

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pasca Keberhasilan Joko Widodo memenangkan pemilihan Presiden RI tahun 2014 – 2019, Marak ketua partai politik yang memiliki media massa menggugurkan pemberitaan media tersebut sebagai alat kampanye. Kemenangan Joko Widodo menjadi Presiden RI tidak lepas dari bantuan pemberitaan media massa untuk mengkampanyekannya. Pemberitaan media massa dimulai dari saat dirinya berhasil menjadi Walikota Solo, kampanye pemilu Gubernur DKI, dan saat Pilpres 2014. Seluruh media massa meliput berita tentangnya sehingga sekejap saja Joko Widodo bisa begitu populer dan akhirnya berhasil memenangkan Pilpres. Walaupun banyak juga media massa yang memberitakan kekurangan dirinya.

Keberhasilan Joko Widodo memanfaatkan media massa untuk kemenangan dalam pemilu ditiru oleh lawan politiknya pada saat pilpres. Patokan keberhasilan media massa memenangkan Joko Widodo, saat terpilihnya Joko Widodo pada Gubernur DKI sebuah lompatan kemenangan Politik yang besar pada sejarah politik yang ada. Media massa mampu membentuk sebuah opini pada publik tentang citra seseorang. Akan tetapi, tidak semua hasil pencitraan akan menghasilkan citra yang baik, bila tidak dibangun dengan reputasi yang baik. Terbukti lawan politik Joko Widodo pada Pilpres 2014 Aburizal Bakrie dan Prabowo Subianto tidak berhasil membangun citranya dengan baik. Menurut Agus Sudiby (Sudiby, 2001, hlm. 168), *Framing* adalah metode penyajian realitas dimana kebenaran suatu realitas tidak diingkari secara total, melainkan dialihkan secara halus, dengan memberikan sorotan terhadap aspek yang tertentu saja. Dengan menggunakan istilah yang mempunyai konotasi tertentu dengan bantuan foto, karikatur, atau alat ilustrasi lainnya.

Perang media massa saat pilpres 2014 sangat memberi gambaran bahwa media mampu membalikkan fakta yang benar menjadi salah yang salah

menjadi benar. Sekarang pemberitaan lewat media massa menjadi *trend* mengkampanyekan para politisi. Pemberitaan media massa di pandang efektif untuk mengkampanyekan seorang tokoh atau *figure* pada khalayak . (Rakhmat, 2003, hlm. 189) berpendapat bahwa “Komunikasi Massa di artikan sebagai jenis komunikasi yang di tujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat”.Tidak semua berhasil menang akan tetapi pemberitaan media massa cukup berpastispasi aktif dalam perkembangan politik di Indonesia, sehingga tumbuhlah media – media baru yang lahir hanya untuk sebuah alat politik kemenangan salah satu politisi. (Kusumangrati, 2006, hlm. 33) Pers Barat memandang berita sebagai “komoditi” sebagai “barang dagangan” yang dapat diperjualbelikan.

Sebuah media *online* baru lahir di dunia berita *online* Indonesia , media *online* ini berskala nasional dan fokus memberitakan isu – isu yang berdampak pada masyarakat Indonesia secara nasional. Media *online* tersebut bernama Sindonews.com milik Hary Tanoesoedibyo Ketua Umum Partai Perindo dan sekaligus pemilik MNC Media Grup. Setelah kekalahan mengkampanyekan dirinya pada Pilpres 2014 saat Hary Tanoesoedibjo dan Wiranto maju sebagai pasangan Wakil Presiden dan Presiden yang didukung oleh Partai Hanura. Menunjukkan bahwa Hary Tanoesoedibjo mempunyai ambisi politik, untuk masuk ke pemerintahan. Kegagalannya pada kampanye pertamanya itu menjadi hal wajar. Meski gagal menang pada pilpres Hary Tanoesoedibjo, akan tetapi Hary Tanoesodbjo berhasil mengenalkan dirinya kepada publik. Menurut Gamson dan Modigliani dalam (Eriyanto, 1999, hlm. 21) ”*frame* sendiri adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang teroganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana”.

Hal serupa juga dilakukan oleh Aburizal Bakrie dan Surya Paloh, menjadikan media massa menjadi alat kampanye bagi dirinya. Hasilnya berbeda tidak semulus Joko Widodo, Aburizal Bakrie dan Surya Paloh semakin hari elektabilitasnya semakin menurun bukan semakin menguat. Terbukti pada saat kemenangan Pileg 2014 Golkar dan Nasdem tidak bisa menyaingi PDIP

dalam kemenangan legislatif. Walaupun sama – sama menggunakan media menjadi alat kampanye Aburizal Bakrie oleh VivaNews.com dan Surya Paloh oleh Media Indonesia. (Alex Sobur, 2002, hlm. 88) Pekerjaan media hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas, isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, di sebabkan oleh sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah realitas yang telah di konstruksikan pembuatan berita di media pada dasarnya tak lebih dari penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita.

