

BAB II

TIJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Peneliti ini membahas mengenai keberpihakan media dalam kampanye politik Jokowi pada Pilpres Tahun 2019 di Media Online Detik.com dan Kompas.com. Sesuai penelitian tersebut, maka dibutuhkan uraian teori yang berhubungan dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini. Teori tersebut digunakan untuk membantu dan mempermudah dalam keberlangsungan proses penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Media dan Berita dalam perspektif Konstruksionis, Framing.

2.1.1 Media dan Berita dalam Perspektif Konstruksionis

Media dan Berita dalam Perspektif Konstruksionis Pemikiran konstruksionis ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger yang menyatakan bahwa sebuah realitas hadir di hadapan pembaca setelah melalui sebuah proses konstruksi (Eriyanto, 2011: 15). Hal ini menyebabkan setiap orang memiliki konstruksi yang berbeda terhadap realitas yang muncul di hadapannya. Menurut Eriyanto (2011: 18), berita yang muncul merupakan sebuah proses konstruksi dengan suatu peristiwa, karena adanya interaksi antara wartawan dengan fakta yang muncul di lapangan.

Pandangan konstruksionis melihat media, wartawan dan berita dengan cara pandang tersendiri. Pada dasarnya studi media massa merupakan proses pencarian pesan dan makna. Media massa semakin banyak dijadikan sebagai objek studi disebabkan semakin meningkatnya peran media massa itu sendiri sebagai intitusi yang tergolong penting dalam masyarakat saat ini. Media massa memproduksi pesan yang merupakan hasil konstruksi realitas (Eriyanto, 2009: 25).

Bagi kaum konstruksionis, realitas adalah sesuatu yang subjektif. Fakta dan realitas bukanlah sesuatu yang sudah ada, tersedia dan tinggal diambil untuk menjadi bahan sebuah berita. Realitas yang tertuang dalam berita adalah sesuatu yang dikonstruksi dan dibentuk oleh pandangan tertentu.

Fakta atau realitas pada dasarnya dikonstruksi. Sebuah fakta berupa kenyataan bukanlah sesuatu yang sudah ada seperti itu, melainkan apa yang ada di benak dan pikiran kita. Kita sendirilah yang memberikan definisi dan makna atas fakta tersebut sebagai sebuah kenyataan. Fakta yang ada dalam sebuah berita bukanlah sebuah peristiwa yang memang begitu adanya, wartawanlah yang secara aktif memproduksi dan mendefinisikan berita tersebut. Fakta yang dikumpulkan dan disusun selanjutnya akan disebarakan. Media sebagai sarana penyalur pesan tidak hanya berfungsi sebagai saluran pesan dari komunikator kepada penerima (khalayak). Media tidak bertindak sebagai suatu institusi yang netral dalam menyampaikan pesan. Media bukanlah saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya (Eriyanto, 2011: 26). Sebagai contoh media juga

menentukan dari sekian banyak peristiwa yang terjadi, peristiwa mana yang harus diliput oleh wartawannya kemudian dari sisi mana si wartawan harus melihat peristiwa tersebut. Pemilihan realitas oleh media dikarenakan media memiliki kepentingan antara lain kepentingan ekonomi, politik ataupun ideologi. Media tentunya akan membentuk realitas yang dapat mendukung kepentingan-kepentingannya.

Oleh karena itu media turut berperan dalam mengkonstruksi realitas. Konstruksi realitas terbentuk bukan hanya dari cara wartawan memandang realitas tetapi 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 (Hamad, 1999: 55).

Media bisa memperjelas sekaligus mempertajam konflik atau sebaliknya: mengaburkan dan mengeliminirnya. Media bisa mengkonstruksi realitas, namun juga bisa menghadirkan hiperrealitas. Hiperrealitas menggiring orang mempercayai sebuah citra sebagai kebenaran, meski kenyataannya hanya dramatisasi realitas dan pemalsuan kebenaran, yang “melampaui realitas” (Sobur, 2009: 170). Dalam memberitakan konflik, media seharusnya tidak melakukan dramatisasi terhadap fakta. Karena hal itu langsung ataupun tidak langsung akan memicu konflik lanjutan dan menjadi provokasi bagi pihak-pihak yang bertikai.

