangunan berbasis gerakan”.
5. Mulai mengimplementasikan *open government* dengan pengelolaan sumber pembiayaan anggaran secara transparan dan akuntabel, dimulai dengan menghindari manajemen keuangan non-bujeter.
6. Terakhir, menerbitkan peraturan-peraturan gubernur yang diperlukan sebagai landasan implementasi program-program prioritas, termasuk untuk mengkonsolidasikan transportasi konvensional dengan transportasi *online*.

2.5 Profile dan Track Record

2.5.1 Profil Anies Baswedan

Anies Rasyid Baswedan lahir pada 7 Mei 1969 di Kuningan, Jawa Barat. Anies. Merupakan anak pertama dari pasangan Drs. Rasyid Baswedan, S.U. yang merupakan Dosen Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Indonesia dan Prof. Dr. Aliyah Rasyid, M.Pd. yang merupakan Guru besar dan Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Negeri Yogyakarta (“Biografi Anies Baswedan”, 2012, para 1-12).

Anies lulus dari Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada (UGM) kemudian berhasil mendapat beasiswa dari *Fullbright* untuk melanjutkan S2 di University of *Maryland*, Amerika Serikat. Gelar Phd kemudian diperoleh

pada tahun 2005 di *Northern Illinois University*, Amerika Serikat, di bidang Ilmu Politik.

Pada umur 38, Anies dilantik sebagai rektor Universitas Paramadina sekaligus itu menjadikannya sebagai rektor termuda. Dari itu Anies kemudian dikenal luas sebagai tokoh yang berpengaruh bagi pendidikan Indonesia. Program yang dibuatnya waktu itu adalah Indonesia Mengajar. Program tersebut dibuat sejak tahun 2009 untuk merekrut, melatih, dan mengirim generasi muda terbaik bangsa untuk mengajar ke berbagai daerah terpencil di Indonesia.

Prestasi dan penghargaan yang pernah diraih oleh Anies Baswedan yaitu pernah masuk dalam daftar majalah *Foreign Policy* pada 2008, dimana Anies berada pada jajaran nama-nama tokoh dunia. Pada akhir 2009, Anies dipilih oleh Susilo Bambang Yudhoyono yang saat itu menjabat sebagai presiden untuk menjadi anggota tim-8 dalam kasus sangkaan pidana terhadap pimpinan KPK yaitu Bibit dan Chandra.

Kemudian, pada 2010, Anies terpilih sebagai satu dari 20 tokoh yang membawa perubahan dunia untuk 20 tahun mendatang versi majalah *Foresight* yang terbit di Jepang. Masuknya Anies ke dunia politik yaitu pada 2013 saat Anies mengikuti konvensi Partai Demokrat untuk penjangkaran Pilpres 2014. Namun, karena partai Demokrat hanya memiliki 10 persen di pemilu legislatif, maka tidak bisa mengusung calon sendiri.

Meskipun tidak jadi maju dari Demokrat, Anies merapat ke kubu Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang saat itu masih menjadi calon Presiden dan Wakil Presiden. Karena Anies pandai berorasi dan dianggap mampu menginspirasi, membuatnya ditunjuk menjadi juru bicara Jokowi-JK selama Pilpres 2014.

Saat Jokowi-JK menang dalam pilpres 2014 dan membuat Kabinet Kerja, Anies Baswedan masuk menjadi salah satu menteri yaitu sebagai Menteri Kebudayaan dan Pendidikan Dasar dan Menengah. Dalam masa kepemimpinannya, Anies merombak organisasi di lingkup kementerian pendidikan seperti Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi dipisahkan, dan digabung dengan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

Anies juga melakukan distribusi Kartu Indonesia Pintar (KIP), membuat program sekolah aman serta mengimbau para orangtua untuk mengantar anaknya sekolah pada tahun ajaran baru. Selain itu, Anies menerapkan kurikulum pendidikan terbaru dan menyebarkan guru berkualitas merata di semua wilayah serta melakukan reformasi ujian nasional.

Hanya saja, belum selesai menjalankan tugasnya sebagai Mendikbud, ia terkena *reshuffle* pada 27 Juli 2016. Hingga akhirnya Anies digantikan oleh Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Muhadjir Effendy.

Selang dua bulan setelah *reshuffle*, Anies mendapat sorotan dari beberapa partai politik yang melihat potensi Anies maju di Pilgub DKI. Berbagai tawaran dan komunikasi politik pun bergulir. Dari berbagai parpol yang

mendatangi Anies, Gerindra dan PKS menjadi partai yang dipilih oleh Anies. Hingga akhirnya pada 23 September 2016, Sandiaga resmi ikut Pilkada DKI Jakarta sebagai calon Gubernur bersama Sandiaga Uno sebagai calon Wakil Gubernur.