Kegagalan Aburizal Bakrie dan Surya Paloh melekat pada pengkampanyean Hary Tanoesoedibjo dan Wiranto pasangan Wapres dan Capres dari Partai Hanura yang menggunakan SindoNews.com untuk menang pada Pilpres 2014. Hasilnya jauh sekali dari yang diharapkan Hanura tidak dapat mengantongi tiket maju pada bursa calon Presiden dan Wapres di Pilpres 2014 karena Partai Hanura hanya mampu mengantongi 5% suara. Elektabilitas Hary Tanoesoedibjo dan Wiranto semakin hari semakin menurun setelah dikampanyekan oleh Media massa.

Gambar 1.1 Hasil Pemilahan Umum 2014 pada Pemilahan Legislatif



Sumber : Komisi Pemilihan Umum (KPU) tahun 2014

Konstruksi realitas (Hamad, 2001, hlm. 55) terbentuk bukan hanya dari cara wartawan memandang realitas tapi kehidupan politik tempat media itu berada. Sistem politik yang diterapkan sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu mempengaruhi cara media massa

tersebut mengkonstruksi realitas, menurut Hamad, karena sifat dan faktanya bahwa tugas redaksional media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka tidak berlebihan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan.

Ada dua (Eriyanto, 2002, hlm. 40-41) karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis :

1. Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Makna bukanlah suatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan.
2. Pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari isi komunikator dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari isi komunikator dan dalam sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan.

Menyambut Pilpres mendatang Hary Tanoesoedibjo masih mengkapanyekan dirinya lewat wajah baru Partai Perindo dan pemberitaan media *online* SindoNews.com serta media lainnya untuk menaikan elektabilitasnya. Menghasilkan kemenangan Perindo hingga memiliki 25 % suara pada pileg mendatang, sehingga memiliki tiket untuk menjadikan dirinya Presiden atau Wapres pada Pilpres 2019 mendatang. Oleh sebab itu peneliti, akan melakukan sebuah Penelitian menggunakan *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang merupakan hasil pengembangan dari teori van dijk sebagai analisa data untuk mengetahui pbingkain berita yang di sajikan oleh SindoNews.com. (Eriyanto, 2002, hlm. 255-256) Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dibagi dalam empat struktur besar. Pertama, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Dapat diamati dari bagan berita (*lead*, latar, *headline*, kutipan yang diambil dan sebagainya). Kedua, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan

mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Keempat, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita. Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca. Sehingga pengemasan berita yang dibuat oleh media *online* SindoNews.com mampu mengajak khalayak untuk memilih Hary Tanoesoedibjo dan Partai Perindo pada pemilu mendatang. Seperti SBY yang berhasil mendongkrak Demokrat pada saat awal terbentuknya partai dan menang Pada Pilpres 2004.

Selain itu alasan peneliti menggunakan media *online* untuk melakukan penelitian, karena media *online* sedang menjadi *trend* khalayak dalam mencari informasi dibandingkan melalui media konvensional. Media *online* dipandang lebih efektif dan efisien oleh khalayak karena mudah diakses dimanapun dan media *online* memiliki kecepatan pembaharuan berita sehingga informasi yang dibutuhkan cepat didapatkan oleh khalayak. Peneliti juga memilih media *online* Liputan6.com sebagai pembanding pemberitaan yang di sampaikan oleh SindoNews.com. Liputan6.com dipandang netral dan tidak berafiliasi dengan partai politik manapun. Liputan6.com diharapkan memiliki pandangan – pandangan yang lebih objektif dan tidak dipengaruhi kepentingan apapun. Sehingga wartawan yang berada pada Liputan6.com memandang sebuah kasus dengan utuh tidak memasukkan muatan apapun tentang pemberitaan Hary Tanoesoedibjo dan Partai Perindo.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti ingin mengetahui sejauh mana keberhasilan Pembentukan Framing dalam “**Pengemasan Berita Hary Tanoesoedibjo Sebagai Ketua Umum Partai Perindo**” Analisis framing Pada Pemberitaan SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com.

## 1.2 Fokus Penelitian

Melakukan penelitian kualitatif mengenai pengemasan berita Hary Tanoesoedibjo Ketua Partai Perindo pada pemberitaan SindoNews.com dan Liputan6.com.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang dipaparkan penulis merumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti yaitu:

- 1.3.1 Bagaimana *Sintaksis* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com Indonesia mengemas berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016?
- 1.3.2 Bagaimana *Skrip* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com mengisahkan berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016?
- 1.3.3 Bagaimana *Tematik* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com mengungkapkan pandangan sebuah peristiwa pada berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016?
- 1.3.4 Bagaimana *Retoris* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com menekankan arti tertentu pada berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Pengemasan Berita Hary Tanoesoedibjo sebagai Ketua Partai Perindo Pada Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 2016. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Untuk mengetahui bagaimana *Sintaksis* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com megemas berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada 01 Februari 2016 – 31 April 3016.
- 1.4.2 Untuk mengetahui bagaimana *Skrip* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com mengisahkan berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016.
- 1.4.3 Untuk mengetahui bagaimana *Tematik* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com mengungkapkan pandangan sebuah peristiwa pada berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016.
- 1.4.4 Untuk mengetahui bagaimana *Retoris* wartawan Media Online SindoNews.com dan Media Online Liputan6.com menekankan arti tertentu pada berita Hary Tanoeseodibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo pada Edisi 01 Februari 2016 – 31 April 3016.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