Menjadi suatu hal yang menarik ketika kebanyakan orang awam melihat media atau berita yang disuguhkan oleh media massa adalah sesuatu yang benar-benar apa adanya tanpa adanya konstruksi realitas di dalamnya. Mereka kemudian menjadi sepenuhnya percaya akan apa yang disampaikan oleh media massa. Dengan melihat realitas, berita dan media massa atau dengan kata lain tidak mudah mempercayai apa yang disampaikan oleh media karena begitu banyak muatanmuatan kepentingan di dalamnya.

Setiap media tentunya memiliki kebijakan masing-masing dalam mekanisme kerja untuk mengkonstruksi dan menghasilkan berita yang “diinginkan”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa berita adalah hasil mekanisme kerja individu-individu yang ada dalam media (redaksional) berdasarkan kebijakan, pertimbangan serta ideologi.

Fakta atau realitas yang diliput kemudian ditampilkan dalam media lewat pemberitaan. Pada dasarnya berita adalah laporan dari suatu peristiwa atau realitas. Namun gambaran realitas atas peristiwa dalam media bukanlah realitas yang sebagaimana adanya, yang diambil oleh sang wartawan dan dituangkan. Berita adalah hasil dari konstruksi yang selalu melibatkan pandangan ataupun nilai-nilai dari wartawan dan media yang bersangkutan. Bagaimana sebuah realita dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana ia dimaknai dan dipahami oleh wartawan. Proses pemahaman selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas (Eriyanto, 2011: 28). Proses pemaknaan realitas oleh

wartawan sebagai aktor atau agen pembentuk realitas. Wartawan bukanlah pemulung yang mengambil fakta begitu saja. Dia tidak hanya melaporkan sebuah peristiwa namun mendefinisikan dan secara aktif membentuk peristiwa dalam pemahaman mereka. Realitas bukanlah sesuatu yang “berada di luar”, objektif, benar dan seakan-akan ada sebelum wartawan meliputnya. Ada proses konstruksi makna dalam peristiwa yang diliput sehingga menghasilkan suatu realitas baru. Laporan-laporan jurnalistik yang ada di media pada dasarnya tidak lebih dari hasil penyusunan realitas-realitas dalam bentuk cerita (Barata dalam Birowo, 2004: 168).

Seperti yang dikatakan Judith Lichtenberg dalam Eriyanto (2011: 35), realitas hasil konstruksi itu selalu terbentuk melalui konsep dan kategori, tanpa kita buat, kita tidak bisa melihat dunia tanpa kategori, tanpa konsep. Artinya, kalau seorang wartawan menulis berita, ia sebetulnya membuat dan membentuk dunia, membentuk realitas.

Dalam konsepsi konstruksionis, wartawan tidak mungkin membuat jarak dengan objek yang hendak dia liput. Karena ketika ia meliput suatu peristiwa dan menuliskannya, ia secara sengaja atau tidak menggunakan dimensi perseptuilnya ketika memahami masalah. Dengan begitu, realitas yang kompleks dan tidak beraturan ditulis dan dipahami, untuk semua proses itu melibatkan konsepsi, pemahaman yang mau tidak mau sukar dilepaskan dari unsur subjektif.

Dalam pandangan konstruksionis, berita itu ibarat sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, melainkan potret dari arena pertarungan antara berbagai

pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Berita bukan representasi dari realitas. Berita yang kita baca pada dasarnya adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, bukan kaidah baku jurnalistik. Semua proses konstruksi (mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan) memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak (Eriyanto, 2011: 30).

2.1.2 Framing

Framing yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Robert N. Entman yang berfokus kepada penggambaran proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu realitas yang dibangun oleh media massa. Proses Seleksi merujuk kepada aspek yang berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas kompleks dan beragam itu akan diseleksi aspek mana yang akan ditampilkan. Dalam Proses ini, selalu terkandung bagian berita yang dimasukkan (included) dan berita yang dikeluarkan (excluded). Jadi, tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, karena wartawan memilih aspek tertentu dari sebuah isu (Eriyanto, 2002).