2.5.2 Profil Sandiaga Uno

Dalam *website* Partai Keadlian Sejahterah (“Profile Sandiaga Uno”, 2016, para. 1-9) Sandiaga Salahudin Uno lahir di Rumbai, Pekanbaru, Riau pada 28 Juni 1969. Merupakan anak ke dua dari dua bersaudara. Ayahnya Rafiz H. Uno merupakan seorang karyawan dan Ibunya Mien R. Uno adalah seorang guru dan tokoh pendidikan.

Sandiaga lulus dari *Wichata State University* di Kansas, Amerika Serikat, dengan predikat *Summa Cum Laude*. Setelah lulus, Sandi bekerja untuk Bank Summa milik William Soeryadjaya, karena kinerja yang bagus di perusahaannya, kemudian ia mendapat beasiswa melanjutkan S2 di *Washington University*, Amerika Serikat. Sandiaga berhasil menyelesaikan S2 dengan IPK sempurna 4.00.

Pada tahun 1993, ia bekerja pada perusahaan investasi bernama *Seapower Asia Investment Limited* di Singapura sebagai manager investasi. Setelah itu, pada 1995 Sandi memilih pindah ke Kanada dan bekerja di perusahaan *NTI Resource Ltd* dengan posisi sebagai *Executive Vice President*, hal ini menjadikannya sebagai direktur termuda *NTI Resource*.

Setelah terkena PHK karena krisis moneter. Sandiaga memilih kembali ke Indonesia dan memulai usaha baru. Langkah pertamanya saat kembali ke Indonesia yaitu mencari pekerjaan baru. Namun, lamaran pekerjaannya ditolak oleh 25 perusahaan. Dari pengalaman ini, Sandiaga mengubah pikirannya untuk menjadi pengusaha daripada karyawan.

Dari semua pengalaman kerjanya, Sandiaga coba pergunakan itu dengan mendirikan perusahaan bernama PT *Recapital Advisors* pada 1997 yang bergerak di bidang jasa konsultan keuangan. Perusahaan ini didirikan bersama dengan sahabatnya yaitu Rosan Roeslani Perkasa.

Satu tahun kemudian, Sandiaga bersama dengan Edwin Soeryadjaya mendirikan perusahaan investasi bernama PT Sarotaga Investama Sedaya yang berkonsentrasi pada bidang Sumber Daya Alam.

Pada bidang Organisasi Nasional, Sandi pernah menjabat sebagai anggota KEN (Komite Ekonomi Nasional) di masa pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono dan menjabat sebagai Ketua Umim Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) periode 2005-2008.

Sandiaga juga mendirikan yayasan di bidang kewirausahaan dan pemberdayaan masyarakat yaitu Yayasan Inotek Indonesia, Yayasan Mien R. Uno Foundation dan Yayasan Indonesia Setara Foundation.

Awal mula masuk dunia politik dimulai saat Sandiaga terlibat aktif menjadi jubiir Prabowo di bidang ekonomi dalam Pilpres 2014. Setelah itu, pada 2015, Sandiaga menjabat sebagai Ketua Umum PB RPRSI (Persatuan

Renang Seluruh Indonesia), Ketua Umum APPSI (Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia), Wakil Ketua Umum KADIN Bidang UMKM, dan juga menjabat sebagai Bendahara ICMI, serta pendiri AKSI (Asosiasi Kewirausahaan Sosial Indonesia).

Dianggap memiliki aspirasi yang besar untuk Indonesia dan karena negara membutuhkan lebih banyak orang baik dan pemimpin generasi baru untuk memperkuat demokrasi Indonesia, maka partai Gerindra mengajak Sandi untuk bergabung. Setelah itu, Sandi memutuskan untuk melepaskan jabatannya di 25 perusahaan yang dimiliki olehnya pada April 2015 untuk fokus menyerap aspirasi warga DKI Jakarta. Hingga akhirnya pada 23 September 2016, Sandiaga resmi ikut Pilkada DKI Jakarta sebagai calon Wakil Gubernur bersama dengan Anies Baswedan sebagai pasangannya.

2.5.3 Anies Baswedan dan Sandiaga Uno selama Pilkada

Perjalanan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno sebelum menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur cukup panjang. Sebenarnya sebelum tahapan Pilkada DKI Jakarta 2017 dimulai, Sandi sudah melakukan sosialisasi ke masyarakat pada pertengahan 2015 (Sari, 2017, para 1).

