



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

Pada 22 Juni 2013, pemerintah melakukan sebuah kebijakan yaitu menaikkan harga Bahan Bakar Minyak (BBM). Kebijakan ini merupakan kenaikan harga BBM pertama sejak tahun 2008. Alasan pemerintah menaikkan harga BBM adalah semakin beratnya APBN menampung subsidi harga BBM. Tingkat konsumsi bahan bakar minyak yang semakin besar membuat hampir separuh APBN terkonsentrasi pada pemberian subsidi. Menurut Kompas.com edisi 18 Juni 2013, pada tahun 2012 jumlah subsidi pemerintah berjumlah Rp 346,4 triliun atau 34,33 persen dari belanja pemerintah pusat. Tak kurang dari 61,17 persen dari total subsidi dialokasikan untuk BBM (Rp 211,9 triliun). Angka ini menunjukkan sebagian besar subsidi adalah untuk urusan BBM. Ditambah lagi konsumsi BBM yang terus meningkat setiap periodenya, membuat pemerintah harus mengambil langkah.

Demi menjaga kesehatan dan stabilitas ekonomi negara, pemerintah pun akhirnya menaikkan harga BBM demi mengurangi alokasi dana subsidi bahan bakar minyak. Seperti yang dapat diprediksi sebelumnya, kebijakan ini menerima

pertentangan dari berbagai pihak. Masyarakat menganggap di tengah krisis ekonomi global sangatlah tidak tepat menaikkan harga BBM.

Meski banyak penolakan, pemerintah tetap melakukan kebijakannya. Pemerintah bahkan menawarkan solusi menanggulangi kenaikan harga BBM dengan pemberian dana BLSM (Bantuan Langsung Masyarakat). BLSM sama seperti BLT yang dibagikan pada saat kenaikan BBM tahun 2005 dan 2008.

Program BLSM adalah bantuan yang dilakukan secara cepat pada periode krisis. Besar bantuan haruslah memadai dan tepat sasaran. Kompensasi tersebut bertujuan mempertahankan tingkat konsumsi dan kesejahteraan rumah tangga miskin yang rentan bila terjadi kenaikan harga BBM, Bantuan ini tidak dimaksudkan untuk mengganti pengeluaran rumah tangga keseluruhan. Namun, merupakan tambahan pendapatan agar tidak terjadi penurunan daya beli.

Kebijakan BLSM langsung mendapatkan penolakan. Berkaca pada pemberian dana bantuan pada kenaikan BBM 2005 dan 2008, banyak pihak mengklaim bahwa BLSM bukanlah solusi malah sarat akan pelanggaran dan berbau politis. Seperti dikutip dari Kompas.com edisi 15 Mei 2013, yang mengatakan bahwa BLSM hanyalah akal politik dalam rangka mencari dukungan untuk Pemilu 2014. Masih dari sumber yang sama, ada 120 kepala desa di Sukabumi menolak BLSM karena pembagiannya tidak tepat sasaran dan sarat akan isu politik.

Hal ini tidak menyurutkan keinginan pemerintah meluncurkan aksinya. Bahkan pemerintah sudah menyiapkan mekanisme pembagian BLSM. Dana

bantuan akan dibagikan dalam dua tahap selama empat bulan dengan besaran dana Rp 150.000 setiap bulannya. Artinya setiap Rumah Tangga Sasaran (RTS) akan menerima dana sebesar Rp 600.000 dalam dua tahap. Menurut ketua Badan Pusat Statistik, pemberian bantuan didasarkan pada data sensus penduduk oleh Badan Pusat Statistik ditambah survey sosial ekonomi nasional. Kedua survey ini akan ditambah dengan 14 kriteria lainnya yang pada akhirnya menjadi dasar rumah tangga mana yang menjadi sasaran penerima dana. Pemerintah menyatakan siap memberikan BLSM seiring dengan dinaikkannya harga BBM.

Pertentangan terus hadir hingga BLSM akhirnya benar-benar menjadi masalah sesaat setelah dinaikkannya harga BBM. Pemerintah ternyata belum siap untuk membagikan BLSM. Dikutip dari Harian Tempo edisi 24 Juni 2013, masih ada ribuan kartu BLSM yang bermasalah. Kartu bermasalah itu sebagian besar adalah menyangkut data penerima bantuan yang tidak tepat. Harian Tempo bahkan mencatat ada 1 juta warga Garut yang tidak menerima BLSM lantaran data penerima yang tidak akurat.

Sementara itu menurut Surat kabar Media Indonesia edisi 24 juni 2013, kacaunya data penerima bantuan karena data yang digunakan adalah data tahun 2011. Sehingga wajar kalau akhirnya banyak data yang tidak akurat. Kacaunya data ditambah penyaluran yang tidak tepat waktu ternyata hanyalah salah satu dari banyaknya polemik pemberian BLSM.

Masalah lainnya adalah ternyata banyak parpol yang memanfaatkan situasi ini. Harian Seputar Indonesia, Senin 24 Juni 2013 menuliskan banyak calon

legislator membagikan bantuan di daerah pemilihan mereka. BLSM dijadikan motor kampanye terselubung. Hal ini terucap dari mulut wakil ketua DPR, Pramono Anung yang dengan jelas mengatakan bahwa pembagian BLSM dijadikan kendaraan politik.

