

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menganut asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Pemilihan Umum yang sudah diatur dalam UU Pemilu No. 7 Tahun 2017. Setiap warga negara Indonesia berhak mengikuti kegiatan Pemilihan Umum yang diadakan oleh Komisi Pemilihan Umum untuk memilih anggota legislatif pusat maupun daerah, memilih Kepala Negara dan Kepala Daerah. Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia pertama kali diadakan secara serentak pada 9 Desember 2015 dalam pilkada serentak ini dilaksanakan untuk memilih 269 Kepala Daerah (<https://www.suara.com>). Komisi Pemilihan Umum mengatakan tahun 2018 ini kembali dilaksanakan Pilkada serentak di 171 Daerah di Indonesia. Pilkada serentak ini merupakan pilkada periode ketiga yang sudah memilih 17 kepala daerah provinsi, 39 kepala daerah kota dan 115 kepala daerah kabupaten (<https://news.detik.com>). Kegiatan Pilkada merupakan kegiatan yang penting dalam politik di Indonesia.

Media dan politik memiliki kaitan yang erat. Media massa juga memiliki peran yang penting dalam dunia politik. Dalam pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah media massa dijadikan sebagai saluran penunjang dalam dunia politik. Media massa dijadikan alat untuk mempromosikan masing-masing partai politik serta menyalurkan visi-misi para calon yang ingin menjadi pemimpin. Melalui media massa masyarakat dimudahkan untuk mengetahui informasi mengenai dunia politik.

Dalam artikel yang ditulis sindonews.com, Menurut praktisi media Linda Poernomo menjelaskan bahwa media massa dan politik memiliki kaitan yang erat. Media massa memiliki peran yang penting dalam dunia politik dimana pers melakukan fungsinya untuk menyampaikan pesan dan tujuan. Media menjadi saluran komunikasi dan corong pemberitaan serta media bertugas menjaga kenetralitasan dalam setiap pemberitanya. Selain itu media massa dijadikan media mempromosikan atau mengiklankan suatu partai politik untuk meningkatkan dukungannya terhadap kandidat yang diusung.

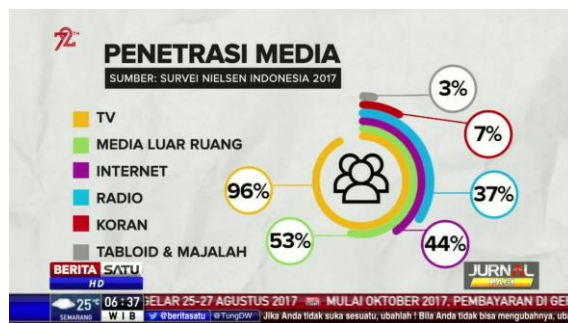
Keterlibatan media massa dalam dunia politik bisa terjadi bias dalam hal fungsi dan peran media. Kondisi ini menjadi sulit karena media massa harus menjadi kontrol

tetapi di kondisi lain mereka bisa saja dimanfaatkan oleh partai politik atau para peserta pemilu untuk berkampanye. Dengan itu pemilik media dituntut netralistanya karena pemilik media massa memiliki tanggung jawab dalam memberikan edukasi politik kepada masyarakat. Maka dari itu, para wartawan dituntut untuk mengacu pada payung kode etik jurnalis.

Komunikasi politik merupakan kegiatan yang strategis dan penting dalam sistem politik. Komunikasi politik dapat membangun kecerdasan masyarakat karena masyarakat tidak akan mudah tertipu dengan janji-janji yang diberikan oleh calon kandidat saat kegiatan kampanye. Selain itu komunikasi politik sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengetahui informasi mengenai calon kandidatnya dan komunikasi politik menjadi penunjang calon kandidat untuk membangun citranya untuk mendapat dukungan dari masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi pun berkembang secara pesat. Internet memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Informasi dapat diakses secara cepat dan mudah serta penyebarannya dapat dilakukan secara serentak. Saat ini internet bukanlah menjadi barang yang mewah, setiap lapisan masyarakat sudah mengenal dan dapat menggunakan internet hanya saja sebagian masyarakat masih belum bisa menggunakan internet dengan bijak.