Selain proses seleksi penonjolan aspek tertentu yang menjadi fokus pada model Entman ini berhubungan dengan penulisan fakta yang mana aspek tertentu dari peristiwa/isu dipilih dan bagaimana proses tersebut ditulis amat berkaitan erat dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak (Eriyanto, 2002). Sementara itu, konsep framing dalam pandangan Entman menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text*, yang pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan

rekomendasi dalam wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Untuk mengetahui bagaimana pembingkaiian dilakukan media, Entman mengemukakan perangkat framing yang dapat menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai serta juga ditandakan oleh wartawan (Sobur, 2002). Perangkat pertama adalah pendefinisian masalah (define problems) yaitu bingkai utama yang menekankan bagaimana suatu peristiwa dan isu dimaknai secara berbeda oleh seorang wartawan. Kedua, memperkirakan penyebab sebuah masalah (diagnose causes), yaitu elemen framing yang digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa. Pendefinisian sumber masalah ini menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korban pada peristiwa tersebut. Ketiga, membuat keputusan moral (make moral judgement), yaitu elemen yang digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi kepada pendefinisian masalah yang dibuat. Keempat, menekankan penyelesaian (treatment recommendation), elemen yang digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Penyelesaian tersebut tentunya sangat bergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah.

TABEL 2.1 Elemen Framing Model Robert N. Entman

Pendefinisian Masalah	Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat?
(Define Problems)	Sebagai apa atau sebagai masalah apa?

Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah (Diagnose Causes)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa actor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Membuat Keputusan Moral (Make Moral Judgment)	Nilai moral apa yang akan disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendialektika suatu tindakan?
Menekankan Penyelesaian (Treatment Recommendation)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah? Jalan apa yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

2.2 Penelitian Terdahulu

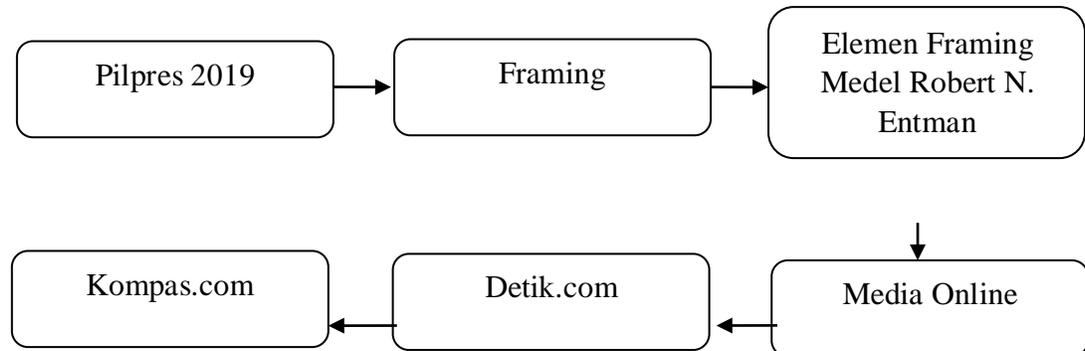
Penelitian terdahulu merupakan bahan komparasi dan referensi dalam penelitian. Penelitian terdahulu juga berfungsi untuk memetakan posisi peneliti yang dilakukan dengan peneliti sebelumnya. Dengan demikian, penelitian terdahulu dianggap penting dilakukan dalam sebuah penelitian.

TABEL 2.2 Matriks Penelitian Terdahulu

Penulisan dan judul penelitian	Tahun	Persamaan yang diteliti	Perbedaan yang diteliti
MUHAMMAD MUTHAHARI RAMADHANI, Pemberitaan tentang Prabowo dan Jokowi dalam Isu Pemilu Presiden 2014 (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Majalah Tempo Edisi 26 Mei – 20 Juli 2014), Skripsi.	2015	Penelitian ini persamaannya membahas framing dalam berita. Metode menggunakan Kualitatif.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu isu dalam pemilu dan pemberitaan yang ditelitinya.
Ganes Aji Laksono, Analisis Framing pemberitaan 100 hari pemerintahan JOKOWI-JK pada media online The	2015	Membahas tentang framing dalam media online. Metode menggunakan Kualitatif.	Perbedaannya dalam pembahasan mengenai 100 hari pemerintahan JOKOWI-JK dan pada situs web media online yang berbeda.

Jakarta Post.com dan Republika online, Skripsi.			
Sumardi Noviano, Realitas Pemberitaan Jokowi Kompas.com di Rubrik “Politik” (Analisis framing pada pemberitaan Jokowi pada Rubrik “Politik” di kompas.com periode Oktober 2014, Skripsi.	2015	Persaman yang diteliti dalam skripsi ini yaitu membahas pemberitaan mengenai Jokowi dan di analisis menggunakan framing. Metode menggunakan Kualitatif.	Perbedaannya yaitu dalam pembahasan mengenai Rubrik Politik.
Theresia D. Wulandari, PEMERINTAHAN JOKOWI-JUSUF KALLA MENURUT KACAMATA 5 MEDIA MASSA DI INDONESIA. Jurnal Ilmiah.	2016	Peran media di Internet, peran median dalam media online, Metode yang digunakan Kualitatif.	Penelitian ini focus pada Lima media dan pemerintahannya selama setahun menjabat menjadi presiden pada tahun 2015.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Penjelasan dalam Kerangka Pemikiran:

