

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampanye pemilihan umum idealnya merupakan proses penyampaian pesan-pesan politik yang salah satu fungsinya memberikan Pendidikan politik bagi masyarakat. Melalui kampanye, partai-partai politik berusaha meyakinkan massa pemilih dengan mengangkat berbagai agenda yang dinilainya akan memberikan keuntungan bagi masyarakat. Karena itu, setiap partai politik selalu berusaha menemukan cara-cara paling efektif untuk merekrut sebanyak-banyaknya massa. Dan, dalam proses perekrutan tersebut, media massa adalah di antara saluran yang memiliki tingkat efektifitas yang relatif tinggi.

Cara-cara kampanye konvensional mulai banyak ditinggalkan. Partai-partai politik terus menarik peluang-peluang yang biasa diperankan media. Penyajian pesan-pesan politik oleh para elite pun tampak semakin hidup dan bervariasi. Media, baik cetak maupun elektronik kemudian menjadi alat komunikasi partai-partai politik untuk merekrut massa. Media massa memang diakui merupakan salah satu alat demokratisasi yang cukup efektif. Media massa menjadi jembatan yang menghubungkan kepentingan-kepentingan politik baik vertical maupun horizontal. Media massa menjadi bagian dari kehidupan politik untuk mempertemukan rakyat dan penguasa.

Pada pemilihan calon presiden dan calon wakil presiden tahun 2019 memanfaatkan Media Online. Media Online yang sering memunculkan notif tentang calon presiden dan calon wakil presiden. Dan, Media Konvensional seperti televisi, radio, media cetak, namun saat ini media konvensional mengalami pergeseran karena dengan adanya media social dan media online yang lebih efektif. Untuk melakukan politik spin agar dapat memenangkan suara pada pemilu. Spin politik adalah pemain politik dalam kaitannya penyebaran pesan melalui media yang bertujuan untuk mengarahkan opini publik. Pada kampanye pemilihan presiden dan wakil presiden 2019, media dijadikan alat sebagai untuk melakukan spin politik. Politik spin ini digunakan oleh kandidat untuk membuat citra dan mempengaruhi opini public menggunakan media. Apalagi Media Online saat ini memainkan peran yang sangat penting dalam proses politik. Bahkan media telah menjadi actor utama dalam bidang politik. Ia memiliki kemampuan untuk membuat seseorang cemerlang dalam karier politiknya, begitupun sebaliknya media dapat membuat seseorang jatuh dan Namanya tercoreng oleh pemberitaan yang negatif.

Media tidak hanya digunakan hanya sebagai pemberi informasi. Saat ini, media yang menjadi kekuatan propaganda dalam kampanye pada pemilu 2019 baik itu dari media konvensional maupun media social. Berbagai platform media kampanye dimanfaatkan. Salah satu media kampanye yang bisa dipastikan bakal banyak dimanfaatkan dalam perhelatan Pilpres 2019 ialah media online. Hadirnya media online harus diakui telah banyak mengubah taktik dan strategi mendulang

suara dalam ajang pemilu di Indonesia. Semenjak ajang Pilpres 2014, pemanfaatan medsos dan media online sebagai media kampanye politik di RI terus menunjukkan tren peningkatan. Jika dibandingkan dengan media kampanye konvensional-tradisional yang lain—spanduk, baliho, selebaran iklan, koran, TV, radio atau pengumpulan massa—medsos memang memiliki sejumlah kelebihan (Arizona,2011:11).

Media literasi dikenal dengan media yang memberi Pendidikan. Dalam hal ini, media literasi memberi arahan agar public semakin kritis dengan publikasi media online. Penggunaan media literasi memberi perhatian bagi public agar sadar akan kontruksi media dengan dunia nyata.

