

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai macam informasi atau peristiwa dapat kita ketahui melalui media massa. Media massa memiliki kemampuan menimbulkan keserempakan, informasi yang disampaikan bersifat umum, bersifat heterogen, dan kalayak yang dituju sangat luas. Sekarang ini dalam dunia informasi kita kenal tiga jenis media massa yakni media massa cetak dan media massa elektronik dan media massa sosial (Hikmat, 2018: 25- 30).

Media massa bukan lagi sekedar alat penyampaian informasi, akan tetapi sudah menjadi instrumen yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat, dimana ketergantungan terhadap media sudah sangat tinggi. Sebab media dalam proses aktivitas komunikasi massa, dapat menyebarkan informasi, pengetahuan, bahkan dapat membentuk opini publik. Keadaan tersebut akan dapat memengaruhi sikap dan tingkalaku politik pada masyarakat. Dengan demikian, peranan komunikasi massa (media massa) memiliki andil yang cukup signifikan terhadap sikap dan tingkalaku berpolitik pada suatu masyarakat (Hikmat, 2018: 23).

Dalam posisinya yang strategis media mampu menjangkau kalayak dalam jumlah besar, mampu memberikan popularitas dan bersifat publik. Karakteristiknya dapat meberikan konsekuensi bagi kehidupan masyarakat, salah satunya dari aspek politik. Dalam aspek politik, media massa menjadi salah satu

elemen penting dalam proses demokratisasi. Alasannya, media massa menyediakan arena dan saluran bagi debat publik, mempopulerkan calon pemimpin politik ke masyarakat luas, meyebarkan informasi dan pendapat (Morissan, 2010: 1). Sehingga tidak jarang apabila media massa digunakan untuk sarana kampanye politik dalam ajang pemilihan presiden, pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah.

Selain itu media massa erat kaitannya dengan opini publik dalam komunikasi politik. Bahkan dalam pandangan konstruksionis media massa dipandang memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi realitas sosial di dalam masyarakat (Eryanto, 2011:23). Sehingga dalam prakteknya media sering dimanfaatkan oleh elit politik tertentu untuk mengiring opini masyarakat atau bahkan menciptakan realitas sosial untuk kepentingannya. Tidak heran apabila elit politik memiliki kedekatan terhadap pemilik media massa. Bahkan tidak sedikit pemilik media massa yang terjun ke dunia politik. Ini terlihat dari aktivitas pemilu 2018/2019, dimana media massa memberikan dukungan kepada masing-masing kandidat calon presidennya.

Di Indonesia ajang pemilihan presiden untuk menjadi pemimpin negara telah memasuki babak baru tahun 2019.KPU menetapkan Joko Widodo dan Prabowo Subianto sebagai calon presiden, serta Maruf Amin dan Sandiaga Uno sebagai calon wakil presiden periode 2019-2024. Jokowi-Maruf mendapatkan nomor urut satu (1) serta Prabowo-Sandi mendapatkan nomor urut dua (2)(*tribunnews.com*). Tentunya dalam pemberitaan oleh media ada perbedaan antara keduanya karena Jokowi merupakan calon petahana sedangkan Prabowo merupakan calon yang

akan bersaing dengan Jokowi. Perbedaan itu dilihat dari teks berita yang penulis teliti, salah satunya adalah dalam menulis berita tentang kedua pasangan capres dan cawapres Surat kabar Timor Express lebih banyak menampilkan pernyataan dari pasangan Jokowi-Maruf.

Menurut Pawito (2009:209-210) bahwa kampanye pemilihan merupakan upaya sistematis untuk mempengaruhi khalayak. Upaya sistematis pada masa kampanye tersebut pada akhirnya bertujuan agar calon pemilih memberikan dukungan atau memberikan suaranya kepada partai politik atau salah satu pasangan capres-cawapres yang sedang berkompetisi. Ukuran yang dipakai oleh rakyat pada masa kampanye salah satunya melalui debat capres-cawapres.