Pemilihan Presiden Indonesia 2019 dilakukan secara serentak di seluruh Indonesia pada tanggal 17 April 2019. Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2019 adalah sebuah proses demokrasi untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2019-2024. Pemilihan umum ini dimenangkan oleh pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin dengan perolehan suara 55,50%, diikuti oleh Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dengan perolehan suara 44,50%. Pemilihan ini dilaksanakan serentak dengan pemilihan umum legislatif.

Sebelum Jokowi memenangkan Pemilu tersebut dilakukan sebuah kampanye diberbagai media. Baik itu media social, media konvensional dan media online. Dimana pada pemilu kali ini Jokowi sangat berperan dalam pembangunan citra dihadapan public. Misalnya saat berkampanye Jokowi menggunakan media online sebagai alat komunikasi dan pembangunan citra positif beliau. Terdapat headline

dalam media online yang mencantumkan Jokowi dengan hal-hal yang positif dan ada juga media yang menggiring opini dalam pemberitaan kampanye Jokowi dengan headline yang negatif. Bidang politik merupakan bidang yang butuh publisitas sehingga Internet merupakan media yang banyak digunakan dalam hal promosi dari seorang tokoh politik ataupun partai politik. Media Internet pada umumnya digunakan untuk publisitas politik secara paralel dengan media tradisional atau konvensional. Tokoh politik atau partai politik akan memanfaatkan semua media yang dianggap potensial dalam meningkatkan popularitas tokoh ataupun partai politik tersebut. Penggunaan media oleh tokoh politik dan partai politik dikenal dengan istilah Komunikasi Politik. Komunikasi politik mencakup penggunaan media oleh pemerintah dan partai politik guna mendapat dukungan pada saat pemilihan umum atau juga di luar pemilihan umum (Riaz: 2010:2). Internet dimanfaatkan utamanya untuk menunjukkan bahwa tokoh atau pun partai politik tersebut “melek Internet” dimana mereka berusaha menjaring pendukung, simpatisan, teman yang berasal dari kalangan masyarakat yang sering menggunakan Internet.

Entman menggunakan framing untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Penonjolan dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diingat oleh khalayak. Informasi yang menonjol kemungkinan lebih diterima oleh khalayak, lebih terasa, dan tersimpan dalam memori bila dibandingkan dengan yang disajikan secara biasa. Penonjolan ini dapat dilakukan dengan cara

menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol bila dibandingkan yang lain, lebih mencolok, pengulangan informasi yang dipandang penting atau dihubungkan dengan aspek budaya yang akrab di pikiran khalayak (Entman, 1993).

Media Online atau biasa disebut dengan internet adalah hasil dari persilangan teknologi komunikasi yang menawarkan kepada pengguna sebagai media yang berfungsi sebagai alat komunikasi antar manusia atau juga disebut media interaktif, dimana media memungkinkan partisipasi aktif baik penerima maupun pengirim. Media online bisa menampilkan berita teks, image, audio dan video. Berbeda dengan media cetak, yang hanya menampilkan teks dan image. “Online” sendiri merupakan bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet (Kompasiana.id).

Salah satu media online yang sering dilihat yaitu Detik.com dan Kompas.com. dimana kedua media online ini sangat populer dikalangan millennials dan para orang tua yang menggunakan media online. Detik.com adalah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detik.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Detik.com hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Detik.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (breaking news). Sejak tanggal 3 Agustus 2011, detik.com menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp (Wikipedia.id).

Sedangkan Kompas.com hadir pertama kali di Internet pada 14 September 1995. Ini adalah cerita bagaimana Kompas bergulat mengarungi zaman baru digital hingga melahirkan entitas baru Kompas.com. Di tahun 2020 ini, 25 tahun sudah usia Kompas.com. Jakob Oetama, pendiri harian Kompas, dalam tulisannya di halaman 1 harian Kompas, 28 Juni 2010 tepat pada ulang tahun Harian Kompas ke 45, menegaskan bahwa jatidiri media massa adalah berubah. Perubahan tak dapat dihindari karena dunia dan masyarakat yang menjadi lingkungannya juga berubah (Kompas.id).