Media online yang populer dikalangan millennial antara lain Detik.com, Kompas.com, IDN Times.com, Tribunnews.com, Liputan6.com (IDN Research Institute,2019). Dari kelima media online ini Detik.com, Kompas.com, dan Liputan6.com merupakan media yang petingginya berkarier di dunia politik, seperti Hary Tanoeoedibjo (Detik.com) yang merupakan ketua umum Perindo, partai yang berkoalisi dengan Jokowi-Ma'ruf Amin. Kondisi serupa juga terjadi pada Kompas yang suami salah satu petingginya menjadi kader Gerindra yang mendukung Prabowo-Sandi. Eddy Kusnadi, sebagai pemilik EMTEK tempat Liputan6.com bernaung adalah anggota Komite Ekonomi Industri Nasional (KEIN), sebuah Lembaga yang bertugas memberikan pendapat dan masukan terkait ekonomi pada Presiden.

Relasi politik diantara pemilik dan pengelola media dengan para kandidat ini berpotensi memengaruhi framing medianya ketika memproduksi berita (Gazali, 2004; Masduki, 2004; simarmata, 2017). Dengan demikian, konten media massa dapat menjadi sebuah perpaduan dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber nonmedia, seperti individu-individu berpengaruh secara sosial, control pemerintah dan lain sebagainya (Shoemaker & Reese, 1996).

Berbeda dari 3 media massa digital sebelumnya, jajaran pimpinan IDN Times.com dan Tribunews.com tidak berafiliasi dengan pemerintahan maupun menjadi koalisi partai politik pendukung salah satu kandidat. Apabila ditinjau lebih dalam IDN Times.com menjadi satusatunya media online populer di kalangan millennial yang mendeklarasikan dirinya sebagai media online dengan sasaran millennial dan generasi Z. Dengan deklarasi ini, berita-berita yang dihadirkan IDN Times.com pun menyesuaikan dengan kebutuhan target audiensnya, termasuk dalam berita politik.

Detik.com dipilih karena media online ini menjadi rujukan pertama para millennial dalam mencari informasi serta pemilik medianya mendukung salah satu kandidat, sementara Kompas.com dipilih karena adanya keberpihakan dari salah satu kandidat sehingga berita tentang Jokowi menjadi sasaran pemberitaan yang ingin menggiring opini public ke arah yang negative. Sementara itu, framing berita debat kandidat yang disajikan kedua media online ini berpotensi menggiring opini

millennial dalam menentukan “pilihan politik” mereka (Carkoglu, Baruh, & Yildirim, 2014; Takens, van Atteveldt, Hoof, & Kleinnijenhuis, 2013; van Kempen, 2007). Mengenai hal ini, McQuail berpendapat media massa punya kemampuan (sebagai alat ideologi) untuk menarik dan mengarahkan perhatian, membujuk pendapat, memengaruhi sikap, memberikan status, mendefinisikan legitimasi dan mendefinisikan realitas atau peristiwa (Rusadi, 2002).

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana keberpihakan dalam bentuk framing dalam pemilihan capres no 01. Demikian penelitian tersebut tidak secara spesifik ditujukan pada peristiwa debat kandidat, namun dalam studi lain menganalisis kampanye politik Jokowi dalam media online melalui headline yang diberitakan dalam kedua media online tersebut (Rizal, 2015).

Berikut isu dalam pemberitaan Detik.com :

1. Judul Berita Prabowo Paparkan Pandangan Konflik Rohingya, Jokowi Bicara Langkah Pemerintah (Andayani, 2019b).

Jakarta - Capres Joko Widodo atau Jokowi meminta pandangan lawan debatnya, Prabowo Subianto, soal konflik di Rakhine State, Myanmar. Apa kata Prabowo?

"Ini bidang politik luar negeri. Pertanyaan saya, apa pandangan Bapak mengenai konflik di Rakhine State?" tanya Jokowi ke Prabowo dalam debat keempat Pilpres 2019 di Hotel Shangri-La, Jakarta, Sabtu (30/3/2019).

"Yang Bapak maksud Rakhine State di Myanmar? Jadi kita prihatin dengan apa yang terjadi kepada masyarakat Rohingya, ini juga oleh PBB sudah ditegur saya kira berkali-kali pemerintah Myanmar," sebut Prabowo.