Di Indonesia, debat calon presiden dan wakil presiden tahun 2019 ini adalah pengalaman keempat, setelah sebelumnya pernah dilaksanakan saat kampanye pilpres tahun 2004, 2009 dan 2014. Selama masa kampanye 2019, debat kandidat presiden dan wakil presiden ini dibagi atas 5 tema yakni, *Pertama*; Hukum, HAM, Korupsi dan Terorisme (17 Januari), *Kedua*; Energi dan Pangan, Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup, dan Infrastruktur (17 Februari), *Ketiga*; Pendidikan, Kesehatan, Ketenagakerjaan serta Sosial dan Kebudayaan (17 Maret), *Keempat*, Ideologi, Pemerintahan, Pertahanan dan Keamanan serta Hubungan Internasional (30 Maret), dan tanggal dilaksanakan debat kelima dengan tema Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial, Keuangan dan Investasi serta Perdagangan dan Industri (tribunnews.com).

Debat sebagai bentuk kampanye politik tidak hanya tentang penggunaan bahasa untuk mencapai tujuan, namun sebagai bentuk hubungan antara kekuasaan dan perjuangan diantara kelompok-kelompok tertentu. Dalam debat pilpres 2019, masing-masing pasangan capres-cawapres berusaha memperkuat keyakinan pemilih dengan wacana yang mereka kemukakan. Namun oleh karena keterbatasan waktu dan bahasa dalam debat, maka wacana itu butuh medium komunikasi lain sebagai perpanjangan dari usaha kedua pasangan meraih kekuasaan. Salah satu saluran komunikasi yang dianggap berpengaruh yakni media massa.

Sebagai sistem dalam jaringan relasi sosial politik, media massa dapat mempertentangkan dan merumuskan ide dalam debat tersebut. Selain itu media punya pengaruh melegitimasi bahasa, lambang dan gaya pertukaran pesan akan melahirkan wacana baru. Semuanya kemudian diorganisasikan dengan gagasan media yang ada dalam teks (berita). James Lull dalam Dosi (2012: 64) mengatakan Media memiliki peranan dalam mengartikulasi gagasan-gagasan kepada masyarakat dan melakukan manipulasi terhadap informasi dan citra publik untuk memproduksi dan mereproduksi ideologi dominan bagi masyarakat. Para pembuat ide idiologi dominan menjadi suatu kelompok elit informasi dimana informasi yang terbentuk bersumber dari kemampuan mereka dalam mengartikulasi suatu sistem ide yang lebih disukai kepada masyarakat. Oleh sebab itu bahasa dan segala peristiwa dalam debat itu dibingkai (*framing*) oleh media dengan tujuan memberikan isyarat kepada khalayak mengenai kontroversi apa yang ditonjolkan, serta apa yang menjadi pokok dari isu yang diberitakan.

Dalam hubungan ini *media framing* pada dasarnya merupakan produk media dan wartawannya dalam melakukan strategi pengemasan. Media memang menjadikan para politisi sebagai pembuat berita (*newsmaker*). Melalui media mereka mengenal wajah dan latar belakang calon. Selain itu melalui media orang bisa menyaksikan dan mengikuti aktifitas politik seperti pidato, kampanye, konferensi pers, rapat-rapat partai, tour dan terveling para politisi, debat kandidat, siapa pemenang dan siapa kalah, strategi apa yang digunakan dalam memenangkan pemilu, bagaimana pandangan publik terhadap calon. Media harus diakui memiliki kemampuan untuk membuat penampilan seorang kandidat menarik dan meyakinkan (Cangara, 2016: 338-339). Berkaitan dengan hal ini, *media framing* pada hakikatnya mampu mengonstruksi atau mendefinisikan berbagai peristiwa dalam masyarakat salah satunya adalah debat capres-cawapres.

Melalui bahasa (teks berita), Foucault (dalam Dosi, 2012:11) menyebut realitas tersebut diproduksi dan direproduksi menjadi wacana publik yang kemudian menjadikan kelompok terdominasi terbujuk dalam kesadaran palsu untuk menerimanya. Istilah Foucault yakni misrepresentasi yang artinya memberi kesan yang salah tentang kehadiran, tetapi telah diterima sebagai kebenarannya. Kemampuan media massa membentuk wacana sebagai representasi apa yang ada dalam realitas di masyarakat menjadikan media sebagai kelompok yang menghegemoni.

