



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

Sampai penelitian ini dilakukan belum ada penelitian terdahulu yang menggunakan objek yang sama dengan yang digunakan penulis. Tetapi, peneliti menemukan dua penelitian yang menganalisis framing berita sebagai acuan. Dua penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

PENELITI	Leonarda Johanes R.S., mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, 2013.	Oky Oktianto mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
JUDUL PENELITIAN	Analisis Framing Pemberitaan Konflik Partai Nasional Demokrat (NasDem) di Harian Media Indonesia dan Koran Sindo	Analisis Framing Berita Pemenangan Pasangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno pada Pemilu pada Banten 2011 dalam Surat Kabar Radar Banten dan Tangsel Pos

RUMUSAN MASALAH	Bagaimana pemberitaan konflik Partai Nasional Demokrat (NasDem) di Harian Media Indonesia dan Koran Sindo?	Bagaimana berita pemenangan pasangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno pada Pemilu Pilkada Banten 2011 dalam Surat Kabar Radar Banten dan Tangsel Pos?
TUJUAN PENELITIAN	untuk melihat bagaimana bingkai pemberitaan Harian Media Indonesia dan Koran SINDO terkait kemunduran Hary Tanoesoedibjo beserta sejumlah kader Partai NasDem	Untuk mengetahui bagaimana bentuk, perbandingan, serta keberpihakan frame surat kabar Radar Banten dan Tangsel Pos dalam pemberitaan kampanye pasangan Ratu Atut Chosiyah-Rano Karno pada gelaran Pemilu Pilkada Banten 2011
METODE PENELITIAN	framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki
HASIL PENELITIAN	Harian Media Indonesia dan Koran SINDO membingkai berita konflik Partai NasDem dengan mengedepankan unsur ketokohan (who) dalam berita bingkai konflik Partai Nasional Demokrat. Kontribusi dari hasil penelitian ini adalah memberikan gambaran mengenai pembingkai berita terkait kepemilikan media dalam kepentingan politik.	surat kabar Radar Banten menempatkan banyak pernyataan dan kutipan dari Atut di dalam teks berita. Sementara itu, surat kabar Tangsel Pos tidak menempatkan pernyataan dan kutipan dari Atut, namun lebih menitikberatkan pada pemilihan fakta tertentu, yakni kemeriahan kampanye Atut. Radar Banten dan Tangsel Pos memiliki persamaan dari sisi keberpihakan, yakni bersikap pro dan berperan sebagai media pemenang kubu Atut. Hal ini terlihat dari pemakaian kata-kata dan penekanan fakta yang menggambarkan citra positif Atut.

Perbedaan yang nampak dari penelitian ini dengan riset yang Leonarda kerjakan yakni topik yang diambil Leonarda adalah mengenai pemberitaan

konflik Partai Nasional Demokrat (NasDem), sedangkan peneliti mengkaji mengenai konstruksi kampanye pemilihan presiden tahun 2014.

Kemudian, perbedaan yang nampak dari penelitian ini dengan riset yang Oky kerjakan. Topik yang diambil Oky adalah menganalisis berita kemenangan pasangan Ratu Atut Chosiyah dan Rano Karno pada Pemilu di Banten 2011 dalam Surat Kabar Radar Banten dan Tangsel Pos, sedangkan peneliti mengkaji mengenai konstruksi kampanye pemilihan presiden tahun 2014 pada Surat Kabar Seputar Indonesia (SINDO) dan Media Indonesia (MI).

2.2 Konstruksi Sosial

Peran manusia dalam membentuk realitas sosialnya sangat penting, karena realitas tersebut terbentuk melalui campur tangan individu kepada individu lain melalui proses komunikasi. Menurut Ritzer yang dikutip oleh Bungin (2008:11), teori dalam paradigma definisi sosial memiliki makna bahwa realitas sosial ada dalam kehidupan manusia dan manusia merupakan aktor kreatif dari realitas sosial yang terbentuk.

Manusia juga berpikir dan menanggapi realitas sosial yang terjadi di sekitarnya. Oleh sebab itu, dengan pengalaman itulah manusia kemudian kembali menciptakan realitas sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Berger dan Luckman (Bungin, 2008:14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman 'kenyataan dan pengetahuan'. Realitas diartikan

sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri.

Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:15) mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahapan; Berger menyebutnya sebagai momen. Ada tiga tahap peristiwa;

Pertama, eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai tertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivasi yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang

menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas suigeneris. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia.

Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat fenomena media massa sangat substantif dalam proses eksternalisasi, subyektivasi dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai “konstruksi sosial media massa”.

Konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L.Berger dan Thomas Luckman. Dalam menjelaskan 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, namun sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya (Basrowi dan Sukidin, 2002 : 194). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep tiga tahapan menurut Berger dan Luckmann untuk menganalisis berita-berita mengenai kampanye pilpres 2014 dalam bab 4.

2.2.1 Konstruksi Sosial Media Massa

Realitas yang terkonstruksi juga membentuk opini massa (Bungin, 2009:207). Posisi “konstruksi sosial atas media massa” adalah mengoreksi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media yang melalui proses. Berikut adalah tahap-tahap proses konstruksi sosial media massa (Bungin, 2006: 203-212):

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Materi konstruksi sosial media massa disiapkan oleh redaksi media massa. Tugas ini didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media.

Isu-isu penting, seperti persoalan jabatan, kinerja birokrasi, layanan publik, korupsi, isu yang meresahkan masyarakat atau agama tertentu, atau sensualitas merupakan hal yang menjadi focus utama dalam media massa. Dalam tahap ini ada tiga hal yang harus diperhatikan;

- a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme,
- b. Keberpihakan semu kepada masyarakat, dan
- c. Keberpihakan kepada kepentingan umum.

2. Tahap sebaran konstruksi

Prinsip utama dalam tahap ini adalah faktual. Media cetak memiliki konsep faktual, tetapi aktualitas dapat menjadi pertimbangan utama bagi pembaca. Umumnya, media cetak menggunakan sebaran konstruksi sosial model satu arah yang membuat pembaca tidak memiliki pilihan lain selain mengonsumsi informasi tersebut. Prinsip dasar dalam sebaran konstruksi sosial media massa adalah pembaca harus cepat mendapatkan informasi, yang dipandang penting oleh media, media penting pula bagi pembaca.

3. Pembentukan konstruksi realitas

Dalam tahap ini, berita telah sampai kepada masyarakat sehingga terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahapan.

- a. Konstruksi realitas membenaran, media massa mengkonstruksi berita dan masyarakat menerima apa saja yang disajikan media sebagai suatu realitas kebenaran.
- b. Kesiapan dikonstruksi oleh media massa, pembaca memutuskan mengonsumsi media massa tersebut, karena bersedia pemikirannya dikonstruksi oleh media massa.
- c. Menjadikan media massa sebagai pilihan konsumtif, media massa menjadi suatu kebiasaan seseorang yang tidak bisa dilepaskan.

Dalam tahap konstruksi membentuk konstruksi citra yang dibentuk dalam dua model, yakni good news, yang mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik (objek pemberitaan dikonstruksi memiliki citra yang baik). Kedua, bad news, yang cenderung mengkonstruksikan kejelekan atau citra yang buruk pada objek pemberitaan.

4. Tahap konfirmasi

Dalam tahap ini, pembaca dapat memberi argumentasi terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konfirmasi. Sedangkan bagi media, tahap ini sebagai bagian memberikan argumentasi terhadap alasan konstruksi sosial.

Tahap-tahap proses konstruksi sosial media massa ini digunakan untuk menganalisis berita-berita yang diteliti di bab 4. Dalam penelitian ini, peneliti tidak sampai ke tahap konfirmasi, karena peneliti tidak melakukan wawancara terhadap pembaca.

2.3 Definisi Framing Dalam Pemberitaan

Menurut Eriyanto (2002:66) framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Gagasan tentang framing pertama kali diberikan oleh Beterson (Sudibyo 1999:23). Frame diartikan sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan untuk mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Lalu, dikembangkan oleh Goffman (Sobur 2001:162), di mana frame adalah kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas.

Gitlin mengungkapkan, “Pembuatan frame itu sendiri didasarkan atas berbagai kepentingan internal maupun eksternal media, baik teknis, ekonomis, politis ataupun ideologis” (Hamad, 2004:22). Lebih lanjut Hamad (2004:11). mengatakan, “Seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna. Maksudnya adalah, apa yang dikonstruksikan media bukan semata-mata tanpa maksud dan tujuan. Semua dilakukan untuk menceritakan kembali realitas kepada khalayak, namun dari sudut pandang media.

2.3.1 Konsep Framing

Konsep *framing* sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media.

Ada beberapa konsep *framing* menurut para ahli yakni:

Tabel 2.2

Konsep Framing Menurut Para Ahli

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibanding aspek lainnya. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.
William A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkann konstruksi makna peristiwa-peristiwa

Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.
David E. Snow dan Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasi 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. <i>Frame</i> 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.