Partai Gerindra memutuskan untuk mengusung Sandi sebagai calon Gubernur DKI Jakarta pada akhir Juli 2016. Namun, posisi Sandi digeser menjadi calon Wakil Gubernur karena Gerindra dan PKS berkoalisi dan mengusungkan Anies Baswedan sebagai calon Gubernur DKI Jakarta (Sari, 2017, para 3).

Sebelum bergeser, sebelumnya Sandi pernah selama 18 bulan menyusuri 1000 titik di Jakarta, hingga mendapat apresiasi dari Museum Rekor Indonesia dalam kategori “Sosialisasi Calon Kepala Daerah ke Wilayah Pemilihan secara Berkesinambungan Terlama.” (Adi, 2017, para 2).

Pada 7 Mei 2016, Sandiaga blusukan ke Pasar Rawamangun untuk mendengarkan keluhan warga dan memperkenalkan diri sebagai Ketua Umum Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) (Adi, 2017, para 10).

Setelah itu pada 30 Mei 2016, Sandi blusukan ke Tambora. Hingga pada 23 September 2016, Ketua PP Partai Gerindra Prabowo Subianto, mendeklarasikan Anies Baswedan dan Sandiaga Uni yang akan maju sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta (Adi, 2017, para 11).

Setelah berpasangan dengan Anies, keduanya bersama menyusuri gang sempit dan kampung-kampung seujur Ibukota. Mendatangi warga yang digusur Pemprov DKI, mendengar keluhan nelayan yang terancam reklamasi, hingga mendengarkan warga yang sulit mencari nafkah (Adi, 2017, para 4).

Lebih tepatnya, pada 26 September 2016, keduanya meresmikan Roemah Joeang yang dijadikan sebagai posko pemenangan mereka. Pada 25 Oktober 2016, dilakukan penarikan nomor Pilgub dengan hasil Agus Harimurty-Sylviana Murni mendapat nomor urut 1, Pasangan Basuki-Djarot mendapat

nomor urut 2, dan Anies dan Sandi mendapat nomor urut ke-3 (Adi, 2017, para 13).

Setelah itu, pada 13 Januari 2017 dimulailah debat pertama pilgub Jakarta yang dilaksanakan di Hotel Bidakara, Jakarta, dengan tema sosial ekonomi, pendidikan, keamanan, lingkungan dan transportasi. Selesai debat pertama, debat Pilgub ke dua dilaksanakan pada 27 Januari 2017 dimana kali ini temanya mengenai reformasi birokrasi, pelayanan publik, serta pengelolaan perkotaan (Adi, 2017, para 15).

5 Februari 2017, Anies dan Sandi mengikuti rapat umum di Lapangan Bermis Kelapa Gading, Jakarta Utara. Usai dari sana mereka melakukan kampanye akbar di Lapangan Banteng, Jakarta. Lima hari setelahnya, dilaksanakan debat Pilgub ketiga Jakarta dengan tema kependudukan dan peningkatan kualitas hidup (Adi, 2017, para 17).

Setelah semua blusukan dan debat, 15 Februari 2017 merupakan hari pemilihan putaran pertama Cagub dan Cawagub. Dari hasil pilgub DKI Jakarta 2017 putaran pertama, KPU (Komisi Pemilihan Umum) mendapatkan hasil pasangan calon 1 Agus-Sylvi memperoleh suara 17,07%, pasangan calon dua Basuki-Djarot sebanyak 42,99 persen, dan pasangan calon tiga sebanyak Anies-Sandi memperoleh 39,95 persen (Arjawinangun, 2017, para. 2).

Sesuai dari hasil tersebut, ketiga paslon tidak ada yang memperoleh suara lebih dari 50% sebagai persyaratan untuk ditetapkan sebagai Gubernur dan

Wakil Gubernur yang sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2007 mengenai Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai Ibu Kota Negara Kesatuan Republik Indonesia, yaitu :

Pasal 11 ayat 1 :

“Pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang memperoleh suara lebih dari 50% (lima puluh persen) ditetapkan sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur terpilih”

Pasal 11 ayat 2 :

“Dalam hal tidak ada pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang memperoleh suara sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diadakan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur putaran kedua yang diikuti oleh pasangan calon yang memperoleh suara terbanyak pertama dan kedua pada putaran pertama.”

Karena itu pada 4 Maret 2017, KPU DKI Jakarta memutuskan untuk mengadakan putaran kedua Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah), dengan menetapkan dua calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta yang memperoleh suara terbanyak pada putaran pertama untuk mengikuti pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta yaitu Basuki-Djarot dan Anies-Sandi (Irawan, 2017, p. 5-7).