Menurut survey Nielsen Consumer Media View pada tahun 2017 mengatakan terdapat tiga penetrasi media yang digemari oleh masyarakat Indonesia yaitu: Televisi sebesar 96%, Media Luar Ruang sebesar 53% dan Internet sebesar 44% (<http://www.nielsen.com>).



Gambar 1.1 Survei Nielsen Indonesia 2017

Sumber: <http://www.beritasatu.tv> (diakses tanggal 23 Februari 2018 pukul 14:54 WIB)

Saat ini rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan 2 jam waktunya untuk menggunakan internet. Terkait dengan hal tersebut penyampaian berita tidak hanya

menggunakan media cetak saja, seiring perkembangan teknologi, penyampaian berita saat ini dilakukan menggunakan media online sehingga masyarakat dapat langsung mengakses berita atau informasi yang mereka inginkan. Beberapa media cetak sudah mulai menyediakan berita melalui media *online* antara lain media Kompas, Tempo, Republika, Tribun News dan Pikiran Rakyat.

Pada berita yang disampaikan BBC Indonesia, Nukman Lutfhie selaku Direktur Virtual Consulting mengatakan bahwa dengan kehadirannya internet membuat perubahan yang sangat signifikan, saat ini jumlah penjualan koran di Indonesia tidaklah menurun hanya saja pola baca menjadi berubah. Pembaca tidak lagi mencari berita utama melainkan pembaca hanya mencari opini, tokoh serta sosok yang ada dalam pemberitaan. Sejak lima tahun terakhir media cetak sudah mulai merambah media online agar para pemilik media tidak tertinggal dan guna untuk menarik generasi muda yang sudah mulai tidak mengenal media cetak sebagai media informasi.

Selain itu, menurut praktisi media Budiono Darso mengatakan banyak perusahaan media cetak mulai menyediakan media online karena memiliki peminat yang lebih banyak. Namun tidak semua media cetak beralih ke media online karena pemilik media menganggap harian cetak masih diminati di kalangan masyarakat. Media cetak takkan pernah mati hanya saja *platformnya* yang berbeda. Dulu media yang diminati adalah media cetak namun saat ini media *online* yang diminati dan belum tahu untuk masa depan seperti apa (<https://www.antaranews.com>).

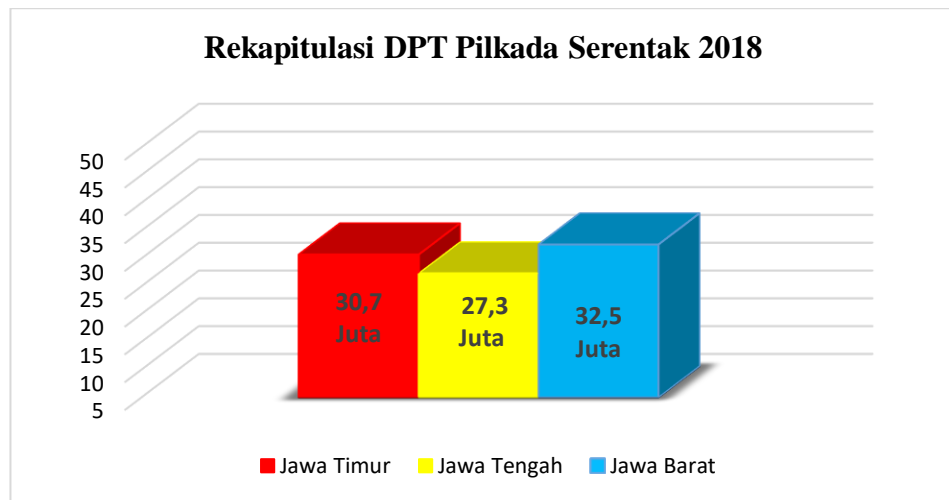
Kebutuhan akan informasi politik membuat masyarakat mencari media yang mudah diakses dan cepat. Sehingga media *online* menjadi salah satu media yang akan memberikan informasi mengenai dunia politik. Informasi politik pada media *online* mampu menjangkau seluruh masyarakat luas dari berbagai lapisan. Saat ini para remaja terlihat jarang membaca berita melalui media cetak, mereka memilih untuk mengakses berita melalui telepon gengam (*smartphone*).