Sumber: Eriyanto, 2002:67-68

Setiap ahli memiliki penjelasan yang berbeda, tetapi dari penjelasan tersebut dapat ditarik inti dari semua konsep di atas yakni adanya bagian dari realitas yang lebih diangkat atau menonjol sehingga khalayak akan lebih mudah mengingatnya. Sehingga, aspek yang tidak diangkat menjadi terlupakan dan tidak dianggap penting bagi pembaca.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konsep framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk menganalisis bagaimana konstruksi kampanye pemilihan presiden tahun 2014 pada surat kabar Media Indonesia dan Sindo. Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki merupakan salah satu model yang paling populer dan banyak digunakan. Framing ini dapat digunakan untuk memberi penekanan fakta lebih detail mengenai bagaimana suatu media mengkonstruksi suatu peristiwa.

Selain itu, dengan menganalisis berita menggunakan model ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana cara wartawan menyusun, mengisahkan, menulis, dan menekankan suatu peristiwa ke dalam berita.

2.3.2 Analisis Framing

Untuk melakukan analisis framing, tujuan pertama kali adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi sebuah realitas. Sehingga jelas bahwa analisis framing adalah metode analisis teks yang merupakan bagian dari paradigma konstruktivis (Eriyanto, 2002:37). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana suatu media membingkai suatu realitas ketika memberitakan sebuah peristiwa dengan menekankan isu dan menghilangkan aspek yang lain.

Dalam buku Analisis Teks Media, media akan memilih mana isu yang penting dan mana isu yang kurang penting dalam setiap pemberitaannya. Ini adalah konsep framing di mana aspek-aspek khusus dari sebuah realita akan diangkat oleh media. Analisa framing digunakan untuk mengetahui cara pandang wartawan saat ia menyeleksi isu dan menulis berita (Sobur 2001:162).

2.3.3 Aspek Framing

Dalam analisis *framing*, terdapat dua aspek penting yang dijelaskan Eriyanto (2002:69-70). *Pertama*, memilih fakta/realitas yang didasari oleh asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini terdapat dua kemungkinan, yakni apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Akibatnya, pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa dapat berbeda antara satu media dengan media lain.

Kedua, menuliskan fakta yang berhubungan dengan bagaimana fakta yang diberikan kepada khalayak. Gagasan tersebut diungkapkan melalui kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan bantuan foto dan gambar apa, dan sebagainya. Bagaimana fakta yang sudah dipilih ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu yakni penggunaan *headline*, pengulangan, pemakaian grafis, pemakaian label tertentu,

asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar, dan sebagainya. Semua aspek tersebut digunakan untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.

2.3.4 Efek Framing

Eriyanto (2002:140) mengatakan salah satu efek *framing* yang paling mendasar adalah realitas yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan yang disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu.

Adapun efek *framing* lainnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.3

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: 141)

Adapun efek-efek framing menurut Eriyanto (2002:141-142) yakni:

1. Menonjolkan aspek tertentu-mengaburkan aspek lain, framing ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu.

2. Menampilkan sisi tertentu-melupakan sisi lain, menampilkan aspek tertentu menyebabkan aspek lain yang penting dalam memahami berita tidak mendapatkan liputan yang memadai dalam berita.
3. Menampilkan aktor tertentu- menyembunyikan aktor lainnya, memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjadi tersembunyi.

2.4 Konsep Berita

Suatu peristiwa menjadi berita apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya masuk dalam kesadaran publik dan dengan demikian menjadi pengetahuan publik. Menurut Kriyantono (2006:253) berita merupakan realitas yang sudah diseleksi dan disusun menurut pertimbangan-pertimbangan redaksi. Istilah ini dikenal dengan nama “secondhand reality”, yang artinya ada faktor subjektivitas awak media dalam proses produksi media.

Sama halnya dengan yang MacDougall katakan (Eriyanto, 2002:102), setiap hari ada jutaan peristiwa dan semuanya potensial untuk menjadi berita. Namun, tidak semua peristiwa dapat menjadi berita karena batasan yang disediakan dan dihitung, mana berita dan mana yang bukan berita. Untuk

menyamakan standar dan ukuran wartawan dalam menentukan berita mana yang perlu diangkat, maka disusunlah nilai-nilai berita. Secara umum, nilai berita dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) *Prominence*, yaitu nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.
- 2) *Human Interest*, yaitu peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
- 3) *Conflict/controversy*, yaitu peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.
- 4) *Unusual*, yaitu berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi.
- 5) *Proximity*, yaitu peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

Berita-berita yang dijadikan bahan penelitian dalam penelitian ini memiliki nilai berita yang mengandung kebesaran peristiwanya. Dalam penelitian ini, yang dilihat adalah kampanye pilpres 2014.