Ditengah menunggu putaran kedua, pada 21 Februari 2017 Anies dan Sandi mengadakan kunjungan ke Rususn Rawa Bebek di Jakarta Timur. Selain mendengar keluhan kesah warga mengenai sulitnya membuat KTP elektronik, mereka juga mendengarkan keluhan warga Bukit Duri yang digusur (Adi, 2017, para 19).

12 April 2017, pasangan Anies-Sandi dan Basuki-Djarot melakukan debat pilgub putaran kedua dengan tema debat yaitu “Dari Masyarakat Jakarta untuk Jakarta”. Debat itu mengangkat isu kejeñjangan dan keadilan sosial, penegakan hukum dan soal bonus demografi (Adi, 2017, para 21).

Putaran kedua Pilkada DKI Jakarta 2017 dilakukan pada 19 april 2017. KPU DKI Jakarta pada 5 Mei 2017 mengesahkan hasil rekapitulasi penghitungan suara tingkat provinsi yang akhirnya dimenangkan oleh pasangan calon Gubernur nomor pemilihan tiga yaitu Anies-Sandi dengan perolehan suara sebanyak 57,96 persen. Sementara pasangan nomor pemilihan dua, Basuki-Djarot memperoleh 42,04 persen suara (Naifular, 2017, para. 2).

Setelah enam bulan ditetapkannya Anies Baswedan – Sandiaga Uno sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur terpilih, pasangan nomor tiga tersebut resmi dilantik oleh Presiden Joko Widodo sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta 2017-2022 di Istana Negara pada 16 Oktober 2017 (Egeham, 2017, para 1).

2.6 Konstruksi Sosial atas Realitas

Melalui buku “*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*” Berger dan Luckman (1966) memperkenalkan istilah konstruksi atas realitas dan menjadi terkenal sejak itu. Mereka menggambarkan konstruksi atas realitas sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi,

dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2006, h. 193).

Basis sosial teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas adalah masyarakat transisi modern di Amerika Serikat pada tahun 1960-an pada saat media massa belum menjadi sebuah fenomena. Karena itu, teori konstruksi sosial atas realitas milik Berger dan Luckman belum memasukkan media massa sebagai variabel yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas (Bungin, 2006, h. 206).

Realitas sosial dijelaskan oleh Berger dan Luckmann (1966 dikutip dalam Sobur, 2009, h. 91) dengan memisahkan pemahaman mengenai kenyataan dan pengetahuan. Pengertian kenyataan yaitu diartikan dimana realitas sebagai kualitas yang terdapat pada realitas-realitas, yang diakui keberadaannya dan tidak tergantung pada kehendak sendiri. Sementara pengetahuan dalam pengertiannya yaitu sebagai sebuah kepastian bawa realitas-realitasnya nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Berger dan Luckmann (1990 dikutip dalam Bungin 2006, h. 195) mengatakan, institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan melalui tindakan dan interaksi dari manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Sebuah objektivitas baru dapat terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama. Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia

menciptakan dunia dalam makna simbolis yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupannya.

Realitas sosial dikonstruksikan melalui proses dialektika yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi, yaitu tahap yang paling mendasar, dalam suatu bila perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Dalam proses ini ketika produk sosial menjadi bagian yang penting dalam masyarakat dan dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang dalam melihat dunia luar.

Pada tahap objektivasi, produk sosial terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Sebuah produk sosial berada pada proses institusional, sedangkan individunya memafestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia baik itu bagi produsen-produsennya, maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi yang dilakukan bertahan lama hingga melampaui batas tatap muka di mana mereka dapat dipahami secara langsung.

Dengan begitu, objektivasi dapat terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat mengenai produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antara inividu dan pencipta produk.

Tahap ketiga yaitu internalisasi, secara umum diartikan sebagai dasar dari pemahaman mengenai “sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain

serta pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknai dari kenyataan sosial. Proses internalisasi melibatkan indentifikasi subektif dengan peran dan norma-normanya yang sesuai (Bungin, 2006, h. 197-205).

