

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Langkah Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta ternyata tidak berjalan mulus. Pada rapat Paripurna tanggal 26 Februari 2015, anggota DPRD DKI Jakarta sepakat untuk mengeluarkan hak angket terhadap Ahok. Hak angket merupakan hak DPRD untuk melakukan penyelidikan terhadap suatu kebijakan pemerintah yang penting dan strategis dan berdampak luas pada kehidupan masyarakat yang diduga bertentangan dengan peraturan UU (<http://news.detik.com/read/2015/02/26/150730/2843986/10/ini-alasan-dprd-dki-ajukan-hak-angket-terhadap-ahok?n991104466>, diakses tanggal 31 Maret 2015 pukul 21:31 WIB)

Alasan dikeluarkannya hak angket terhadap Ahok adalah bahwa Dewan menganggap ada kesalahan prosedur dan pelanggaran UU yang dilakukan oleh Ahok dalam pengajuan APBD DKI Jakarta tahun 2015. APBD yang diajukan Ahok ke Mendagri bukan merupakan hasil pembahasan bersama anggota DPRD DKI. Alasan lain dikeluarkannya hak angket tersebut adalah gaya bicara Ahok yang kasar dan kotor dianggap sebagai pelanggaran etika kepala daerah.

Hak angket menjadi kontroversi dikarenakan sebelum hak angket dikeluarkan, hubungan DPRD DKI dan Ahok memanas lantaran saling tuding mengenai keaslian APBD DKI Jakarta tahun 2015 yang ditolak oleh Kemendagri. DPRD menilai penyebabnya adalah karena Ahok menyerahkan APBD yang beda

dengan yang disetujui bersama. Sementara Ahok mengakui bahwa dirinya memang tidak mengirimkan draft APBD yang telah disepakati tersebut karena dia menilai ada dana siluman yang tiba-tiba muncul di draft tersebut. Saling tuding menyebabkan hubungan mereka memanas sehingga akhirnya DPRD DKI mengeluarkan hak angket terhadap Ahok.

Pengamat politik dari Universitas Nasional, Ansy Lema, menilai hak angket terhadap Ahok penuh keganjilan dan keanehan. Menurutnya, angket tersebut tidak mungkin bisa objektif karena didasari dendam politik DPRD terhadap Ahok dan soal etika tidak bisa diangkat karena dalam definisi hak angket, yang bisa diangkat adalah kebijakan strategis yang merugikan kepentingan publik secara luas (<http://www.beritasatu.com/aktualitas/260274-pengamat-hak-angket-terhadap-ahok-penuh-keganjilan.html>, diakses tanggal 7 April 2015 pukul 19:33).

Terlepas dari keganjilan dan keanehan hak angket, berbagai ormas di Jakarta justru mendukung dan menyerukan agar DPRD DKI Jakarta terus meneruskan hak angket terhadap Ahok. Dukungan tersebut datang dari Front Pembela Islam (FPI), Laskar Pembela Islam (LPI), Gerakan Masyarakat Jakarta (GMJ), Front Betawi Bersatu (FBB), dan lain-lain (<http://news.detik.com/read/2015/03/24/101233/2867765/10/massa-ormas-demo-di-kebon-sirih-minta-dprd-teruskan-angket-dan-usir-ahok?n992204fksberita>, diakses tanggal 7 April 2015, pukul 19:56 WIB).

Dengan adanya penolakan maupun dukungan terhadap hak angket, tentunya tidak lepas dari kontroversi. Kontroversi tersebutlah yang membawa peristiwa ini mempunyai nilai berita dan dilihat media sebagai sesuatu yang penting untuk disajikan kepada khalayak, terlebih jabatan Gubernur Jakarta tentunya menjadi perhatian dari seluruh Indonesia bahkan dunia dikarenakan Jakarta merupakan Ibukota Republik Indonesia. Selain itu hak angket terhadap Ahok ini dapat beresiko pemakzulan atau pemberhentian Ahok dari kursi Gubernur DKI Jakarta apabila Ahok terbukti bersalah melanggar UU. Kontroversi dan nilai berita yang menjadikan peristiwa ini menjadi penting bisa dibuktikan dengan riset yang dilakukan oleh Cyrus Network, dimana sebanyak 54,8 persen warga mengaku mengikuti perseteruan antara DPRD DKI Jakarta dan Ahok (<http://megapolitan.kompas.com/read/2015/03/25/22580901/Masyarakat.Bisa.Menghadang.Hak.Angket.terhadap.Ahok>, diakses tanggal 8 April 2015 pukul 13:55 WIB).

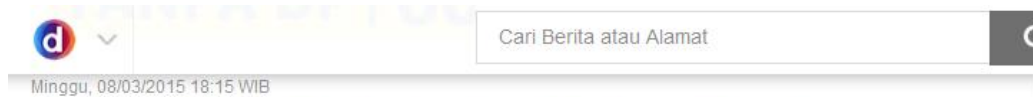
Ketertarikan masyarakat akan isu hak angket tersebut mengharuskan setiap orang ingin cepat mengetahui perkembangan isu tersebut. Nilai berita dan ketertarikan masyarakat inilah yang mendorong media ramai memberitakan isu hak angket. Dengan adanya internet dan berkembangnya teknologi seperti *smart phone* memungkinkan setiap orang dapat mengakses informasi dengan cepat. Hal ini didukung dengan adanya surat kabar dalam bentuk *online* seperti Detik.com dan Kompas.com yang dengan mudah dapat diakses oleh pengguna internet melalui komputer maupun *smart phone*.

Sebagai surat kabar dalam bentuk *online* yang telah lama ada di Indonesia, Detik.com dan Kompas.com ramai memberitakan isu hak angket terhadap Ahok. Isu tersebut menjadi topik utama dalam penyajian berita Detik.com dan Kompas.com. Hal ini terlihat pada kolom “Fokus Berita” situs Detik.com dimana isu hak angket diberi topik tersendiri dengan judul “Ahok VS Politisi Kebon Sirih” sedangkan situs Kompas.com memberi topik isu tersebut pada kolom “Topik Pilihan” dengan judul “Hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok”. Selain itu, pemberitaan isu hak angket terkadang menjadi tampilan awal apabila kita membuka situs Detik.com maupun Kompas.com, dengan kata lain isu hak angket ini menjadi perhatian khusus dari Detik.com dan Kompas.com.

