

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PILKADA langsung sudah dilakukan berkali-kali di Indonesia, namun adanya konflik horizontal maupun vertikal baik menjelang, pada saat pelaksanaan bahkan sesudah pelaksanaan masih sering terjadi. Fenomena itu memalingkan tujuan PILKADA langsung dari ingin menciptakan pemerataan kesejahteraan hasil pembangunan masyarakat lokal, tetapi yang terjadi malah menciptakan ajang konflik di antara masyarakat lokal (Mahi, 2015:173). Hal itu dikarenakan ideologi masyarakat seringkali hanya merupakan ideologi sekelompok orang atau elite tertentu atau penguasa yang ada dalam masyarakat tersebut. Oleh karena itu, ideologi kerap hanya merupakan pembenaran dari mekanisme kekuasaan yang dominan dalam masyarakat. Unsurnya yang dominan adalah “tujuan yang diharapkan” (Mallarangeng dalam Sobur, 2015).

Pada 27 Juni 2018, Kota Padang telah melaksanakan pesta demokrasi atau PILKADA (Pemilihan Kepala Daerah) serentak yang dilaksanakan diseluruh Indonesia. PILKADA kali ini terbilang cukup ketat persaingannya karena masing-masing kandidat merupakan petahana vs petahana yaitu Walikota Padang H. Mahyeldi Ansharullah S.P dan Wakilnya Ir. H. Emzalmi, M.Si. Oleh karena itu, hal ini menjadi sumber perhatian besar bagi masyarakat.

Berdasarkan pada UU Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2016 pasal 71 ayat 3, bahwa Gubernur atau Wakil Gubernur, Bupati atau Wakil Bupati, dan Walikota atau Wakil Walikota dilarang menggunakan kewenangan, program, dan kegiatan yang menguntungkan atau merugikan salah satu pasangan calon baik di daerah sendiri

maupun di daerah lain dalam waktu 6 (enam) bulan sebelum tanggal penetapan pasangan calon terpilih. Maka peneliti memilih rentang waktu untuk melakukan penelitian terhitung dari bulan September 2017 hingga bulan Februari 2018, yaitu sebelum para cawako cuti dari jabatannya.

Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Padang berperan sebagai penyalur informasi dan pengelolaan internal. Bagian Humas juga menyebarkan berita terkait kegiatan Pemko Padang. Berita pada hakikatnya bukan ditulis untuk mencatat sesuatu, tetapi untuk menyampaikan sesuatu kepada khalayak. Sebagai hasil konstruksi dari suatu realitas, sudah tentu teks berita menggunakan pembingkai sebagai stimuli psikologis. Teks berita mengandung sejumlah perangkat retorik yang akan berinteraksi dengan memori khalayak dengan penonjolan isu-isu penting dengan makna yang diidentifikasi secara objektif. Penonjolan isu-isu di media inilah yang disebut sebagai agenda media, yang akan berkorelasi atau berhubungan dengan agenda publik, yakni apa yang sedang dipikirkan dan dibicarakan orang ramai (*community salience*) (Henry,2012:14). Dalam hal ini, peneliti ingin melihat bagaimana struktur dalam setiap berita yang di-*share* oleh humas itu sendiri. Struktur tersebut bertujuan untuk melihat sejauh mana keterlibatan Bagian Humas Setdako Padang dalam PILKADA langsung tahun 2018.

Dalam penyebaran informasi kepada masyarakat Bagian Humas Setdako Padang mempunyai akun *Facebook* sebagai media sosial resmi dengan nama akun “Humas Kota Padang”. Akun tersebut membagikan kabar berita online terkait Kota Padang setiap harinya dan menjadi rujukan informasi bagi media cetak maupun elektronik lainnya di Kota Padang. Adapun diantaranya adalah pemberitaan menjelang PILKADA. Akun *Facebook* Bagian Humas Kota Padang merupakan acuan

penting terhadap perkembangan kegiatan masing-masing cawako dalam menghadapi PILKADA langsung.

Sebagai observasi awal, peneliti melakukan identifikasi data pemberitaan yang ditampilkan di akun *facebook* “Humas Pemko Padang” terkait masing-masing petahana. Dalam observasi awal menunjukkan adanya kecenderungan pemberitaan.

Vera, dalam buku Pengantar Komunikasi Massa (2010 : 113-114), mengatakan bahwa kecenderungan pemberitaan sering dikaitkan dengan teori *Agenda Setting* diperkenalkan pertama kali oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw 1972, dalam artikel yang berjudul “*The Agenda Setting Function of Mass Media*” yang dipublikasikan di jurnal “*Public Opinion Quarterly*”. Jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Maka dari itu, peneliti menggunakan analisis *framing* serta teori komunikasi massa yakni teori agenda setting. Di mana apa yang dianggap penting oleh media juga dianggap penting oleh kita selaku pembaca ataupun pemirsanya.