2.6.1 Konstruksi Sosial atas Realitas Media Massa

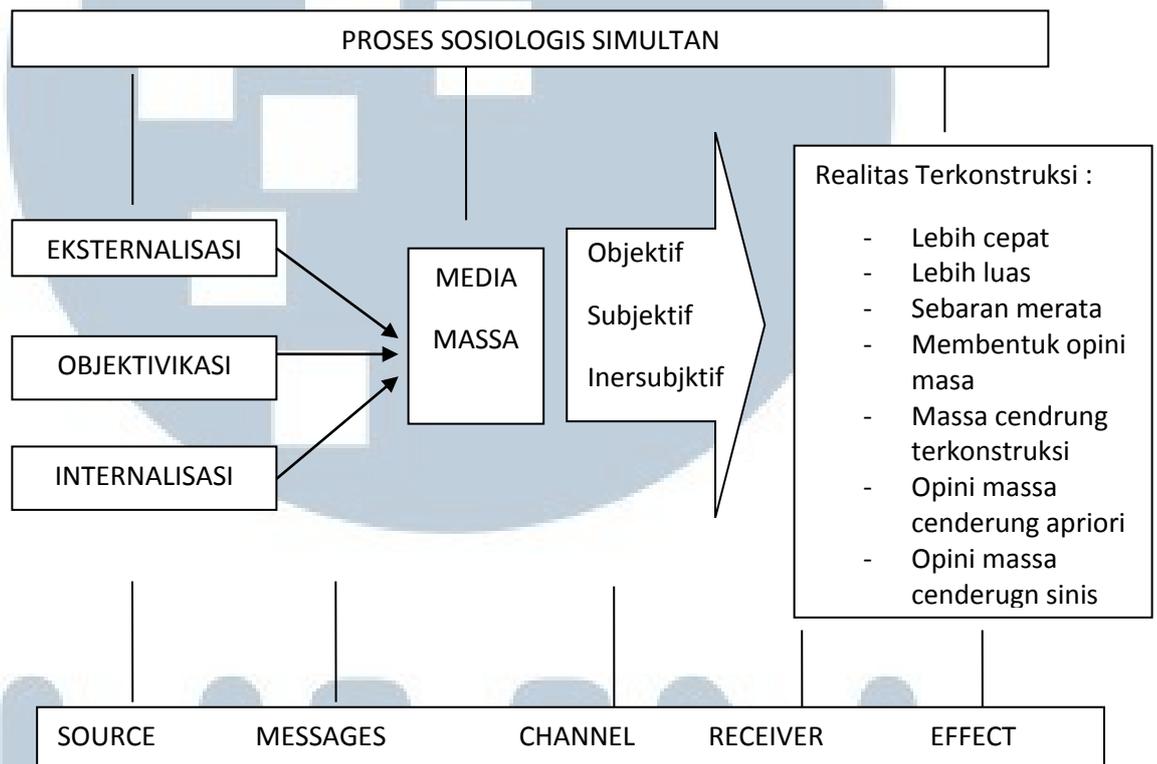
Pada hakikatnya pekerjaan media adalah mengkonstruksikan realitas. Isi dari media merupakan hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Diantaranya adalah realitas politik. Isi dari media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang diciptakan bahasa mengenai realitas tersebut (Sobur, 2009, h. 88).

Konstruksi sosial atas realitas dibuat sebelum media massa menjadi sebuah fenomena menarik untuk dibicarakan. Namun, saat masyarakat semakin modern, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas ini direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi. (Bungin, 2006, h. 206-207).

Substansi konstruksi sosial pada media massa terletak setelah sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sehingga proses konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan merata. Realitas yang telah terkonstruksi membentuk opini massa, hingga massa cenderung apriori dan opininya cenderung sinis. Konstruksi sosial media massa berada dalam posisi memperbaiki kelemahan

dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas, sehingga menempatkan kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realitas (Bungin, 2006, h. 207).

Gambar 2.1 Proses Konstruksi Sosial Media Massa



Sumber : Bungin, 2006, h. 208.

Proses munculnya konstruksi sosial pada media massa dijelaskan oleh Bungin (2006, h. 209-216) dapat dilakukan melalui tahap-tahap berikut :

1. Tahapan menyiapkan materi konstruksi

Tahap pertama, menyiapkan materi dari konstruksi sosial media massa merupakan. Hal tersebut merupakan tugas dari redaksi di sebuah media massa. Tugas tersebut diserahkan melalui *desk* editor yang ada pada setiap media massa. Tiap media memiliki desk berbeda-beda sesuai

dengan kebutuhan visi dan misi masing-masing media. Isu-isu penting yang terjadi setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berkaitan dengan kedudukan, harta, dan perempuan.

Dalam tahap ini, terdapat tiga hal penting dalam proses penyiapan materi konstruksi sosial, yaitu :

a. Keberpihakan media massa terhadap kapitalisme

Media digunakan oleh kekuatan kapital sebagai mesin penciptaan uang dan pelipat ganda modal, hal ini karena hampir semua media massa dimiliki oleh kapitalis. Karena itu, media massa tidak berbeda dengan supermarket, pabrik uranium, pabrik kertas dan sebagainya.

b. Keberpihakan semua kepada masyarakat

Keberpihakan yang dimaksud disini yaitu empati, simpati dan partisipasi kepada masyarakat, tetapi pada akhirnya berujung pada menjual berita dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis.