Dalam menyajikan suatu peristiwa, terkadang media cenderung berbeda dalam melakukan pemberitaan. Hal ini tergantung bagaimana media melihat suatu peristiwa dan ditonjolkan dalam setiap pemberitaannya. Seperti halnya Detik.com dan Kompas.com dalam memberitakan tentang hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok. Detik.com dan Kompas.com menyajikan isu tersebut dengan bingkai tertentu untuk disajikan kepada khalayak. Seperti pada saat memberitakan alasan dan tanggapan atas dikeluarkannya hak Angket terhadap Ahok. Detik.com dan Kompas.com sama-sama memberitakan hal tersebut seperti berikut:

Gambar 1.1

## Ketua DPD: Hak Angket Bukan Untuk Jatuhkan Gubernur



# Ketua DPD: Hak Angket Bukan Untuk Jatuhkan Gubernur

Mulya Nurbilkis - detikNews



**Jakarta** - Anggota DPRD DKI saat ini sedang menggulirkan hak angket untuk menyelidiki persoalan APBD 2015 yang membuat hubungannya dengan Gubernur DKI Jakarta Basuki T Purnama (Ahok) tak harmonis. Ketua DPD Irman Gusman mengingatkan bahwa hak angket tidak boleh untuk menjatuhkan gubernur DKI.

"Kalau hak anget hanya untuk melihat benar atau tidak, silakan tapi bukan untuk jatuhkan gubernur ya. Supaya orang jadi terbuka," kata Irman usai diskusi di Senayan City, Jakpus, Minggu (8/3/2015).

Ia mengatakan hak angket adalah hak yang dimiliki anggota DPR dan sah-sah saja dilakukan. Hanya saja, ia mengingatkan fungsi hak angket itu yakni menyelidiki kebijakan pemerintah daerah yang dinilai melanggar undang-undang.

Irman mengapresiasi langkah Ahok yang melaporkan adanya dugaan korupsi dalam APBD DKI 2014. Namun, ia meminta kisruh politik antara Ahok dan DPRD tak berlarut-larut dan merugikan masyarakat.

"Tentu harus tidak perlu merugikan rakyat karena waktunya sudah terlambat, gubernur harus mengeluarkan Pergub untuk tetap bisa lanjutkan APBD 2014, Pergub itu supaya ada payung hukum biar APBD 2014 bisa dilaksanakan, sehingga masalah ini tak ganggu pelayanan masyarakat," pungkasnya.

Sumber: <http://news.detik.com/read/2015/03/08/181528/2852834/10/ketua-dpd-hak-angket-bukan-untuk-jatuhkan-gubernur?n992204fksberita>, diakses tanggal 27 Mei 2015 pukul 19:38 WIB


Gambar 1.2

## Hak Angket, Ahok, dan Akrobat Politik DPRD DKI

**KOMPAS.com**

### Hak Angket, Ahok, dan Akrobat Politik DPRD DKI

Rabu, 11 Maret 2015 | 09:08 WIB



Alsadad Rudi

Ketua DPRD DKI Jakarta Prasetyo Edi Marsudi (tengah) didampingi empat wakilnya, masing-masing (dari kiri) Abraham Lunggana, Mohamad Taufik, Trivisaksana, dan Ferial Sofyan, usai rapat paripurna pengajuan hak angket ke Gubernur Basuki Tjahaja Purnama, di Gedung DPRD DKI, Kamis (26/2/2015).

**Terkait**

- Perusahaan yang Minat Kelola GOR Kecamatan di DKI Bisa ikut Proses Lelang
- Ahok: Mau Cari Sejuta KTR, Lu Kira Gampang?
- Prabowo: Kalau Saya Digusur seperti itu, Saya Bunuh Orangnyanya kalau Perlu
- Ahok Sebut Pemprov DKI Dapat Hibah Lahan 11,5 Hektar di Kemayoran

**JAKARTA, KOMPAS.com** - Selama sebulan terakhir, jagad politik DKI Jakarta diwarnai dengan wacana pengguliran hak angket bagi Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok. Tim angket yang beranggotakan 32 anggota DPRD pun telah mulai bekerja untuk menyelidiki dugaan pelanggaran undang-undang dan etika oleh Ahok.

Para legislator Ibu Kota menuding Ahok telah melakukan pelanggaran undang-undang terkait langkahnya menyerahkan draf Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (RAPBD) yang bukan hasil pembahasan dengan DPRD. Sementara, terkait pelanggaran etika, Ahok dinilai sering mengarahkan opini negatif publik terhadap anggota DPRD.

Pengamat kebijakan publik Agus Pambagio menilai, tujuan pembentukan panitia hak angket hanyalah akrobat politik para politisi. Apalagi kalau buka demi popularitas. Agus tak yakin DPRD akan menindaklanjuti dengan serius jika memang ada pelanggaran yang dilakukan oleh Ahok. Ingar bingar ini diprediksi akan berakhir antiklimaks.

"Ini hanya sekedar akrobat politik dari para badut-badut. Sekarang satu per satu udah pada *nyabut*, bentar lagi juga bubar," kata Agus, kepada *Kompas.com*, Rabu (11/3/2015).

Selain itu, menurut Agus, Ahok juga mendapatkan keuntungan dalam keramaian ini. Ia menilai, Ahok juga menikmati akrobat politik yang dimainkan para anggota DPRD. Kesempatan ini, kata Agus, dimanfaatkan Ahok untuk menunjukkan bahwa ia adalah pemimpin yang tegas dan tak kenal kompromi.

"Ahok juga menikmati euforia ini. Kan dia bisa marah-marah, terutama marahin anggota DPRD," ujar Agus.

Lalu, apa untungnya kerluhan ini bagi masyarakat? Tak ada. Menurut Agus, persoalan ini justru merugikan masyarakat karena mengakibatkan pengesahan RAPBD menjadi APBD terbengkalai.

"Haji Lulung makin terkenal, padahal air di rumah kita enggak jalan," kata dia.

Oleh karena itu, Agus berharap agar Ahok dan DPRD bisa saling mendinginkan hati masing-masing dan duduk bersama menyelesaikan persoalan. "Jadi, sudah lah. Akhiri saja yang kayak begini-begini. Masyarakat *udah males*," ujar Agus.

Untuk mempercepat pengesahan RAPBD, Agus berharap Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo turun tangan apabila Ahok dan DPRD DKI tak kunjung menemui kata sepakat.