Keberadaan media *online* memiliki peran penting di masyarakat terutama pada saat kegiatan kampanye pemilihan kepala daerah. Hal tersebut disampaikan oleh media *online* suara.com. Menurut Luh Rinti selaku pengamat politik mengatakan bahwa keberadaan media *online* dan media sosial memiliki peran yang penting di era globalisasi dalam pelaksanaan Pilkada karena sebagian masyarakat telah memiliki *smartphone*. Keberadaan telepon genggam memungkinkan kegiatan kampanye mudah

dilakukan dimasyarakat. Namun masyarakat harus lebih teliti dan kritis dalam menyikapi berita-berita yang tersebar di media *online* maupun media sosial.

Dalam Pilkada serentak periode ketiga ini Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu provinsi dari 17 daerah yang sudah memilih kepala daerahnya dengan jumlah pemilih terbanyak dibandingkan dengan daerah lainnya.

Tabel 1.1 Jumlah Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak 2018



Sumber: <http://detiknews.com> dan <http://tribunnews.com>
(diakses 5 Maret 2018 pukul 16:50 WIB)

Sebanyak 32,5 juta daftar pemilih tetap sudah memilih Kepala Daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak Periode Ketiga ini. Pemberitaan mengenai kandidat pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat cukup ramai diberitakan pada media massa. Sindonews.com mengatakan bahwa Jawa Barat merupakan provinsi dengan daftar jumlah pemilih tetap terbanyak di Indonesia, sehingga kegiatan Pilkada Jawa Barat ini cukup ramai di diberitakan dan menjadi topik utama khususnya bagi simpatisan partai politik karena pada Pilkada Jawa Barat ini dapat menjadi acuan partai politik dalam Pemilu 2019 mendatang.

Dalam Pilkada 2018 Jawa Barat memiliki empat kandidat yang akan berlaga dalam Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat yang terdiri dari: (1) Ridwan Kamil dan UU Ruzhanul Ulum yang diusung oleh PPP, PKB, Nasdem dan Hanura, (2) Deddy Mizwar dan Dedi Mulyadi yang diusung oleh Golkar dan Demokrat, (3) Sudrajat dan

Ahmad Syaikhu yang diusung oleh Gerindra, PKS dan PAN, (4) TB Hasanuddin dan Anton Charliyan yang diusung oleh PDIP.

Pada pelaksanaan kampanye, para calon kandidat saling menyampaikan visi dan misi serta janji-janji yang akan mereka berikan jika terpilih nanti. Media massa menjadi salah satu faktor penyaluran informasi dari masing-masing kandidat. Pemberitaan empat kandidat pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat menjadi berita yang hangat untuk diliput baik itu melalui media elektronik, media cetak maupun media *online*. Saat ini masyarakat dapat menikmati informasi dengan mudah yaitu melalui media *online*. Tidak hanya media *online* nasional saja yang memberitakan Pilkada Jawa Barat, media *online* lokal pun menyajikan pemberitaan mengenai calon kandidat dalam Pilkada Jawa Barat 2018.

Terdapat tiga media *online* lokal yang cukup besar memberitakan masing-masing calon kandidat yaitu *pikiran-rakyat.com*, *jabarekspres.com* dan *jabar.tribunnews.com*. Pemilihan media *online* lokal dalam penelitian ini dirasa tepat karena isu yang dibahas merupakan isu regional Jawa Barat mengenai pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat sehingga media *online* lokal lebih banyak memberitakan mengenai calon kandidat.