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum

Maksudnya adalah visi dari setiap media massa. Tetapi akhirnya ini visi tersebut tidak pernah terlihat, walaupun slogan tentang visi ini terus terdengar.

2. Tahap sebaran konstruksi

Pada tahap kedua ini, dijelaskan bahwa sebaran konstruksi media dilakukan melalui strategi media massa. Konsep asli dari strategi sebaran media sebenarnya masing-masing berbeda, tetapi prinsip utamanya adalah

real-time. Konsep *real-time* yang dimiliki oleh media elektronik berbeda dengan media cetak. *Real-time* yang dimaksud pada media elektronik adalah seketika disirakan sementara *real-time* pada media cetak terbagi. Pemberitaan media elektronik sampai ke penonton atau pendengar. Sementara pada media cetak terbagi menjadi beberapa konsep, yakni konsep hari, minggu, atau bulanan, seperti terbitan harian, mingguan, atau bulanan.

Model satu arah pada umumnya digunakan pada sebaran konstruksi sosial media massa. Maksudnya yaitu saat media menyodorkan informasi dan konsumen media tidak ada pilihan lain selain mengonsumsi informasi itu. Biasanya model seperti ini terjadi pada media cetak.

Berbagai macam informasi harus sampai pada pembaca secepat dan setepatnya berdasarkan dari agenda media menjadi prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa. Bagaimana media memandang apa yang penting, maka menjadi penting pula bagi pembaca.

3. Pembentukan konstruksi realitas

a. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Pada proses ini terjadinya pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berjalan secara generik. Pertama, konstruksi pembenaran. Pada tahap ini informasi media massa dianggap sebagai otoritas sikap untuk menganggap benar suatu kejadian atau peristiwa.

Kedua, kesediaan diskonstruksi oleh media massa, tahap ini menjelaskan sikap generik dari tahap pertama. Pilihan seseorang

ketika menjadi pembaca dan pemirsa media massa merupakan pilihannya untuk bersedia pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Ketiga, menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, yang mengakibatkan seseorang nantinya akan memiliki kebiasaan tergantung pada media massa.

b. Pembentukan konstruksi citra

Pada tahap ini adanya pembentukan konstruksi citra bangunan. Konstruksi citranya dibangun oleh media massa terbentuk dalam dua model yaitu *good news* dan *bad news*. *Good news* adalah dimana konstruksi cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai berita yang baik. Sedangkan kebalikan dari *good news*, maksud dari *bad news* adalah pemberitaan dikonstruksikan cenderung buruk atau jelek.

4. Tahap konfirmasi

Media massa dan pembaca memberikan argumentasi dan akuntabilitas pada pilihannya untuk terlibat pada tahap pembentukan konstruksi pada tahap ini. Pada tahap ini merupakan hal yang penting bagi media massa karena sebagai bagian dalam memberikan argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sementara bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Nilai yang dikonstruksikan oleh media massa umumnya merupakan nilai yang berasal dari redaktur dan para desk media massa. Pada sisi lain, nilai dan

norma yang direpresentasikan oleh para redaktur dan desk sebuah media massa dipengaruhi oleh kekuasaan sebuah kapitalisme yaitu budaya, sehingga secara langsung nilai kapitalisme tersebut ikut mendominasi nilai-nilai yang ada pada pemberitaan media massa (Tamburaka, 2013, h. 83).

2.7 Framing

Pada media massa, khususnya surat kabar, cara yang kerap ditempuh untuk mengkonstruksikan realitas sosial sedemikian rupa yaitu melalui *framing* atau pembedaan.

Beberapa tahun belakangan, konsep framing telah berkembang dan semakin menarik dalam penelitian media, dan diterapkan pada bidang terkait seperti ilmu komunikasi, sosiologi dan politik. Framing mengacu pada bagaimana sebuah peristiwa dan isu disusun dan dipahami, terutama oleh media, profesional media, dan khalayak (Reese, 2001, h. 7).

Gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson (1955 dikutip dalam Reese, 2001, h. 37). Awalnya frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian di kembangkan oleh Goffman (1974), yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku seseorang yang membimbing individu dalam membaca realitas.

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. *Framing* mencermati

strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta agar berita lebih bermakna, menarik, berarti, diingat, dan untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2009, h. 162).

Menurut Entman (1993 dikutip dalam Reese, 2001, h. 10) sebagian besar *framing* ditentukan oleh sebuah hasil atau *effect*. *Framing* menjadi alat seleksi beberapa aspek baru realitas atau pemahaman, dan membuatnya lebih menonjol dalam suatu teks yang dikomunikasikan untuk menonjolkan sebuah definisi permasalahan tertentu, penyebab permasalahan, nilai moral, maupun penyelesaian masalah.