"Mendagri sahkan aja, terserah mau yang versi mana. Jangan malah jadi *mencia-mencie*," kata Agus.

6  
Share  
17  
Tweet  
7  
komentar  
0  
+1

### Sumber:

<http://megapolitan.kompas.com/read/2015/03/11/09084201/Hak.Angket.Ahok.dan.Akrobat.Politik.DPRD.DKI>, diakses tanggal 27 Mei 2015, pukul 20:06 WIB

Dari dua pemberitaan diatas terlihat agak berbeda dimana Detik.com memberitakan bahwa hak angket bukanlah suatu cara yang dilakukan DPRD DKI Jakarta untuk melengserkan Ahok dari kursi kepemimpinan Jakarta dan lebih menekankan bahwa hak angket merupakan penyelidikan terkait dugaan pelanggaran UU yang dilakukan Ahok dan langkah DPRD dinilai sangat wajar dalam fungsinya sebagai pengawas dalam setiap kebijakan-kebijakan pemerintah, narasumbernya ketua DPD. Sedangkan pada Kompas.com memberitakan bahwa langkah DPRD DKI Jakarta dalam mengeluarkan hak angket terhadap Ahok merupakan suatu akrobat politik DPRD untuk meraih popularitas semata dan narasumbernya merupakan pengamat kebijakan publik.

Dalam proses hak angket terhadap Ahok tentunya DPRD DKI Jakarta memerlukan bukti kuat pelanggaran UU yang dilakukan Ahok. Salah satu proses mencari bukti tersebut dapat dilihat pada saat dipanggilnya Istri Ahok oleh panitia Angket. Namun dalam pemberitaannya, Detik.com dan Kompas.com memberitakan isu tersebut dengan sudut pandang yang berbeda seperti pada pemberitaan berikut:

## Gambar 1.3

### Hadiri Rapat Revitalisasi Kota Tua Jadi Alasan Tim Angket Panggil Istri Ahok

Stock | Fu | Cari Berita atau Alamat

Jumat, 13/03/2015 07:56 WIB

## Hadiri Rapat Revitalisasi Kota Tua Jadi Alasan Tim Angket Panggil Istri Ahok

Mulya Nurbilkis - detikNews



foto: Veronica Tan (detikcom)

**Jakarta** - Tim angket DPRD DKI yang dibentuk untuk menyelidiki APBD 2015 saat ini sedang memanggil pihak terkait dari Pemprov DKI dan DPRD. Namun tiba-tiba tim ini akan memanggil istri Gubernur DKI Basuki Tjahaja Purnama, Veronica Tan.

Apa maksud pemanggilan tersebut?

"Dalam pertemuan bisa membahas anggaran APBD soal program belanja revitalisasi museum Kota Tua. Itu kan anggarannya ada di Dinas Pariwisata. Kok selevel istri gubernur membahas anggaran. Ada apa?" kata salah satu anggota Tim Angket DPRD, Tubagus Arif saat dihubungi detikcom, Kamis (13/3/2015).

Pemanggilan istri Ahok ini ternyata berkaitan dengan kehadiran Veronica dalam rapat panitia revitalisasi Kota Tua di Balai Kota, Kamis (5/3) lalu. Kehadiran Veronica diketahui dari foto rapat yang beredar luas. Dalam foto itu terlihat Veronica duduk di kursi pimpinan bersama adik Ahok Harry Basuki dan Deputi Gubernur bidang Pariwisata Sylviana Murni. Keberadaan Veronica dibenarkan oleh Sylviana dengan mengatakan bahwa ibu 3 anak itu hanya datang untuk berdiskusi dengan tim revitalisasi Kota Tua.

Menurut Tim Angket, karena berhubungan dengan salah satu program pembangunan kota Jakarta dan menyangkut anggaran maka dia menilai tak ada yang salah dengan pemanggilan tersebut.

"Karena untuk melakukan investigasi dan ini berkaitan dengan anggaran dan kita sedang menyelidiki kejanggalan di APBD 2015 karena itu dia (Veronica) kita panggil. Kita bisa panggil seluruh pihak terkait bahkan seorang ahli loh. Jadi apa yang salah?" sambung politisi PKS ini.

Alasan serupa juga disampaikan anggota tim angket lainnya yakni, Prabowo Soenirman mengatakan pemanggilan Veronica terkait rapat revitalisasi Kota Tua. "Mungkin soal rapat-rapat yang dilakukan dengan SKPD," ucap Prabowo.

Soal pemanggilan ini, Gubernur DKI Basuki Tjahaja Purnama merasa heran karena merasa tim angket melenceng dari tujuan awal mengusut dana APBD 2015. Menurutnya, DPRD harus membuat tim angket sendiri untuk memanggil istrinya terkait program revitalisasi Kota Tua.

"Panggil alasan apa? Masalah apa? Angket anggaran panggil istri saya dasarnya apa? Iya dong. Harusnya bikin panitia angket khusus memanggil istri Gubernur," kata Ahok kepada wartawan di kantornya, Kamis (12/3).

**Ikuti berbagai berita menarik hari ini di program "Reportase Sore" TRANS TV Senin sampai Jumat pukul 16.45 WIB**

(bil/jor)

Sumber: <http://news.detik.com/read/2015/03/13/075640/2857575/10/hadiri-rapat-revitalisasi-kota-tua-jadi-alasan-tim-angket-panggil-istri-ahok?n992204fksberita>, diakses tanggal 29 Mei 2015, pukul 14:07 WIB



Gambar 1.4

## Panggil Istri Ahok Panitia Angket DPRD DKI Dipertanyakan Logika Hukumnya

**KOMPAS.com**

### Panggil Istri Ahok, Panitia Angket DPRD DKI Dipertanyakan Logika Hukumnya

Jumat, 13 Maret 2015 | 15:05 WIB



Alsadad Rudi

Rapat hak angket yang digelar di Gedung DPRD DKI, Jumat (13/3/2015). Rapat digelar dalam rangka mendengarkan keterangan Deputy Gubernur DKI bidang Pariwisata Sylviana Murni, terkait kapasitas Veronica Tan dan Harry Basuki dalam sebuah rapat di Balai Kota DKI Jakarta.

**Terkait**

Taufik: Semua Tergantung PDIP ...