Tabel 1.2 Jumlah Pemberitaan Calon Kepala Daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018



Sumber: *pikiran-rakyat.com*, *jabarekspres.com* dan *jabar.tribunnews.com* (diakses pada tanggal 7 Januari-27 Januari 2018)

Dari data diatas dapat dilihat, selama periode bulan Januari hingga Februari 2018 terdapat 452 pemberitaan yang dilakukan oleh tiga media *online* lokal Jawa Barat mengenai pasang calon Kepala Daerah yang terdiri atas: 112 pemberitaan dari pikiran-rakyat.com, 77 pemberitaan dari jabarekspres.com dan 263 pemberitaan dari jabar.tribunnews.com. Dengan jumlah yang sudah dihitung, peneliti melihat bahwa terdapat dua media *online* yang memiliki pemberitaan kandidat Kepala Daerah Jawa Barat yang tinggi. Penelitian ini akan memfokuskan pada pemberitaan kunjungan ke pasar basah yang dilakukan oleh kandidat Kepala Daerah Jawa Barat dalam rangka kegiatan kampanye. Pemelihan berita tersebut bermaksud untuk mengetahui bagaimana calon kandidat Kepala Daerah berdialog dengan masyarakat khususnya pada masyarakat sosial-ekonomi menengah ke bawah. Selain itu berita yang dipilih disesuaikan dengan lokasi dan waktu yang sama.

Pada penelitian ini, penulis memilih dua media *online* lokal yang akan diteliti yaitu pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com. Pemilihan dua media *online* lokal tersebut didasari dengan banyaknya jumlah pemberitaan yang dilakukan selama bulan Januari hingga Februari 2018. Selain itu, pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com memiliki kolom khusus untuk pemberitaan seputar Pilkada Serentak. Pada pikiran-rakyat.com terdapat kolom khusus Pilkada 2018 sedangkan jabar.tribunnews.com memiliki kolom khusus Pilgub Jabar 2018. Adanya kolom khusus ini membuat masyarakat lebih mudah dan cepat mengakses berita seputar Pilkada Jawa Barat.

Dalam pemberitaa terdapat pembingkaiian berita yang dilakukan oleh media. Pembingkaiian berita yang dilakukan oleh media memiliki tujuan yang berbeda selain itu pembingkaiian berita dipengaruhi oleh ideologi masing-masing media dan penulisnya sehingga dapat terjadi keberpihakan pada suatu pemberitaan. Pembingkaiian pemberitaan mengenai pasang calon kandidat Kepala Daerah Jawa Barat pun dibingkaii bermacam-macam oleh media. Fakta dalam suatu peristiwa merupakan hasil konstruksi sehingga realitasnya bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konspsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda (Eriyanto, 2012: 22).

Konstruksi suatu berita bergantung dari ideologi pembuat berita, seperti pemberitaan mengenai Kandidat Pemilihan Kepala Daerah Jawa Barat khususnya pada isu elektabilitas masing-masing calon. Dari beberapa berita yang ada, peneliti akan memberikan satu contoh berita mengenai persaingan pasang calon kandidat Kepala Daerah Jawa Barat.



Gambar 1.2 Survey Elektabilitas Calon Kandidat Kepala Daerah Jawa Barat
Sumber: <http://jabar.tribunnews.com> (diakses pada tanggal 13 Februari 2018 pukul 15:03WIB)

Berita ini menjelaskan hasil survei elektabilitas calon kandidat kepala daerah Jawa Barat. Dalam survei ini mengatakan bahwa dukungan partai politik tidak berpengaruh penting terhadap tingkat elektabilitas calon kandidat. Dalam berita ini disebutkan juga elektabilitas kandidat dapat dilihat berdasarkan tingkat pengenalan dan popularitas, tingkat keberhasilan atau kesuksesan serta dukungan partai politik.