Prabowo melanjutkan soal teguran PBB ke Myanmar soal konflik yang menimpa etnis Rohingya. Menurutnya, jika sudah ada indikasi pembersihan etnis, Indonesia bisa menggunakan pengaruh untuk meminta Myanmar menghentikan konflik tersebut.

"Kalau PBB saja sudah menilai bahwa di situ ada kemungkinan genosida, genoside atau ethnic cleansing, saya kira ini menjadi masalah yang sangat-sangat mengusik kita. Jadi kita perlu menggunakan pengaruh kita. Kita bersahabat sama Myanmar, tapi kita perlu yakinkan mereka untuk segera hentikan perlakuan yang tak adil kepada Rohingya, apalagi yang sangat-sangat merupakan pelanggaran hak azasi yang luar biasa," sebut Prabowo.

Akan tetapi, Prabowo memandang Indonesia juga harus mengurus diri sendiri. Menurutnya, bobot pemerintahan suatu negara bisa dilihat dari kesejahteraan rakyat.

"Sekali lagi, bobot kita selalu akan dinilai kalau kita tidak bisa mengurus rakyat kita sendiri. Kalau di Indonesia masih banyak yang lapar dan miskin kok kita mau kita ngajarin orang lain? Satu. Lagi pula kalau kita tak punya kekuatan, paling kita hanya bisa beri saran, peringatan. Kita sangat prihatin, kita mengutuk tindakan-tindakan itu," ucap Prabowo.

Jokowi lantas mendapat kesempatan menanggapi. Dia membeberkan upaya pemerintah yang telah dilakukan untuk mengatasi konflik tersebut.

"Ya ini konflik di Rakhine State adalah sebuah konflik yang sudah sangat lama dan juga sulit mencari solusi. Tetapi alhamdulillah kita diberi kepercayaan oleh Sekjen PBB Antonio Guterres untuk menjembatani agar ada dari tim kita bisa masuk ke Rakhine State lihat langsung kondisi di sana," ucap Jokowi.

"Menlu sudah ke sana dan saya sendiri ke perbatasan Bangladesh untuk melihat kondisi saudara kita muslim di sana," sebut Jokowi.

Disini saya melihat bahwa berita Prabowo Paparkan Pandangan Konflik Rohingya, Jokowi Bicara Langkah Pemerintah menunjukkan jika arah pemberitaan Detik.com ini menempatkan jawaban dari Prabowo sebagai pesimisme, bahwa Indonesia tidak punya kekuatan guna menolong rohingya dan rakyat Indonesia belum sejahtera. Nah Sementara itu, Detik.com menempatkan tanggapan Jokowi sebagai angin segar (optimisme), terutama terhadap kekuatan dan pengaruh Indonesia yang telah dipercaya PBB membantu rohingya secara langsung.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Framing Media dalam kampanye politik Joko Widodo pada Pilpres 2019 di Media Online Detik.com dan Kompas.com?

1.3 Batasan Masalah

Karena keterbatasan peneliti maka penelitian ini akan dibatasi mengenai Framing Media dalam kampanye politik Joko Widodo pada Pilpres Indonesia Tahun 2019 di Media online Detik.com dan Kompas.com. Yang dalam pemberitaannya sebelum terpilihnya JOKOWI sebagai Presiden Indonesia pada Tahun 2019. Peneliti tidak menganalisis seluruh berita yang terkait, namun melakukan pemilihan pada berita yang terjadi adanya framing dan mengambil beberapa dari artikel-artikel yang diposting terkait topik tertentu untuk dianalisis. Hal ini dilakukan untuk membatasi ranah penelitian agar lebih fokus dan efektif.

1.4 Tujuan Penelitian

Menganalisis Framing Media dalam Kampanye politik Joko Widodo pada Pilpres Indonesia Tahun 2019 di Media online Detik.com dan Kompas.com.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu politik, khususnya mengenai kajian komunikasi politik dan penggunaan media baru untuk dijadikan sebagai rujukan serta penelitian lanjutan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Ada beberapa manfaat praktis yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai rekomendasi untuk praktisi, aktivis, politisi, dan media literasi dalam penggunaan media.