Taufik Kritik Anggota DPRD yang Tidak Dukung HMD

Jika HMP terhadap Ahok Gagal, Ikhlaslah Fraksi-fraksi Pengusung?

Alotnya Proses HMP Ahok dan Semangat Anggota Dewan yang Memudar

**JAKARTA, KOMPAS.com** — Pakar hukum tata negara, Margarito Kamis, tak habis pikir dengan tindakan tim hak angket DPRD Jakarta terhadap istri Gubernur DKI Jakarta, Veronica Tan. Sebab, menurut dia, pemanggilan tersebut tak berdasar.

"Sulit dapat logika hukumnya. Fokus hak angket itu kan APBD. Kenapa tiba-tiba CSR? Itu tidak ada kaitannya dengan hak angket DPRD DKI Jakarta," kata Margarito kepada wartawan di Jakarta, Jumat (13/3/2015)

Menurut Margarito, tim hak angket tidak memiliki landasan hukum memanggil istri Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) itu, kecuali, kata dia, tim hak angket DPRD Jakarta mempersoalkan pengelolaan perusahaan milik daerah atau BUMD.

"Jadi, kalau fokus penyelidikan tim angket ke pengelolaan uang daerah, bisa. Tapi, tim angket yang sekarang tidak. Tidak ada kaitannya istri Ahok dengan penyusunan APBD. Kalau CSR itu kan realisasi keuangan daerah, ini pembahasan angket DPR baru tahap desain anggaran soal belanja dan biaya, bukan realisasi," ujarnya.

Karena itu, ujar dia, istri Ahok berhak menolak datang. Margarito justru menyarankan Veronica menyiapkan alasan logis secara hukum untuk menolak pemanggilan tim hak angket itu.

"Istri Ahok tolak saja pemanggilan itu. Beri keterangan hukum yang logis. Soalnya tidak ada kaitannya dengan dirinya," kata Margarito. **(Edwin Firdaus)**

7.3k  
Share

84  
Tweet

44  
komentar

2  
8+1

### Sumber:

<http://megapolitan.kompas.com/read/xml/2015/03/13/15051131/Panggil.Istri.Ahok.Panitia.Angket.DPRD.DKI.Dipertanyakan.Logika.Hukumnya>, diakses tanggal 29 Mei 2015 pukul 14:12 WIB

Dua contoh diatas kembali memperlihatkan perbedaan sisi penyampaian informasi dari Detik.com dan Kompas.com. Detik.com memberitakan alasan dipanggilnya istri Ahok terkait hak angket adalah sesuatu yang wajar dengan memilih narasumber dari panitia hak angket. Sedangkan pada Kompas.com memberitakan bahwa pemanggilan istri Ahok dalam proses penyelidikan hak angket merupakan tindakan cacat hukum dan tidak mempunyai dasar hukum yang kuat dalam proses penyelidikan hak angket dengan memilih narasumber pakar hukum tata negara.

Dibalik perbedaan pemberitaan Detik.com dan Kompas.com sebenarnya ada pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Pesan merepresentasikan ideologi institusi media yang bersangkutan. Ideologi itulah yang menjadi dasar dalam kebijakan redaksional tiap media dan akan tercermin dalam pemberitaannya. Perbedaan ideologi media tersebut bisa dilihat dari visi misi media, pemilik media, dan orang-orang yang memiliki pengaruh besar dalam suatu institusi.

Bila dilihat dalam konteks ideologi, tentunya kedua media tersebut sangat berbeda. Perbedaan ideologi dalam hal kepemilikan media misalnya, dimana Detik.com merupakan media *online* milik Chairul Tanjung (pemilik Trans Corp) dimana Chairul Tanjung mempunyai latar belakang sebagai pengusaha dan merupakan salah satu orang terkaya di Indonesia. Sedangkan Kompas.com dibawah Kompas Gramedia adalah milik dari Jacob Oetama yang merupakan seorang pengusaha dan memiliki ilmu dalam bidang jurnalisme.

Alasan lain peneliti memilih Detik.com dan Kompas.com sebagai media yang ingin diteliti karena kedua media tersebut merupakan surat kabar *online* yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet. Hal ini dapat dilihat pada *website* Alexa.com (penghitung trafik internet pada sebuah situs) dimana Detik.com menduduki peringkat pertama dan Kompas.com peringkat kedua dalam hal situs media *online* yang sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia (www.alex.com, diakses tanggal 29 Mei 2015 pukul 15:00 WIB).

Pemilihan surat kabar *online* dalam hal ini dikarenakan seiring perkembangan zaman, dengan adanya internet dan banyaknya teknologi yang berkembang seperti adanya *smartphone* membuat setiap orang lebih mudah mengakses dan mendapatkan informasi. Melalui internet sangat memungkinkan setiap orang untuk mengetahui informasi paling baru yang terjadi diseantero jagat hanya dalam hitungan detik. Selain itu, sudah mulai canggihnya berbagai *smartphone* yang beredar di pasaran semakin membuat surat kabar *online* berlomba-lomba untuk menyajikan berita secara cepat dan akurat.

Dalam menyajikan suatu informasi terkadang masing-masing media mempunyai kacamata dan pesan tersendiri yang ingin disampaikan dalam merekonstruksi pemberitaannya. Judul, *lead*, dan narasumber yang berbeda akan membentuk opini dan pemahaman yang berbeda pula untuk pembaca. Untuk mengetahui bagaimana media merekonstruksi peristiwa dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisis *framing*. Analisis *framing* inilah yang akan digunakan dalam menganalisis pemberitaan hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok di surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com.

Penelitian dengan menggunakan analisis *framing* pada Detik.com dan Kompas.com pernah dilakukan sebelumnya oleh Mohamed Harjantho Puspongoro, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penelitiannya, Harjantho mengangkat pemberitaan pengangkatan wakil menteri oleh Presiden SBY di media *online* Detik.com dan Kompas.com pada bulan Oktober 2011. Skripsi tersebut diterbitkan tahun 2012.

Berita adalah hasil konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologis, dan nilai-nilai dari wartawan antar media, wartawan sudah memiliki gambaran dari *angle* dimana dia menulis sebuah berita. Selain itu bisa pula dilihat dari pemilihan narasumber yang cenderung mengakomodir sudut pandang tertentu untuk menggiring pemahaman khalayak akan suatu isu tertentu seperti halnya surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com dalam melihat suatu peristiwa khususnya hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang kedua media tersebut dengan menggunakan metode analisis *framing* dimana yang menjadi fokus penelitian adalah pemberitaan selama bulan Maret 2015 mengenai hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang di paparkan di atas, permasalahan yang ingin diangkat peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *framing* pemberitaan hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok dalam surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com?