Lebih lanjut, Sedia Willing Barus (2010:27) merangkum unsur berita, antara lain:

- a) suatu peristiwa, kejadian, gagasan, pikir, fakta yang aktual
- b) menarik perhatian karena ada faktor yang luar biasa (*extraordinary*) di dalamnya
- c) penting
- d) dilaporkan, diumumkan, atau dibuat untuk menjadi kesadaran umum supaya menjadi pengetahuan bagi orang banyak (massa)
- e) laporan itu dimuat di media tertentu.

Berita-berita yang dijadikan bahan penelitian ini memiliki unsur berita. Di mana berita kampanye pilpres tahun 2014 merupakan berita yang fakta dan aktual, menarik perhatian karena ada faktor yang luar biasa dan penting bagi masyarakat mengenai calon presiden Republik Indonesia 2014. Selain itu, juga dilaporkan, diumumkan atau dibuat untuk menjadi kesadaran umum bagi masyarakat.

Pada dasarnya, berita sebagai bagian dari aktivitas pers, memiliki setidaknya empat (4) fungsi yang harus menjadi pondasi bertugas. Menurut Onong Uchjana Effendy (2000:64) fungsi pers yaitu:

- a) Menyiarkan informasi

Khalayak pembaca berlangganan surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini, mengenai peristiwa yang

terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan sebagainya.

b) Mendidik

Sebagai sarana pendidikan massa, pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita, dapat juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

c) Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat pers untuk mengimbangi berita-berita berat dan artikel-artikel berbobot. Misalnya, cerita pendek, TTS, karikatur, dan sebagainya.

d) Mempengaruhi

Inilah fungsi yang menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Napoleon pada masa jayanya mengatakan lebih takut pada empat surat kabar daripada seratus serdadu dengan sangkur terhunus. Sudah tentu surat kabar yang ditakuti adalah surat kabar yang independen, bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan *social control*, bukan surat kabar organ pemerintah yang membawakan suara pemerintah. Fungsi

mempengaruhi pers secara implisit dapat dilihat dari berita, sementara secara eksplisit dapat dilihat dari iklan yang tampil di sana.

Berita-berita yang dijadikan bahan penelitian ini memiliki fungsi pers. Di mana berita menyiarkan informasi mengenai kampanye pilpres tahun 2014 mengenai peristiwa yang terjadi selama masa kampanye. Selain itu pers mempengaruhi khalayak untuk percaya akan setiap informasi yang diberikan oleh media.

Menurut Eriyanto (2002:26) berita bukanlah representasi dari realitas. Berita yang dibaca oleh khalayak adalah hasil konstruksi kerja jurnalistik. Semua proses konstruksi (mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan) memberi andil bagaimana realitas tersebut dihadapkan ke khalayak.

2.5 Konsep Surat Kabar

Menurut Yunus (2010:29) surat kabar merupakan media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, kriminal, budaya, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri, dan sebagainya. Surat kabar lebih menitik beratkan pada penyebaran informasi (fakta ataupun peristiwa) agar diketahui publik. Surat kabar pada

umumnya terbit harian, sekalipun ada juga surat kabar mingguan. Hal ini sesuai dengan surat kabar yang peneliti teliti di mana terbit harian.

Selanjutnya, surat kabar sebagai medium jurnalistik, menurut Agee (Suryawati, 2011:41), mengemban fungsi primer dan sekunder. Fungsi primer surat kabar ada tiga, yaitu:

- 1) menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara, dan dunia;
- 2) mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita; dan
- 3) menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media.

Sementara fungsi sekunder surat kabar terdiri atas:

- 1) mengampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi-kondisi tertentu;
- 2) memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun, dan cerita-cerita khusus;
- 3) melayani pembaca sebagai konselor yang ramah; dan
- 4) menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

Surat kabar yang dijadikan penelitian ini memiliki fungsi sekunder surat kabar di mana surat kabar mengampanyekan calon presiden Indonesia tahun 2014.

2.6 Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang digunakan oleh peneliti dengan mengaplikasikan analisis *framing* model Zhongdan Pan & Gerald M Kosicki mengenai konstruksi kampanye pemilihan presiden tahun 2014 pada surat kabar Media Indonesia dan Sindo, yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