Debat kandidat yang dikonstruksi dalam bingkai media bercampur dengan kepentingan berbagai pihak. Boleh jadi ketika media menyeleksi isu tertentu dan

mengabaikan isu lain dalam debat pilpres, maka media dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dalam redaksi, kepentingan politik pengelola media, relasi media dengan kekuatan politik tertentu serta adanya tekanan kaum kapital di pasar.

Adanya keberpihakan media terhadap salah satu pasangan capres-cawapres tertentu dalam pemberitaannya juga mempengaruhi konstruksi bahasa dan wacana yang kemudian dibentuk oleh media. Konstruksi debat kampanye dalam pemberitaan media tentunya tidak bisa dilepaskan dari ideologi media dan ideologi wartawan dari media tersebut.

Kondisi ini menarik untuk dikaji dalam konstelasi pertarungan wacana yang menggunakan bahasa. Kedua pasangan, baik Jokowi-Maruf maupun Prabowo-Sandi berupaya untuk memenangkan kepentingannya melalui wacana yang mereka bentuk melalui media massa. Dalam fungsinya sebagai alat kekuasaan kelompok dominan media massa mampu menyebarkan isu dan isi media massa sesuai dengan kepentingannya. Media melakukan proses pendefinisian dan penandaan dari debat kampanye sehingga motivasi sebenarnya dari kelompok dominan bisa direpresentasikan sebagai sesuatu yang wajar dan terlihat alamiah. Praktik pewacanaan tentang debat capres-cawapres itu sendiri merupakan praktek sosial yang realitasnya dikonstruksikan dalam *framing* media.

Kenyataan tersebut juga tampak dalam pemberitaan-pemberitaan media lokal di Nusa Tenggara Timur (NTT) ini, baik harian maupun media mingguan, surat kabar maupun tabloid. Debat capres-cawapres tahun 2019 pun menjadi komoditas bagi media-media lokal. Komoditas yang biasa mendatangkan keuntungan bagi media baik dari segi oplah, maupun peningkatan jumlah iklan (Rizki, 2016: 17),

Salah satu media besar yang ada di NTT yakni, Timor Express ini menggunakan serangkaian persepsi dalam menyoroti debat capres-cawapres 2019 yang tentunya berbeda untuk setiap industri pers.

Komoditas itu berupa pertarungan wacana, keberpihakan, ekonomi politik, pertarungan ideologi media serta pemaknaan ideologi sosiokultural yang hadir dalam pemberitaan. Misalnya; apa yang disoroti oleh media harian Timor Express tentunya berbeda dengan media lain yang ada di NTT. Bahkan dalam pemberitaannya mengenai topik yang sama dapat diramu dengan sudut pandang (*angle*) yang berbeda. Misalnya pada surat kabar Timor Express dalam memberitakan tentang debat capres dan cawapres 2019 tidak hanya meberitakan tentang debat yang berlangsung di Jakarta, tetapi juga melakukan wawancara dengan pengamat politik yang ada di Nusa Tenggara Timur (NTT) untuk menanggapi debat yang sudah terjadi. Sedangkan di Pos Kupang hanya memberitakan tentang debat yang berlangsung di Jakarta.

Sebagai harian lokal, media massa ini tentu pula memiliki wacana sendiri dalam membingkai debat pilpres tahun 2019. Isu-isu politik yang lebih ditonjolkan tidak lepas dari tiga kegiatan media yakni menggunakan simbol politik, strategi pengemasan pesan serta melakukan fungsi agenda media. Tentunya Harian Timor Express yang berlatar ideologi Jawa Pos punya cara sendiridalam membingkai debat pilpres 2019.

Dalam hubungan dengan relasi sosial, maka relasi yang dibangun oleh media bisa dibentuk dengan konteks wacana yang sedang terjadi. Setiap debat pilpres

dalam masa kampanye pemilihan menjadi topik politik yang menarik untuk ditulis para jurnalis media cetak lokal yang ada di NTT ini.

Kekuatan bahasa tulis yang dimiliki, menjadikan *Harian Timor Express* selektif dalam menyusun rangkaian huruf, kata, frase, kalimat serta simbol-simbol yang mampu bekerja untuk menghasilkan wacana. Pemilihan struktur, simbol dan makna bahasa harus mendapat perhatian jajaran redaksi untuk menegaskan kepentingan yang ada dibalik media. Kebijakan redaksional tersebut menjadi pedoman dan ukuran dalam menentukan kejadian macam apa yang patut diangkat serta dipilih untuk menjadi berita maupun bahan komentar.

Selain kebijakan redaksional yang dapat menentukan ciri pemberitaan suatu media, adanya kepentingan juga menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan bagaimana suatu media membahas suatu berita tertentu. Kepentingan tersebut dapat dilihat dengan menganalisis secara detail berita yang disajikan, apakah membela kepentingan pemerintah, kepentingan pemilik modal ataukah kepentingan rakyat. Pemberitaan media inilah yang mempengaruhi komunikasi politik, bagaimana pengemasan berita oleh media dapat mempengaruhi situasi politik, pandangan politik, partisipasi politik. Karena itu dalam praktiknya, *framing* menurut Sobur (2006:164) dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu lain, serta menonjolkan aspek isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana.

Realitas dari media massa cetak lokal tersebut bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda-beda. Pemberitaan debat presiden yang tersaji

dimedia massa saat itu pun bukan semata-mata realitas yang terjadi. Pemilihan isu tertentu dalam debat yang di-*framing* oleh media ini menjadi wacana dalam bahasa (teks) akan tertanam secara kuat dalam praktik sosial sehingga sulit dipertanyakan kembali. Media ini bisa saja menjadi bagian dari komunikator politik yang menyusun, merangkai dan bahkan mampu memanipulasi bahasa sebagai upaya meligitimasi wacana yang mereka kemukakan.

Sebagaimana teori jurnalistik mengingatkan bahwa tidak semua berita dapat berbicara sendiri. Jika dicermati lebih jauh, hal-hal tersebut di atas secara implisit tercermin dalam framing media. Framing secara sederhana digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi, seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2001: 162). Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dalam menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu menurut Rakhmat (2005:74) pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut.

Dalam konteks upaya sistematis sebagai strategi meraih kekuasaan maka media lokal ini bisa saja dimiliki dan didominasi oleh kelompok dominan dalam masyarakat dan menjadi sarana untuk meneguhkan kekuasaan tersebut. Susunan berita itu tidak berasal dari permainan bebas ide-ide yang ada di benak wartawan

semata, melainkan berasal dari praktik sosial seperti politik media, ideologi, kedekatan media dengan parpol atau kandidat tertentu serta tekanan pasar.

Oleh karena itu, penelitian ini terutama diarahkan untuk mengetahui bagaimana realitas pemberitaan debat pilpres yang dibingkai oleh media massa lokal yang ada di NTT? Dalam hal inilah Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menawarkan model penelitian teks berita yaitu analisis framing. Dengan model framing Pan dan Kosicki, peneliti bertujuan untuk mendapat interpretasi tentang bagaimana sebenarnya Surat Kabar Timor Express membingkai realitas berita tentang Debat Pilpres dalam teks beritanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana Harian Timor Ekspress membingkai realitas debat capres dan cawapres pada masa kampanye pemilu presiden edisi Januari-Februari 2019?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini mengarahkan tujuannya untuk :Mengetahui bagaimana surat kabar Harian Timor Exspress membingkai debat capres dan cawapres pada masa kampanye pemilu presiden edisi Januari-Februari 2019.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat baik secara teoritik atau keilmuan maupun praktis.

1.4.1 Manfaat teoritik

1. penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan keilmuan melalui upaya menjelaskan teori, konsep serta hipotesa mengenai konstruksi debat capres dan cawapres pada masa kampanye pemilu presiden 2019 dalam pemberitaan media massa lokal.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi akademik atau kepustakaan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada program studi jurnalistik dalam menulis berita politik.

1.4.2 Manfaat praktis

1. Bagimedia Harian Umum Timor Express penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya dalam menyajikan informasi yang netral, tidak berpihak kepada capres-cawapres tertentu yang ingin meraih kekuasaan dalam relasi sosial di masyarakat, selain itu dan upaya peningkatan cerdas media (*media literacy*) di masyarakat.
2. Bagi wartawan politik khususnya pada bagian debat Capres dan Cawapres pada Harian Umum Timor Express, dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk menyajikan berita kepada khalayak pembaca, dan membantu masyarakat pembaca dan untuk mengidentifikasi kecendrungan sebuah media massa dalam membentuk opini publik tentang informasi yang disajikan.

1.5 Kerangka Pemikiran

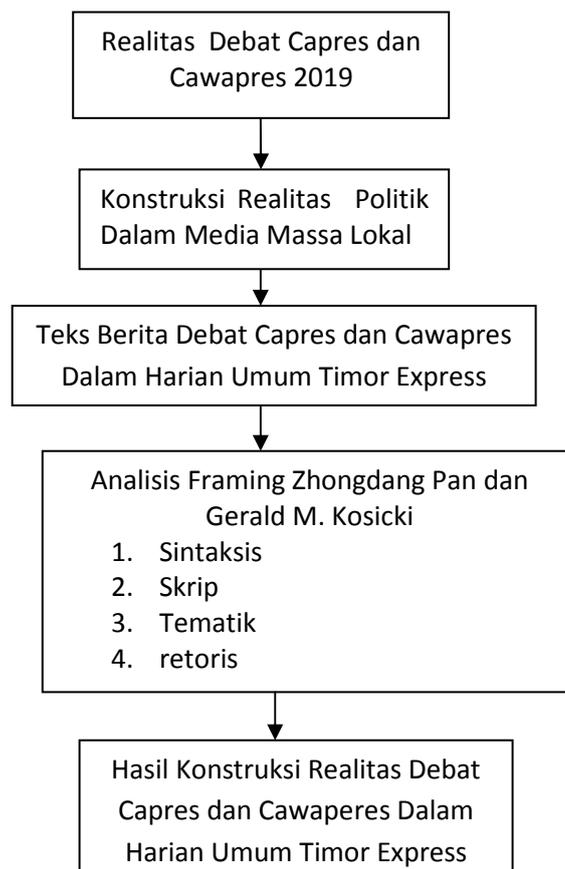
Kerangka pemikiran merupakan penalaran yang menjadi titik pijak telaah untuk memudahkan peneliti melihat peran media dalam pemberitaan debat Capres

dan Cawares edisi Januari-Februari 2019 di Surat Kabar Harian Timor Express.

Dalam proses penerbitan berita setiap harinya di pengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor external. Faktor internal yaitu individualisme, media routines, dan ideology media. Sedangkan faktor external dalam berita adalah faktor dari luar seperti ekonomi, pemerintahan dan teknologi.

Dengan adanya dua faktor tersebut maka banyak kepentingan ikut terlibat dalam proses konstruksi berita oleh Surat Kabar Harian Timor Express. Hal itu berarti suatu berita yang dihasilkan pun tentunya akan sarat dengan berbagai kepentingan dan cenderung subyektif, ada aspek yang sengaja ditonjolkan atau diberi penekanan tertentu, bahkan tidak jarang dengan menghilangkan aspek lain dalam rangka membentuk opini dan citra tertentu di mata khalayak sebagaimana yang diinginkan Surat Kabar Harian Timor Express.

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran



1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi merupakan tanggapan dasar atau titik tolak pemikiran yang kebenarannya dapat diterima secara umum, yang berfungsi sebagai dasar pijak yang diteliti. Dengan demikian asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah pembingkai berita tentang debat Capres dan Cawapres pada Surat Kabar Harian Umum Timor Express sesuai dengan ideologi media tersebut.

1.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan satu tipe proposisi yang langsung dapat diuji. Hipotesis adalah pernyataan atau jawaban tentatif atas masalah dan kemudian hipotesis diverifikasi hanya setelah hipotesis diuji secara empiris. Oleh karena itu hipotesis selalu mengambil bentuk atau dinyatakan dalam kalimat pernyataan dan dalam pernyataan ini secara umum dihubungkan satu atau lebih variabel dengan satu variabel lain. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Hipotesis berfungsi untuk menjembatani dunia teori dan dunia empiris (Darus, 28-29).

Dalam penelitian ini hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu dalam mengonstruksi berita tentang debat Capres dan Cawapres Surat Kabar Timor Express mengarahkan dukungannya kepada salah satu pasangan Capres dan cawapres.