Model Pan dan Kosicki ini mengasumsikan bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. *Frame* sebagai ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita, kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu dalam teks berita secara keseluruhan. Selain itu, *frame* juga berhubungan dengan makna, dilihat dari bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang muncul dalam teks (Sobur, 2009, h. 175).

Selain itu, Model lainnya adalah milik Gamson dan Modigliani (1989), kedua ilmuwan ini menganggap *framing* sebagai sebuah cara bercerita atau gugusan de-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan dengan suatu wacana. Mereka juga memandang bahwa *framing* merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara

pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Kriyantono, 2006, h. 259).

Cara pandang tersebut yang akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan ke mana arah beritanya. Cara pandang ini yang disebut sebagai kemasan (*package*) oleh Gamson dan Modigliani. *Package* merupakan rangkaian ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan.

2.7.1 Efek *Framing*

Efek *framing* yang paling mendasar salah satunya adalah realitas yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu. Realitas dibingkai secara berbeda menghasilkan makna yang berbeda. Realitas berita yang tidak ditangkap dan ditulis dengan fakta, melainkan realitas sebaliknya dikonstruksi (Eriyanto, 2002, 165-166).

Tabel 2.1 Efek *Framing*

Mendefinisikan realitas tertentu	Melupakan definisi lain atas realitas
Penonjolan aspek tertentu	Penguburan aspek lain
Penyajian sisi tertentu	Penghilangan sisi lain
Pemilihan fakta tertentu	Pengabaian fakta lain

Sumber : Eriyanto, 2002

Framing menonjolkan aspek tertentu mengaburkan aspek lain. Dalam hal ini, pada umumnya framing ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari

realitas. Secara tidak sadar berita diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya, aspek lainnya yang tidak mendapatkan perhatian yang tidak memadai (Eriyanto, 2002, h. 167).

2.8 Surat Kabar

Surat kabar adalah media komunikasi berisi informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, di antaranya politik, ekonomi, kriminal, seni, olahraga dalam negeri dan sebagainya (Yunus, 2010, h. 29).

Fungsi dari surat kabar adalah sebagai sumber informasi. Hal ini, sesuai dengan tujuan utama dari khalayak dalam membaca surat kabar, yakni rasa keinginan terhadap setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Namun, bukan berarti fungsi-fungsi media massa yang lain terabaikan pada surat kabar, karena fungsi memberi hiburan serta fungsi mendidik juga ada pada surat kabar (Ardianto, Komala, Kerlinah, 2007, h. 111-112).

Karakteristik yang dimiliki oleh surat kabar, menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah (2007, h. 112) yaitu publisitas, periodesitas, universalitas, aktualitas, serta terdokumentasikan.

1. Publisitas, pesan diterima oleh banyak khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum atau bagi khalayak.
2. Periodesitas, karakteristik ini mengacu pada keteraturan terbit sebuah surat kabar. Surat kabar bisa terbit harian, mingguan, atau dwi mingguan. Sifat

ini harus dimiliki oleh media massa khususnya surat kabar. Hal itu, dikarenakan manusia setiap harinya membutuhkan informasi.

3. Universalitas, merujuk pada kemestaan isinya yang beraneka raga, dan dari seluruh dunia. Dengan begitu, isi surat kabar meliputi aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, keamanan, pendidikan, dan sebagainya.
4. Aktualitas, hal ini berkaitan dengan definisi berita, karena definisi berita yaitu laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang penting dan menarik minat banyak orang.
5. Terdokumentasikan, dari berbagai fakta yang disajikan oleh surat kabar baik dalam bentuk artikel atau berita, ada beberapa pihak tertentu yang menganggap hal tersebut penting untuk diarsipkan atau dibuat kliping.

2.8.1 Berita

Berita adalah informasi yang penting dan menarik khalayak. Penyajiannya harus diertimbangkan berdasarkan aspek waktu. Setiap berita terkait dengan waktu, maka dari itu kecepatan dalam penyajian berita harus diperhatikan (Yunus, 2010, h. 45-46).

Sementara Djuraid (2009, h. 9) menjelaskan berita yaitu sebuah laporan mengenai kejadian sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan aktual yang disampaikan oleh wartawan di media massa.

Sebuah berita dapat didefinisikan sebagai *hard news* atau *soft news*. *Hard news* (berita hangat) punya arti penting bagi banyak pembaca,

pendengar dan pemirsa karena biasanya berisi kejadian yang terkini yang baru saja terjadi atau akan terjadi di pemerintahan, politik, hubungan luar negeri, pendidikan, ketenagakerjaan, agama, pengadilan, pasar finansial, dan sebagainya (Rolnicki, 2008, h. 2-3).