Pemberitaan mengenai kandidat Kepala Daerah Jawa Barat menjadi isu hangat yang diperbincangkan di masyarakat. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pembingkai media *online* pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com dalam kasus tersebut dengan menggunakan analisis *framing*. Alasan menggunakan analisis *framing* karena menurut peneliti analisis framing adalah analisis yang digunakan untuk membandingkan beberapa media yang membahas suatu peristiwa atau isu sesuai dengan ideologi masing-masing media. Analisis *framing* merupakan analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas serta melihat bagaimana peristiwa dipahami dan di bingkai oleh media. Terdapat dua esensi utama dalam analisis *framing*, Pertama, bagaimana peristiwa dimaknai yaitu berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan bagian mana yang tidak diliput.

Kedua, bagaimana fakta itu ditulis yaitu berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat dan gambar untuk mendukung gagasan (Eriyanto,2012: 11).

Dalam penelitian ini analisis *framing* yang digunakan adalah model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang memiliki perangkat *framing* yang terdiri dari unsur sintaksis (penyusunan fakta), struktur skrip (mengisahkan fakta), struktur tematik (menuliskan fakta) dan struktur retorik (menekankan fakta). Model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menggunakan pendekatan linguistik seperti penggunaan kata, pembentukan kalimat dan pemilihan struktur suatu berita yang dibingkai oleh media. Oleh karena itu analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki akan terlihat pbingkai media pada suatu peristiwa mengenai kandidat Kepala Daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 khususnya pada pemberitaan kunjungan pasar yang dilakukan oleh kandidat Kepala Daerah Jawa Barat dalam rangka kegiatan kampanye pada media *online* pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Strategi Kampanye dalam Pemberitaan Kegiatan Kampanye Kandidat dalam Pilkada Serentak 2018 (Analisis *Framing* Pada Media pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com Periode Januari-Februari 2018)** dengan menggunakan model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki dapat diketahui keberpihakan sebuah media yang akan terlihat melalui struktur kalimat dalam penyampaian pemberitaan.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah “Bagaimana konstruksi berita pada media pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com terhadap pemberitaan Kandidat Kepala Daerah Jawa Barat dalam pilkada serentak periode Januari – Februari 2018?”

Dalam penelitian ini permasalahan yang akan diangkat penulis antara lain:

1. Bagaimana konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur sintaksis?
2. Bagaimana konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur skrip?

3. Bagaimana konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur tematik?
4. Bagaimana konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur retorik?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 yang ditinjau dari struktur sintaksis.
2. Untuk mengetahui konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur skrip.
3. Untuk mengetahui konstruksi pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur tematik.
4. Untuk mengetahui pemberitaan strategi kampanye yang dilakukan oleh kandidat kepala daerah Jawa Barat dalam Pilkada Serentak 2018 ditinjau dari struktur retorik

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi dan menjadi referensi bagi mahasiswa untuk mengadakan penelitian dimasa mendatang dengan metode analisis *framing*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis adalah pbingkaiian berita yang dilakukan oleh media *online* dalam menyampaikan informasi serta dapat

menjadi masukan bagi pihak media khususnya media pikiran-rakyat.com dan jabar.tribunnews.com

1.5 Tahapan Penelitian

Adapun beberapa tahapan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data berupa naskah berita pada media pikiran.rakyat.com dan jabar.tribunnews.com pada pemberitaan kegiatan kampanye kandidat kepala daerah Jawa Barat pada Pilkada Serentak 2018 periode Januari – Februari 2018.
2. Mengidentifikasi data berupa naskah berita.
3. Menganalisis naskah berita berdasarkan model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Kosicki meliputi:
 - a. Menganalisa unsur sintaksis meliputi *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
 - b. Menganalisis unsur skrip meliputi 5W+1H pada naskah berita.
 - c. Menganalisis unsur tematik berupa paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
 - d. Menganalisis unsur retorik meliputi kata, idiom, gambar/foto, grafik.
4. Membuat kesimpulan dari hasil penelitian.