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konstruksi pemberitaan hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok di surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana peristiwa di konstruksi dan dibingkai oleh surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com pada pemberitaan hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok selama bulan Maret 2015.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konstruksi pemberitaan hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok di surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan, referensi, dan kajian bagi mahasiswa yang meminati studi analisis *framing*.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dan mahasiswa yang ingin mengetahui *framing* pemberitaan hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok yang diberitakan oleh surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com periode bulan Maret 2015.

## E. Kerangka Teori

### 1. Konstruksi Realitas Media Massa

Konstruksi realitas lahir dari pandangan kaum konstruktivisme. Pandangan Konstruktivisme pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang terbit di tahun 1966 dengan judul “*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*”. Berger dalam pandangan konstruktivismenya melihat bahwa realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi (Eriyanto, 2002: 15).

Dalam proses konstruksi realitas, Berger membagi tiga tahapan peristiwa, **Pertama**, Eksternalisasi. Eksternalisasi yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik. **Kedua**, objektifitas. Objektifitas adalah hasil dari apa yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari hasil kegiatan eksternalisasi manusia. **Ketiga**, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial (Bungin, 2006: 11).

Burhan Bungin dalam buku Sosiologi Komunikasi (2006) melihat **media massa** sebagai variabel atau fenomena yang sangat *substansif* dalam proses konstruksi sosial atau realitas. Menurut Bungin, inti konstruksi sosial media massa terletak pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sehingga

konstruksi sosial berlangsung juga dengan sangat cepat dan dengan sebaran yang merata. Konstruksi sosial media massa melengkapi konstruksi sosial atas realitas, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media sebagai faktor utamanya (Bungin, 2006: 203).

Media massa memilih realitas mana yang diambil dan mana yang tidak diambil. Selain itu secara sadar atau tidak sadar media massa juga memilih aktor yang dijadikan sumber berita, sehingga hanya sebagian saja dari sumber berita yang tampil dalam pemberitaan. Berita yang disajikan selain menggambarkan realitas dan menunjukkan pendapat sumber berita, juga menggambarkan konstruksi realitas dari media itu sendiri. Media massa juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa lewat bahasa yang digunakan dalam pemberitaan. Media massa dapat membingkai suatu peristiwa dengan bingkai tertentu yang pada akhirnya menentukan bagaimana cara khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kaca mata tertentu (Eriyanto, 2002: 22-24).

Konstruksi realitas terbentuk terbentuk bukan hanya dari cara media memandang realitas, tapi kehidupan politik tempat media itu berada. Sistem politik yang diterapkan sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu sehingga mempengaruhi cara media massa tersebut mengkonstruksi realitas. Menurut Hamad, karena sifat dan faktanya bahwa tugas redaksional media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka tidak berlebihan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (Hamad, 2004: 55).

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa realitas yang terjadi saat ini dikonstruksi oleh media dan disajikan kepada masyarakat tidak sesuai dengan apa yang terjadi namun dibentuk dan dikonstruksi sesuai dengan pandangan dari masing-masing media. Media massa mengkonstruksi sedemikian rupa realitas dengan menonjolkan/sama sekali menghilangkan setiap fakta yang ada, salah satunya untuk memuluskan kepentingan dari media massa tersebut.

Untuk memahami bagaimana konstruksi realitas yang terjadi dalam media massa, maka ada beberapa dasar yang perlu mendapat perhatian. Dasar-dasar dari pandangan konstruksionis terhadap media, wartawan, dan berita. Seperti yang diutarakan oleh Eriyanto berikut ini:

1. Fakta/peristiwa adalah hasil konstruksi: Sebuah fakta yang sama bisa dilihat berbeda ketika ia dipandang dengan cara berbeda. Maka dalam hal ini, suatu peristiwa diciptakan oleh wartawan yang memiliki sudut pandang tertentu, untuk kemudian diinformasikan kepada khalayak.
2. Media adalah agen konstruksi: Menurut Eriyanto, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Media dapat dengan “bebas” memilih, realitas mana yang diambil, dan mana yang tidak diambil, mana yang dikaburkan dan mana yang mendapat penekanan.
3. Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanyalah konstruksi dari realitas: Merujuk pada poin pertama, ketika fakta dan peristiwa adalah hasil konstruksi wartawan, maka tidak ubahnya dengan berita. Dalam



prosesnya, berita adalah hasil konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Menurut Eriyanto (2002: 26), semua proses konstruksi (mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan) memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak.

4. Wartawan bukan pelapor. Ia agen konstruksi realitas: Wartawan menjadi individu yang menafsirkan peristiwa untuk kemudian menuliskannya menjadi berita. Wartawan selalu mendapat pengaruh dari luar ketika melakukan peliputan. Secara langsung maupun tidak langsung, wartawan juga turut mengkonstruksi peristiwa yang dilihatnya dengan sudut pandang tertentu.
5. Etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan adalah bagian yang integral dalam produksi berita: Wartawan dalam proses produksi berita mendapat pengaruh baik dari dalam maupun dari luar dirinya. Pengaruh tersebut adalah bagian yang tidak terpisahkan dan akan selalu melekat dalam diri wartawan ketika dia melihat dan menuliskan suatu peristiwa (Eriyanto, 2002: 19-32).

Isi media adalah hasil para pekerja mengkonstruksikan realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas politik. Pada umumnya terdapat tiga tindakan yang biasa dilakukan perkerja media massa (setiap orang yang bekerja pada organisasi media), khususnya oleh para komunikator massa (sejumlah orang dari pekerja media yang bertanggung jawab atas editorial sebuah media), tatkala melakukan konstruksi realitas politik yang berujung pada

pembentukan makna atau citra mengenai sebuah kekuatan politik (Hamad, 2004: 57-58). Tiga tindakan tersebut dijelaskan oleh Alex Sobur sebagai berikut:

1. Dalam hal pilihan kata (simbol) politik. Sekalipun media massa hanya bersifat melaporkan, namun telah menjadi sifat dari pembicaraan politik untuk selalu memperhitungkan simbol politik. Dalam konteks ini, sekalipun melakukan pengutipan langsung (*direct quotation*) atau menjadikan seseorang komunikator politik sebagai sumber berita, media massa tetap terlibat langsung ataupun tidak langsung dengan pilihan simbol yang digunakan sumber tersebut. Tetapi manakala media massa membuat ulasan, sebutlah editorial, pilihan kata itu ditentukan sendiri oleh sang komunikator massa.