Dalam ranah studi komunikasi, analisis *framing* ini mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi (Sobur, 2015:162). Analisis ini dipakai 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. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan

dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Nugroho, dkk., 1999:21 dalam Sobur,2015:162).

Menurut Sobur (2015:175) salah satu model tentang perangkat *framing* yang kerap di gunakan untuk melihat upaya media mengemas berita adalah pendekatan Pan dan Kosicki. Pendekatan Pan dan Kosicki (1993) melalui tulisan mereka “*Framing Analysis : An Approach to News Discourse*” mengoperasionalisasikan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. *Frame* merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Sikap seseorang dalam memaknai suatu peristiwa, dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks berita tersebut (Sobur,2015:176).

Model lain tentang perangkat *framing* yang kerap di gunakan untuk melihat upaya media mengemas berita adalah pendekatan Robert N. Entman. Konsep framing, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media (Eriyanto 2011: 220). Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Penelitian tentang pembingkaiian berita di media online (facebook) juga telah banyak dilakukan, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Dini Safitri (2013) dengan judul penelitian Eksistensi PKS di 2014 (Studi terhadap Pola Kepercayaan dan Keyakinan PKS *Lovers* sebagai Dampak Terhadap Framing Komunikasi Politik PKS di Sosial Media dalam Pengelolaan Konflik Terkait Kasus LHI). Jika dilihat dari teknik analisis datanya, penelitian ini menggunakan metode analisis framing model Robert N. Entman dengan empat perangkat yaitu *Define Problems*, *Diagnose Cause*, *Make Moral Judgement*, dan *Treatment Recommendation* dengan menekankan pada penonjolan kerangka pemikiran, perspektif, dan konsep tentang memaknai suatu berita.

Penelitian lainnya tentang pembingkaiian berita di media online adalah penelitian yang dilakukan oleh Gema Mawardi (2012) dengan judul penelitian Pembingkaiian Berita Media Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com tanggal 7 September 2011). Berbeda dengan penelitian Dini Safitri (2013) di atas, Jika dilihat dari teknik analisis datanya, penelitian ini menggunakan analisis framing model analisis Pan dan Kosicki.

Berangkat dari berbagai latar belakang di atas, peneliti memilih judul penelitian **“Analisis Framing Pemberitaan Facebook Humas Sekretariat Daerah Kota Padang Pada PILKADA CAWAKO Tahun 2018”**. Penelitian kali ini dilakukan agar setiap tataran fenomena yang terlihat samar yaitu makna praanggapan dan opini apa yang dipakai dalam pengemasan pemberitaan, dapat dipelajari.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan permasalahan pada penelitian, yaitu: Bagaimana peran serta fungsi Bagian Humas

Setdako Padang dalam membingkai (*framing*) pemberitaan menjelang PILKADA tahun 2018 terhadap masing-masing petahana?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, diuraikan beberapa tujuan penelitian.

1. Menggambarkan bentuk pemberitaan Bagian Humas Setdako Padang sebagai peran serta fungsinya terkait pemberitaan menjelang PILKADA 2018.
2. Menganalisis pemberitaan Bagian Humas Setdako Padang pada akun *facebook* “Humas Kota Padang” jelang PILKADA 2018.
3. Mengidentifikasi unsur yang ada dalam pengemasan pemberitaan di Bagian Humas Setdako Padang.
4. Mengidentifikasi ada atau tidaknya keterkaitan atau keterlibatan subjektif Bagian Humas Setdako Padang terhadap salah satu petahana.
5. Mengetahui tujuan atau muara *framing* pemberitaan Bagian Humas Setdako Padang jelang PILKADA 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya untuk mengetahui bagaimana pemberitaan dapat mengkonstruksi suatu realitas dengan permasalahan yang berbeda.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengambil tempat sebagai salah satu upaya perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang Ilmu Komunikasi.
 - c. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam kajian analisis *framing* dalam jurnalistik *online* atau *new journalism*
2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian bersama bagaimana realitas dapat dikonstruksi oleh media dalam kegiatan sehari-hari.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pengetahuan pada masyarakat terhadap bagaimana peristiwa dipilih, dibentuk, dan disajikan dalam bentuk berita. Dengan begitu, masyarakat berusaha menjadi pembaca yang cerdas dengan selektif mengakses informasi di media massa.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap upaya penyajian berita yang objektif dari media massa secara keseluruhan khususnya Bagian Humas Setdako Padang dalam mengemas pemberitaan terhadap para cawako dalam upaya pengemasan pemberitaan tentang PILKADA.