Berdasarkan survey Lingkaran Survei Indonesia (LSI) sebanyak 58,92 % masyarakat tidak setuju dengan BLSM. Alasannya pun beragam, mulai dari data yang tidak akurat, pemberian BLSM yang salah sasaran hingga besaran jumlah bantuan yang dianggap sama sekali tidak membantu rakyat miskin.

Melihat betapa besarnya polemik yang disebabkan kebijakan BLSM, maka peristiwa tersebut layak untuk dijadikan sebagai berita. BLSM merupakan peristiwa besar karena menyangkut kehidupan masyarakat. Hal inilah yang ditangkap dan disiarkan secara besar-besaran oleh media.

Peristiwa yang dijadikan berita oleh media harus memiliki *News Value*. Menurut Sumadiria (2006: 80-92), terdapat sebelas kriteria *news value*, antara lain, *timeless* (aktual), *unusualness* (keluarbiasaannya), *newness* (kebaruan), *impact* (akibat), *proximity* (kedekatan), *information* (informasi), *conflict* (konflik), *prominence* (publik figure), *surprising* (kejutan), *human interest* (ketertarikan manusia), dan *sex* (seks). Dalam kasus pemberian bantuan BLSM ini terdapat nilai berita, yaitu:

1. *Proximity*. Kebijakan BLSM sangat memiliki kedekatan, terutama dengan masyarakat penerima bantuan. Peristiwa ini bisa jadi berita karena menyangkut kehidupan masyarakat dan terjadi di bangsa kita Indonesia.

2. *Impact*. Berkaca pada dua kali pelaksanaan, BLSM merupakan kebijakan yang memiliki efek/kekuatan yang besar. Ini dikarenakan BLSM menyangkut kehidupan banyak orang. Pemberian dana bantuan sangat memiliki efek terhadap kesejahteraan masyarakat.
3. *Conflict*. BLSM menimbulkan sejumlah konflik, mulai dari pro dan kontra atas kebijakan, pelaksanaannya hingga isu soal pencitraan partai politik lewat pemberian bantuan.
4. *Human Interest*. Pemberitaan yang bisa dilakukan atas kebijakan ini bukan hanya soal besaran dana yang diterima ataupun bagaimana pelaksanaannya. Namun yang juga penting untuk disorot adalah bagaimana kehidupan masyarakat yang menerima bantuan. Penerima BLSM adalah masyarakat yang tidak mampu. Menarik untuk diperhatikan bagaimana masyarakat menyampaikan suara mereka terkait pemberian BLSM.

Selain itu, media massa memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam setiap pemberitaannya. Menurut Sen dan Hill (2006: 51), surat kabar harian nasional dan majalah berita mingguan merupakan media berita yang paling penting di Indonesia, sehingga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam informasi/peristiwa yang diberitakannya dan masyarakat dapat mengetahui perkembangan yang terjadi di sekitarnya. Media massa khususnya surat kabar menurut Eriyanto (2002:7), merupakan agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan pada masyarakat.

Berangkat dari seluruh alasan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana media membingkai pelaksanaan pemberian dana BLSM. Menarik untuk disimak bagaimana media yang berbeda menggambarkan sebuah isu dan kejadian yang sama.

Peneliti memilih empat surat kabar nasional dalam meneliti peristiwa tersebut, yaitu surat kabar Kompas, Tempo, Media Indonesia, dan Seputar Indonesia. Alasan memilih ke empat media nasional tersebut karena media tersebut adalah surat kabar nasional yang umum dan banyak dibaca oleh masyarakat. Peneliti ingin melihat dengan jelas bagaimana ke empat media nasional mainstream tersebut menggambarkan kebijakan BLSM yang memiliki kepentingan yang tinggi. Semakin menarik karena dua dari empat media yang diteliti ternyata dimiliki oleh pihak yang terjun ke dunia politik Indonesia. Media Indonesia dimiliki Surya Paloh dengan Nasional Demokrat dan Seputar Indonesia dimiliki Hary Tanoesoedibjo yang merupakan anggota partai Hanura. Menurut Ibnu Ahmad (2004:27), faktor pemilik memiliki pengaruh terhadap pemberitaan media massanya.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana pembingkai berita pelaksanaan pemberian dana BLSM pada surat kabar KOMPAS, TEMPO, Media Indonesia, dan Seputar Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui pemingkaian berita pelaksanaan pemberian dana BLSM pada surat kabar KOMPAS, TEMPO, Media Indonesia, dan Seputar Indonesia.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Akademis

1. Menambah wawasan penelitian mengenai pemingkaian berita yang ingin dibentuk dari pemberitaan di media.
2. Menambah penelitian mengenai pemingkaian berita yang ingin dibentuk dari pemberitaan di media.

1.4.2. Signifikansi Praktis

1. Memberi pengetahuan praktis bagi mahasiswa jurnalistik tentang bagaimana mengemas pemingkaian berita.
2. Memberi masukan berupa saran dan kritik bagi media yang terkait mengenai pemingkaian berita yang mereka buat.

1.5. Batasan Penelitian

Mengingat luasnya dan banyaknya bahan penelitian, maka dalam penelitian ini peneliti akan memberi batasan pada artikel berita mengenai pelaksanaan dan pemberian BLSM pada surat kabar KOMPAS, TEMPO, Media Indonesia, Seputar Indonesia dari tanggal 22-29 Juni 2013. Rentang waktu ini dipilih karena merupakan satu minggu awal pelaksanaan dan pemberian BLSM pada masyarakat. Masa inilah yang banyak dipakai media untuk memberitakan pelaksanaan BLSM.