2. Dalam melakukan pemingkanaan (*framing*) peristiwa politik. Untuk kepentingan pemberitaan, komunikator massa seringkali hanya menyoroti hal-hal yang “penting” (mempunyai nilai berita) dari sebuah peristiwa politik. Dari segi ini saja, mulai terlihat ke arah mana pembentukan (formasi) sebuah berita. Ditambah pula dengan berbagai kepentingan, maka konstruksi realitas politik sangat ditentukan oleh siapa yang memiliki kepentingan (menarik keuntungan atau pihak mana yang diuntungkan) dengan berita tersebut.

3. Menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa politik. Dalam hal ini besarnya perhatian masyarakat terhadap suatu isu amat bergantung

seberapa besar media memberikan perhatian pada isu tersebut (Sobur, 2012: 166-167).

Dalam melakukan tiga tindakan itu boleh jadi suatu media dipengaruhi oleh berbagai faktor internal berupakebijakan redaksional tertentu mengenai suatu kekuatan politik, kepentingan politik para pengelola media, relasi media dengan sebuah kekuatan politik tertentu, dan faktor eksternal seperti tekanan pasar pembaca atau pemirsa, sistem politik yang berlaku, dan kekuatan-kekuatan luar lainnya. Dengan demikian, boleh jadi satu peristiwa politik bisa menimbulkan opini publik yang berbeda-beda tergantung dari cara masing-masing media melaksanakan tiga tindakan tersebut (Hamad, 2004: 2-3).

Menarik ketika kita melihat bagaimana media massa memainkan peran dalam merekonstruksi realitas politik seperti yang di tuliskan oleh Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA. (Dosen Komunikasi Politik Pascasarjana FISIP UI) dalam buku Ibnu Hamad yang berjudul “*Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*”

“Sebagai agen politik, media melakukan proses pengemasan pesan (*framing of political messages*) dan proses inilah sesungguhnya menyebabkan sebuah peristiwa atau aktor politik memiliki citra tertentu. Dalam proses pengemasan pesan ini, media dapat memilih fakta yang akan (dan yang tidak) dimasukkan ke dalam teks berita politik. Disamping itu, dalam membuat berita politik media juga bisa memilih simbol-simbol atau label-label politik. Kedua langkah inilah, ditambah dengan pemuatannya di media, yang pada akhirnya menentukan gambaran (*image*) yang terbentuk dalam benak khalayak mengenai suatu kekuatan atau aktor politik”(Hamad, 2004: xvi).

Dengan begitu, media massa di zaman kebebasan pers saat ini mempunyai kekuatan yang sangat besar dalam mengkonstruksi realitas politik. Hal tersebut tidak bisa di pungkiri karena daya jangkau media yang sangat luas dan mampu melewati batas wilayah geografis maupun demografis dalam menyebar luaskan informasi. Oleh karena itu media saat ini telah menjadi alat politik dari para kelompok-kelompok tertentu untuk membangun citra atau menjatuhkan citra dari aktor politik.

## **2. Produksi Berita Dalam Media**

### **2.1. Konsep Berita**

Berita adalah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa. Dalam menulis berita, seorang wartawan harus mengedepankan fakta dan tidak memasukkan opini atau pendapat pribadi. Fakta dan pendapat pribadi harus dipisahkan secara tegas, bahkan dalam penulisan berita diusahakan tidak memasukkan pendapat pribadi (Djuraid, 2007:9).

Berita didefinisikan oleh William S. Maulsby sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut (Sumadiria, 2005: 64).

Berita dapat dikategorikan dalam tiga macam, yaitu berita berat (*hard news*), berita ringan (*soft news*), dan berita mendalam (*indepht news*).

a. Berita berat (*hard news*)

Berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. *Hard news* tergolong berita langsung, sama halnya dengan *straight news* dan *sport news*. Aktualitas merupakan unsur penting dari berita langsung

b. Berita ringan (*soft news*)

*Soft news* sering kali disebut juga dengan *feature*, yaitu berita yang biasanya menyuguhkan cerita seseorang, binatang, benda, tempat, hingga sebuah kegiatan unik. Lebih mengandung emosi bagi para pembaca seperti kegembiraan, kelucuan ataupun kemarahan. Isinya ringan, tidak terikat aktualitas dan berfungsi sebagai penghilang penat setelah membaca *hard news*.

c. Berita mendalam (*indepht news*)

Berita yang memfokuskan pada peristiwa/fakta atau pendapat yang mengandung nilai berita dan merupakan pengembangan dari berita yang sebelumnya. Berita mendalam menempatkan fakta dan atau pendapat pada satu mata rantai laporan berita dan merefleksikan masalah dalam konteks yang lebih luas. Contohnya adalah berita kompeherensif, berita interpretatif, dan berita investigatif (Suryawati, 2011: 70).

Berita itu sendiri terdiri dari tiga bagian. Awal yang disebut *lead*, pertengahan yang disebut tubuh (*body*) berita dan penutup (*ending*). *Lead* berupa kalimat atau paragraf yang mengajak atau mengusik pembaca agar mau melanjutkan membaca. Isinya satu atau beberapa fakta dasar, yakni siapa, apa,

bila, di mana, mengapa, bagaimana, lalu apa. Dasar ini dikenal sebagai 5W+1H seperti yang diperkenalkan Rudyard Kipling. Tubuh berita (*body*) berisi fakta atau kutipan yang mendukung *lead*, termasuk menyebutkan (*attribution*) sumber informasi. Penutup (*ending*), umumnya berisi kutipan sumber utama yang menyimpulkan isu keseluruhan, penjelasan mengenai tindakan selanjutnya atau fakta tambahan lain (Ishwara, 2007: 98).

Karena pada dasarnya berita bersifat informatif maka ada rumus yang wajib digunakan dalam penyusunan suatu berita, rumus tersebut adalah **5W+1H**. Terdiri dari elemen: *What* (apa), *Who* (siapa), *Where* (dimana), *When* (kapan), dan *Why* (mengapa) ditambah *How* (bagaimana).