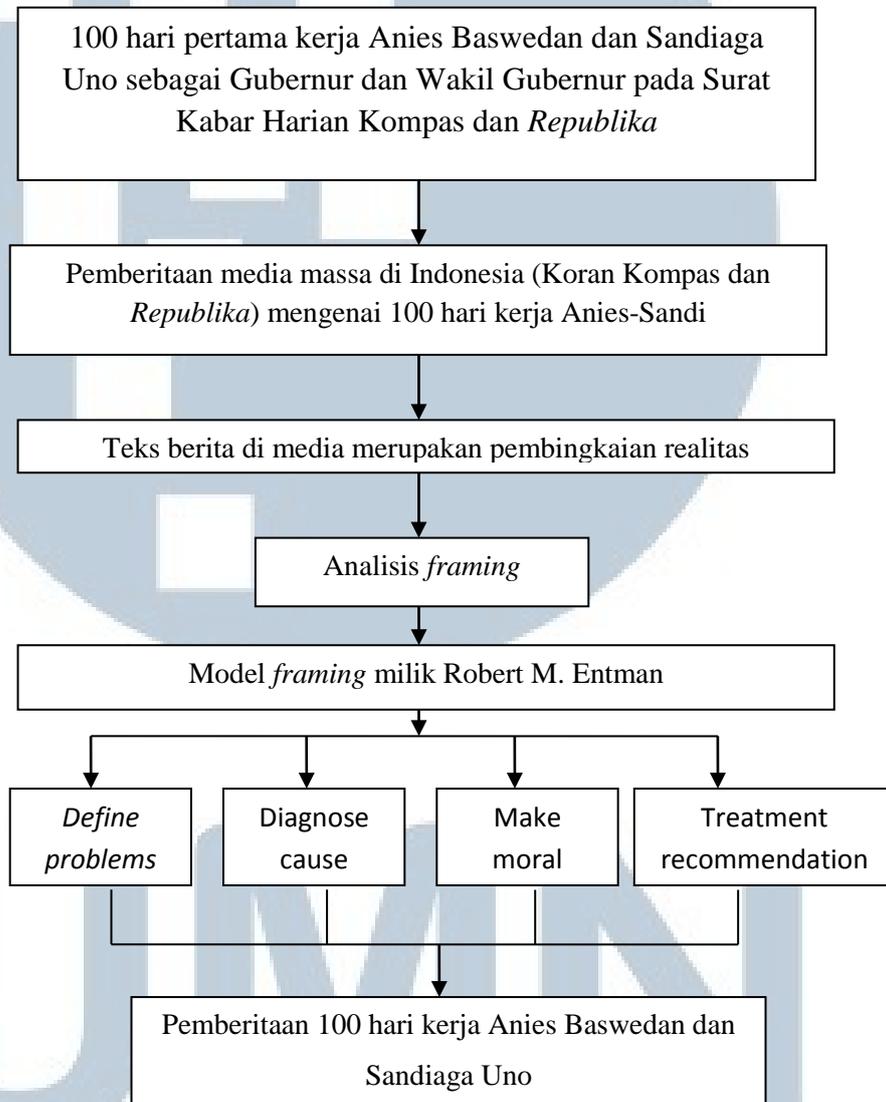
Soft news (berita ringan) biasanya kurang penting karena isinya menghibur, walau kadang juga memberi informasi penting. Berita *soft news* seering kali bukan berarti terbaru. Di dalamnya memuat berita *human interest* atau jenis rubrik *featue*. Berita jenis ini lebih menarik emosi ketimbang akal dan pikiran (Rolnicki, 2008, h. 3).

Berita *feature* boleh menjadi baru dan informatif, tetapi peran utama berita ini yaitu menghidupkan suatu berita isu atau pribadi seseorang. Jika dikaitkan dengan kejadian yang baru, berita *feature* meletakkan kejadian itu dalam perspektif yang lebih luas, membantu menjelaskan dampak kejadian melalui kisah-kisah ringan dan contoh-contoh (Rolnicki, 2008, h. 4).

Berita *feature* yang terbaik adalah pemberitaan yang akurat sehingga membuat pembaca paham dan bisa merasakan. Satu hal bagi penulis yang harus diingat adalah saat menulis *feature* jangan terjebak untuk berusaha membuat pembaca merasakan bahwa seseorang menciptakan sebuah adegan citra yang tidak benar karena tulisan *featue* bukan fiksi (Rolnicki, 2008, h. 90).

2.9 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA