

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap media mempunyai cara pandang masing-masing dalam memaknai suatu peristiwa. Begitu halnya dengan media *online* yang memiliki keunggulan pada kecepatan dalam membagikan informasi kepada khalayak dalam memahami peristiwa Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta 2017. Karena setiap isu atau peristiwa yang ditampilkan media tidak lepas dari hasil konstruksi media tersebut.

Sebab itu, *Framing* sebagai pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas. Disini, media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah diingat oleh khalayak (Eriyanto, 2012:76).

Jakarta merupakan pusat negara yang berstatus sebagai Ibu Kota Negara Indonesia, hal itu menjadikan Jakarta sebagai acuan bagi daerah lain, apalagi menyangkut Pemilihan Kepala Daerah. Karena Jakarta adalah barometer dan miniatur Republik Indonesia, hampir 70% perekonomian di Indonesia berada disana dan pusat pemerintahan serta politik ada di Jakarta. Sehingga Pilkada di DKI Jakarta selalu menjadi sorotan banyak media.¹

Pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta tahun 2017 sudah selesai dilaksanakan pada tanggal 19 April 2017, pemilihan pemimpin Jakarta ini

¹<https://nasional.kompas.com/read/2016/12/02/23151391/ini.alasan.pemberitaan.pilkada.dki.jakarta.mendominasi>, diakses 26 Maret 2018

diwarnai dengan antusias masyarakat yang begitu besar. Tingkat partisipasi warga Jakarta pada putaran kedua ini yang mendekati 78% mengalahkan partisipasi masyarakat nasional pada Pilpres (Pemilihan Presiden) 2014 lalu yang hanya mencapai 70%.²

Pada pemilihan kali ini dilaksanakan dua kali putaran, yang awalnya diikuti oleh tiga pasangan calon (paslon), namun yang berhasil masuk dalam putaran kedua, hanya paslon nomor 2 dan paslon nomor 3 yaitu Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saiful Hidayat, Anies Baswedan dan Sandiga Uno. Selama masa kampanye setiap paslon selalu menampilkan program terbaik mereka untuk DKI Jakarta. Sehingga menyebabkan pertarungan yang sengit terhadap dua kubu tersebut dalam masa kampanye pilkada DKI Jakarta 2017.

Pada tanggal 30 April 2017, KPU DKI Jakarta telah mengeluarkan hasil rekapitulasi penghitungan suara tingkat provinsi. Penghitungan suara berdasarkan rekapitulasi KPU tingkat Kabupaten/Kota di enam wilayah DKI yaitu KPU Kabupaten Kepulauan Seribu, KPU kota Jakarta Utara, KPU Kota Jakarta Pusat, KPU Kota Jakarta Timur dan Jakarta KPU Kota Jakarta Selatan. Dari hasil penghitungan suara ditetapkan perolehan pasangan calon nomor urut 2 Basuki Tjahaja Purnama-Syaiful Djarot 2.350.366 atau 42,04 persen. Selanjutnya pasangan calon nomor urut 3 Anies Baswedan Rasyid-Sandiaga Salahudin Uno meraup suara 3.240.987 atau 57,96 persen.³ Berdasarkan hasil tersebut KPU DKI

² <http://kpu.go.id/index.php/post/read/2017/5710/Situng-KPU-Hanya-Data-Pembanding-Hasil-Resmi-Tetap-Rekapitulasi-Manual>, diakses 26 Maret 2018

³ <https://kpujakarta.go.id/view-berita/kpu-dki-tetapkan-hasil-rekap-perolehan-suara-putaran-kedua>, diakses 26 maret 2018

Jakarta menetapkan Anies dan Sandi sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur terpilih pada Pilgub 2017 yang ditetapkan pada tanggal 5 Mei lalu.

Adapun Visi dan Misi yang diusung oleh pasangan yang terbentuk oleh koalisi dua partai yaitu antara Partai Gerindra dan Partai Keadilan Sejahtera sebagai berikut: Visi yaitu Jakarta sebagai kota yang maju dan beradab dengan seluruh warga yang merasakan keadilan dan kesejahteraan. Sedangkan misinya adalah (1) Membangun manusia Jakarta menjadi warga yang berdaya dengan menghadirkan kepemimpinan humanis serta mengayomi, penggerak birokrasi yang efektif, menjaga stabilitas dan keterjangkauan harga bahan pokok, membangun sektor kesehatan, pendidikan, kebudayaan serta menyelesaikan masalah-masalah sosial. (2) Membangun lingkungan kota Jakarta secara berkelanjutan dengan perencanaan yang memperhatikan daya dukung lingkungan dan sosial. (3) Membangun kesejahteraan dengan menciptakan lapangan kerja, pembangunan infrastruktur, dan penanggulangan masalah mobilitas warga kota.⁴

Ada tiga program prioritas yang dimiliki Pasangan Anies-Sandi dari 23 program yang dijanjikan selama masa kampanye. Yaitu mendorong warga menjadi wirausahawan melalui program OKE-OCE (*One Kecamatan One Center Entrepreneurship*), jaminan pendidikan yang tuntas dan berkualitas melalui program KJP (Kartu Jakarta Pintar) Plus, dan penyediaan barang kebutuhan pokok yang terjangkau lewat penyederhanaan rantai distribusi. Selain itu ada juga janji non program yang diusung oleh Anies-Sandi yaitu rumah DP (*Down Payment*) 0 persen, menghentikan proyek reklamasi, membangun stadion, dan menutup hotel

⁴ <http://jakartamajubersama.com/visi-misi>, diakses 26 maret 2018

Alexis. Dimana program-program tersebut masih menjadi polemik dan banyak mendapat kritisi dari berbagai pihak, serta paling ditunggu realisasinya.⁵

Pada Pilgub 2017 kali ini, isu SARA muncul sehingga memberikan efek sosial dikalangan masyarakat dan menambah panasnya persaingan politik pada Pilgub DKI Jakarta. Adanya isu sara tersebut, tim Anies-Sandi dianggap mendapat keuntungan dari isu yang melibatkan Ahok lawannya tersebut atas kasus penistaan agama. Adanya isu SARA yang menyebut adanya unsur agama pada karakteristik pemilih tahun ini.⁶

Namun survei yang dilakukan Poltracking menunjukkan pasangan Anies dan Sandi mempunyai program unggulan Oke-Oce yang berfokus pada penyediaan lapangan pekerjaan, serta adanya DP Rumah 0% bagi warga Jakarta yang akan menarik pemilih rasional yaitu pemilih yang melihat dari segi visi dan misi serta program kerja.⁷

Lepas dari sengitnya persaingan Pilgub DKI Jakarta sudah selesai dilaksanakan dengan aman dan hasil tertinggi diraih oleh Anies dan Sandi pada Pilgub DKI Jakarta 2017, namun tidak berarti Anies dan Sandi lepas dari pemberitaan mengenai mereka. Hal tersebut juga dimaknai berbeda oleh setiap media. Beberapa media mungkin memiliki bahan yang sama untuk diberitakan, namun setelah dijadikan tulisan hasilnya tentu akan berbeda. Setiap media memiliki cara pandang masing-masing terhadap suatu isu. Hal ini sesuai dengan dua aspek yang ditekankan dalam penelitian *framing*. Pertama, memilih fakta atau

⁵ <https://nasional.kompas.com/read/2017/04/23/07161241/djan.faridz.harap.anies.sandi.penuhi.janji.kampanye>, diakses 26 Maret 2018

⁶ <https://www.kompasiana.com/fauzialviyasin/pemenang-pilkada-jakarta-putaran-dua>, diakses 26 Maret 2018

realitas. Hal ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput (dipilih) dan tidak diliput (dibuang). Kedua, menuliskan fakta. Gagasan ini diungkapkan dengan kata, kalimat, dan foto untuk mendukung gagasan (Eriyanto, 2012, p. 81).

Berbagai hal yang terjadi, fakta, orang, diabstraksikan menjadi peristiwa yang kemudian hadir di hadapan khalayak. Jadi dalam penelitian *framing*, yang menjadi titik persoalan adalah bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi oleh media. Lebih spesifik, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Sehingga yang menjadi titik perhatian bukan apakah media memberitakan positif atau negatif, melainkan bagaimana yang dikembangkan oleh media (Eriyanto, 2012, p. 7).

Begitu juga dengan pemberitaan media *online* yang ada di Indonesia. Dimana dengan munculnya media *online*, membuat informasi atau berita yang disebarkan menjadi lebih cepat dan dapat diakses kapan pun dan dimana pun oleh masyarakat dengan adanya koneksi internet. Dengan munculnya media *online* ini, informasi dari sebuah peristiwa akan sangat cepat dapat disampaikan oleh pemilik media kepada masyarakat melalui pemberitaan di media *online* (Romli, 2012, p. 20).

Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat konstruksi pemberitaan pada media *online* di Kompas.com mengenai Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017. Pemilihan media massa *online* ini, didasari dengan jumlah pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di media *online* paling banyak ditempati oleh Kompas.com, yakni sebanyak 1.743. Kemudian di urutan kedua ditempati *Tribunnews.com* dengan jumlah 1.368 pemberitaan. *Detik.com* menempati urutan ketiga dengan jumlah pemberitaan sebanyak 1.255.

Republika.co.id berada di posisi keempat dengan jumlah berita sebanyak 1.095, disusul oleh *Merdeka.com* dengan jumlah pemberitaan sebanyak 1.081.⁸

Dari 5 media online berita yang peneliti amati sebelumnya yaitu Kompas.com, Tribunnews.com, Detik.com, Republika.co.id, dan Viva.co.id terkait dengan pemberitaan Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Anies-Sandi Setelah Pilgub DKI Jakarta 2017. Peneliti mendapatkan ada 190 pemberitaan di Kompas.com, 159 pemberitaan di Tribunnews.com, 132 pemberitaan di Detik.com, 132 pemberitaan di Republika.co.id, dan 54 pemberitaan di Viva.co.id sebagai penulis melihat Kompas.com memberi porsi yang cukup besar dalam pemberitaan mengenai Anies-Sandi dibandingkan media *online* lain. Sehingga terdapat pembingkaiian berita dalam media *online* tersebut terhadap Pilgub DKI Jakarta 2017.

Namun dari segi pemberitaan kompas.com tidak adil dalam memberikan ruang terhadap Anies-Sandi dibandingkan Ahok-Djarot yang merupakan lawan Anies-Sandi mendapatkan ruang yang lebih lapang, serta porsi pemberitaan yang lebih besar dibandingkan Anies-Sandi. Dalam hal ini Menunjukkan kompas.com sebagi media partisipan yang memposisikan diri kepada lawan politik Anies-Sandi yaitu Ahok-Djarot.⁹

Latar belakang di atas penulis dapat mengambil sebuah judul “**Analisis Framing Pemberitaan Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017 di Kompas.com (Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki)**”.

⁸<https://nasional.kompas.com/read/2016/12/02/23151391/ini.alasan.pemberitaan.pilkada.dki.jakarta.mendominasi>, diakses 26 Maret 2018).

⁹ <https://www.kompasiana.com/issonkhairul/kompas-com-vs-ahok-dan-anies>, diakses 5 Maret 2018)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimanakah Pembingkai Pemberitaan Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017 di Kompas.com berdasarkan sintaksis, skrip, tematik dan retorik?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui cara Kompas.com membingkai Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017 di Kompas.com, dilihat dari cara media menyusun fakta (struktur sintaksis).
2. Mengetahui cara Kompas.com membingkai Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017 di Kompas.com, dilihat dari cara media mengisahkan fakta (struktur skrip).
3. Mengetahui cara Kompas.com membingkai Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017 di Kompas.com, dilihat dari cara media menulis fakta (struktur tematik).
4. Mengetahui cara Kompas.com membingkai Janji Kampanye Anies-Sandi Sebelum dan Sesudah Pilgub DKI Jakarta 2017 di Kompas.com, dilihat dari cara media menekankan fakta (struktur retorik).

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini, secara akademis diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa FISIP Universitas Andalas, khususnya program Studi Ilmu

Komunikasi mengenai analisis *framing* dalam metodologi kualitatif. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana media dalam membingkai suatu realitas. Kemudian penelitian ini juga sekaligus memperkaya kajian mengenai penggunaan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam analisis teks pemberitaan di media *online*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini, secara praktis diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat agar lebih kritis dalam menerima pemberitaan yang disampaikan oleh media.