- a. *What* atau apa yang terjadi. Faktor utama sebuah berita adalah peristiwa atau keadaan. Misalnya, peristiwa kriminal seperti perampokan, pencurian, penipuan, pembubuhan, dan tindak kekerasan yang lain. Bukan hanya peristiwa, misalnya keadaan seperti seorang tokoh yang berbicara mengenai suatu masalah.
- b. *Where* atau tempat kejadian yaitu tempat peristiwa atau keadaan.
- c. *When* atau waktu sebuah peristiwa atau kejadian terjadi. Bisa disebut dengan pagi, siang, sore, atau malam. Atau bisa disebutkan dengan hitungan jam, menit, sampai detik.
- d. *Who* atau tokoh yang menjadi pemeran utama dalam berita. Tokoh dalam berita adalah orang yang paling tahu dan berperan penting dalam peristiwa.
- e. *Why* atau pertanyaan untuk menguak mengapa sebuah peristiwa bisa terjadi. Pertanyaan ini bisa dikembangkan menjadi bahan berita

selanjutnya. Sebab dari penyebab ini akan akan diketahui banyak hal dibalik kejadian tersebut.

- f. *How* adalah bagaimana sebuah peristiwa dapat terjadi termasuk akibat yang ditimbulkan dari peristiwa tersebut (Djuraid, 2007: 69).

Dari segi materi isi, pemberitaan dapat dikelompokkan dalam berita politik dan berita utama. Mempunyai nilai berita (*news value*) yang cukup tinggi, bersifat aktual, menarik perhatian serta dianggap penting oleh sebagian besar khalayak pembaca (Sumadiria, 2005: 67).

Umumnya ada lima kriteria sebuah informasi dikatakan memiliki nilai berita, yaitu: kekinian (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), keterkenalan (*prominence*), dampak (*consequence*), dan daya tarik manusiawi (*human interest*) (Kusumaningrat, 2005: 61-64). Kriteria tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kekinian (*timeliness*) dalam pemberitaan adalah suatu hal yang sangat populer dan menjadi trend masa kini yang ada di masyarakat atau sesuatu hal yang sangat hangat diperbincangkan. Pada dasarnya hakikat berita adalah menyampaikan informasi terbaru. Disisi lain, masyarakat pembaca atau penikmat media memang membutuhkan berita-berita terhangat. Itu sebabnya media-media massa bersaing untuk menampilkan berita terkini (Wayan, 2013: 39).
2. Selain aspek kekinian, sebuah informasi juga masih harus dilihat dari sisi kedekatan secara geografi atau emosional dengan pembaca. Karakteristik konsumen media memang lebih memilih berita yang terjadi dilingkungan terdekatnya atau secara emosional mereka merasa memiliki hubungan dengan materi atau sumber berita (Wayan, 2013: 40).
3. Kelayakan sebuah berita juga berkaitan dengan aspek keterkenalan, dalam hal ini *public figure* atau orang-orang yang penting dan memiliki daya tarik tinggi di masyarakat. Sebagai orang yang berpengaruh terlebih lagi pengambil kebijakan, gerak gerik, pernyataan hingga kehidupan pribadinya ingin diketahui masyarakat. Oleh karena itu, ada ungkapan *personage make*

*news* (tokoh membuat berita) dan *news about prominent persons make copy* (tokoh-tokoh terkenal membuat naskah berita) (Kusumaningrat, 2005: 63).

4. Penting juga mengukur luasnya dampak yang ditimbulkan dari peristiwa yang diberitakan. Luasnya dampak ini menunjukkan karakter informasi yang disajikan termasuk berita besar atau berita biasa. Keluasan dampak suatu peristiwa dapat diuji dari seberapa banyak orang yang terkena dampaknya, seberapa luas dan seberapa lama (Kusumaningrat, 2005: 63).
5. Pembaca juga membutuhkan berita-berita ringan atau berita yang menyentuh hakikat kemanusiaannya. Oleh karena itu daya tarik manusiawi juga menjadi faktor penentu media dalam menyajikan berita. Daya tarik manusiawi sebuah berita bisa berkaitan dengan ketegangan (*suspense*), ketidaklaziman (*unusualness*), minat pribadi (*personal interest*), konflik (*conflict*), simpati (*sympathy*), kemajuan (*progress*), seks (*sex*), usia (*age*), binatang (*animals*) serta humor (Kusumaningrat, 2005: 64).

## 2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemberitaan

Berita secara umum adalah sumber informasi yang bernilai fakta dan tidak memihak. Namun dalam prakteknya saat ini berita dijadikan suatu alat untuk menjatuhkan atau memberikan citra yang baik untuk tiap individu atau instansi. Oleh karena itu berita sekarang tidak lagi memuat nilai-nilai sebagai sumber informasi namun dijadikan alat politik. Dari situlah media bisa dikatakan mempunyai faktor-faktor tertentu dalam melakukan pemberitaan.

Shoemaker dan Reese menerangkan bahwasanya proses pembentukan berita tidak dapat dibayangkan sebagai proses menulis realitas sesuai dengan realitas yang sebenarnya, akan tetapi berita yang sudah dimuat dan melalui berbagai proses yang panjang dan rumit. Berita yang telah jadi akan mempengaruhi media tersebut seperti intervensi dan perang kepentingan. Oleh karenanya Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese membagi lima factor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media, yakni sebagai berikut:



1. Faktor individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur, atau agama, dan sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. Latar belakang pendidikan, atau kecenderungan orientasi pada partai politik sedikit banyak bisa mempengaruhi profesionalisme dalam pemberitaan media.
2. Rutinitas media, berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Pada umumnya setiap media mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja tulisan sebelum sampai ke proses publikasi, siapa penulisnya, siapa editornya, dan seterusnya.
3. Organisasi. Ini berhubungan dengan struktur organisasi dan kebijakan dari organisasi. Dalam hal ini wartawan dan pengelola media bukan orang tunggal yang menentukan sebuah berita. Di dalam organisasi media memiliki bagian masing-masing dan mempunyai strategi yang berbeda untuk mencapai tujuan dan target masing-masing. Oleh karenanya elemen tersebut mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap, dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

4. Ekstra media. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan diluar media seperti sumber berita dan sumber penghasilan media. Meskipun berada diluar organisasi media, hal ini sedikit banyak dalam banyak kasus mempengaruhi pemberitaan media.
5. Ideologi, diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak kongkret, level ideologi ini abstrak. Pengaruh Ideologi akan memandang pekerja media memiliki kekuasaan yang besar dalam mendefinisikan realitas kepada khalayak (Shoemaker & Reese, 1996: 29).