- 1.5.1.1 Mengembangkan kelimuan di bidang Komunikasi politik dan Jurnalisitik Politik.
- 1.5.1.2 Mengembangkan teori-teori mengenai analisis *framing* yang berkiatan dengan pengemasam berita Hary Tanoesoedibjo dalam pemberitaan Media *Online* SindoNews.com dan Media *Online* Liputan6.com. .
- 1.5.1.3 Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi bidang Jurnalistik khususnya terkait pengemasan berita pada media televisi.

## 1.5.2 Manfaat Praktis

- 1.5.2.1 Kegunaan untuk perusahaan Media *Online* SindoNews.com menjadi tolak ukur keberhasilan pengemasan berita Hary Tanoe pada pemberitaan media massa, dan menjadikan evaluasi upaya meningkatkan elektabilitas Hary Tanoesoedibjo dan Partai Perindo.
- 1.5.2.2 Kegunaan untuk khalayak memberikan proses literasi media tentang pemberitaan Media *Online* SindoNews.com dan Media *Online* Liputan6.com mengenai Hary Tanoesoedibjo dan partai perindo, serta memberikan pengetahuan tentang *figure* Hary Tanoe dan Partai Perindo.
- 1.5.2.3 Kegunaan untuk partai, memberikan evaluasi tentang *figure* yang dicalonkan dalam memberikan reputasi dan elektabilitas partai yang baik dimata masyarakat.
- 1.5.2.4 Kegunaan untuk akademisi, sebagai bahan kajian atau referensi dalam melakukan penelitian mengenai komunikasi politik dan Jurnalistik politik khususnya studi analisis *framing*.
- 1.5.2.5 Kegunaan bagi penulis, mengembangkan ilmu yang dimiliki dari proses pembelajaran dalam bentuk praktis. Sehingga memberikan gambaran mengenai dunia teoritis dengan dunia praktik atas kegunaan pemberitaan dalam membangun framing building saat kelak menjadi wartawan.

## 1.5.3 Manfaat kebijakan

- 1.5.3.1 Diharapkan menambah referensi penelitian tentang upaya penegemasan berita Hary Tanoesoedibjo dan Partai Perindo dalam pemberitaan Media *Online* SindoNews.com dan Media *Online* Liputan6.com. Karena keberhasilan pemberitaan penting bagi keberhasilan Hary Tanoe dan Partai perindo menang dalam pemilu.
- 1.5.3.2 Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi Ilmu Komunikasi dalam menjalankan profesinya sebagai seorang jurnalis.

#### **1.5.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial**

- 1.5.4.1** Memanfaatkan isu politik yang berkembang di masyarakat atas reputasi partai yang bersih dan calon persiden yang berkompeten.
- 1.5.4.2** Mampu menjadi referensi untuk masyarakat dalam memberikan suaranya untuk memilih *figure* dan partai yang tepat pada pemilihan umum mendatang
- 1.5.4.3** Mampu mengajak masyarakat untuk bersifat lebih kritis terhadap pemberitaan di media massa, khususnya media *online*.
- 1.5.4.4** Menjadi bahan pertimbangan untuk pengetahuan masyarakat mengenai cara sebuah media menyampaikan isi berita.

#### **1.6 Struktur Organisasi Penelitian**

BAB I Pendahuluan, peneliti memaparkan secara terperinci mengenai latar belakang penelitian yang di dalamnya membahas tentang alasan-alasan utama pentingnya topik yang diangkat. Alasan-alasan tersebut dipilih berdasarkan fakta dan diperkuat oleh jurnal penelitian terkait. Selain itu, bab ini juga memaparkan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, manfaat penelitian, serta struktur organisasi dari penelitian ini.

BAB II Kajian Pustaka, berisikan konsep dan teori seputar penelitian. Teori-teori yang dibahas dalam kajian pustaka didalamnya meliputi konsep mengenai Berita, Pembingkai Berita, Konstruksi Realitas Sosial, Komunikasi Politik, *Hary Tanoseodbo*, *Partai Perindo* dan beberapa teori lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Selanjutnya, bab ini juga memaparkan serta membandingkan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian, peneliti menjabarkan tentang desain penelitian, subjek/objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta komponen-komponen penelitian yang menjadi penunjang seperti lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV Temuan dan Pembahasan, peneliti menjabarkan hasil penelitian dan temuan mengenai Pengemasan Berita Hary Tanoesodbojo Ketua Umum Partai Perindo pada SindoNews.com dan Liputan6.com. Pembahasan ini disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan pada bab pendahuluan.

BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi, peneliti menjabarkan mengenai simpulan dari hasil penelitian, implikasi, serta rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan terhadap hasil analisis temuan peneliti.