### 2.3. Berita *Online* dan Produksi Berita Dalam Media *Online*

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan adanya tuntutan perubahan bentuk berita, dari pers cetak dan *broadcast* menjadi bentuk berita elektronik (*E-News*). Berita elektronik khususnya lewat internet sekarang berkembang pesat, dimana hampir tiap surat-kabar dan majalah di Indonesia sudah mengembangkan edisi *online*.

Dalam *online news* penulisan berita bergeser dari seragam (perscetak) ke personal dengan format penulisan pendek, tajam (*snappier*), dan bergaya percakapan. Karena mengajak pembaca menjadi partisipan. Pembaca dapat merespon secara langsung kepada materi yang disajikan reporter *online*, entah lewat *e-mail*, fasilitas *online reply*, model forum diskusi, *submit* artikel, respon

langsung atas komentar-komentar dari pembaca lain atau lewat jajak pendapat *online* (Priyana, 2003: 116).

Unsur aktualitas berita dalam media *online* menjadi sangat mutlak, karena khalayak pembaca *online* umumnya aktif dan menyukai eksplorasi isi *website*. Namun di sisi lain, unsur kesetiaan konsumen terhadap surat kabar/ majalah/ lembaga penyedia berita *online* mudah beralih karena meluapnya informasi dan banyak pilihan-pilihan berita *online* dari sumber lain. Konsumen leluasa memilih berita *online* mana yang diperlukan. Disamping itu, ada faktor psikologis *mouse click*, dimana konsumen mudah untuk berpindah dari satu halaman web ke halaman web lainnya (Priyana, 2003: 117).

Dari fenomena tersebut di atas, maka model penulisan berita *online* yang baik, dalam arti betul-betul dibaca oleh pengakses berita di internet adalah menggunakan model *inverted pyramid* (piramida terbalik). Dimana dalam penulisan ini reporter meletakkan ide utama (makna utama) pada awal paragraf, diikuti oleh keterangan, fakta, tanda, petunjuk (*evidence*). Sedangkan format penulisan tetap mengedepankan unsur 5 W + 1 H sebagai unsur mutlak dalam jurnalisme. Penulisan media web model *inverted pyramid* menjadi lebih mengena kepada pembaca, karena secara psikologis desain, pembaca tidak menyukai *scroll down* teks yang panjang pada *browser* (Priyana, 2003: 117-118).

Orang membaca sesuatu di monitor komputer biasanya bersifat *scanning*, sekilas dari atas ke bawah. Pojok kiri ke kanan, dan seterusnya.

Mereka ingin mengetahui sesuatu dengan cepat. Karenanya, *layout* (tataletak) *homepage* sebuah *online news* -halaman pertama ketika akses sebuah *website* yang berisi *headline news* dan informasi terdepan dibuat dalam kalimat pendek, yang bisa langsung menggaet mata pembaca (*eye catching*), dengan detail berita pada link di *headline news* sebagai halaman berikut untuk konteks beritanya. Tampilan *headline news* disertai dengan kalimat pendek mempermudah pembaca untuk mempercepat *scanning* berita yang disajikan (Priyana, 2003: 118).

Sama seperti surat kabar, media *online* memiliki berbagai macam rubrik dan bagian lain dari media cetak. Namun demikian media *online* memiliki beberapa kelebihan dibandingkan media cetak lain, diantaranya berita yang *up to date*, pembaca media *online* dapat mengakses berita hari ini secara langsung tanpa harus membaca berita esok harinya. Di media *online* pembaca dapat berinteraksi secara langsung dengan redaksi media dengan memberikan komentar atau tanggapan terhadap pemberitaan yang dimuat secara langsung melalui kolom tanggapan yang disediakan oleh media *online* yang bersangkutan (Presanov, 2006: 22-23).

Sebetulnya tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan antara media *online* dengan media cetak. Perbedaan yang paling mencolok adalah mediumnya, media *online* secara *virtual* dan media cetak secara tercetak. Karena itu, secara teknis ada hal-hal tertentu yang mau tidak mau membuat keduanya berbeda. Perbedaan teknis media cetak dan media *online* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

Perbedaan Teknis Media *Online* dengan Media Cetak

Unsur	Media Cetak	Media <i>Online</i>
Pembatasan Panjang Naskah	5 hingga 7 halaman kuarto	Tak ada batasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah sepanjang apapun. Namun demi kecepatan akses, keindahan desain dan alasan lain maka perlu dihindari penulisan naskah yang panjang
Prosedur naskah	Naskah harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat	Sama saja, namun beberapa media <i>online</i> mempercayakan kepada wartawan untuk meng- <i>upload</i> sendiri tulisannya.
Editing	Kalau sudah naik cetak (di-film-kan pada proses percetakan) tidak dapat di edit lagi.	Walaupun sudah <i>online</i> , masih bisa di edit dengan leluasa.
Tugas Desainer atau <i>Layouter</i>	Tiap edisi, desainer atau <i>layouter</i> tetap bekerja untuk menyelesaikan desain pada edisi tersebut	Desainer dan <i>programmer</i> cukup bekerja sekali saja, yakni diawal pembuatan situs web. Selanjutnya tugas mereka hanya pada masalah <i>maintenance</i> atau ketika perusahaan memutuskan untuk merubah desain dan sebagainya. Karena setiap kali redaksi meng- <i>upload</i> naskah, naskah langsung masuk ke desain secara otomatis.
Jadwal terbit	Berkala (harian, mingguan, bulanan dan sebagainya)	Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.
Distribusi	Walau sudah selesai dicetak, media tersebut belum bisa langsung dibaca oleh khalayak ramai sebelum melalui proses distribusi.	Begitu di- <i>upload</i> , setiap berita dapat langsung dibaca oleh semua orang diseluruh dunia yang memiliki akses internet.

Sumber: (Presanov, 2006: 23-24)

Dari dua perbedaan teknis pada media cetak dan *online* dapat di katakan bahwa proses produksi berita dalam media *online* berbeda dengan media cetak.

Dalam proses pembuatan berita media cetak melalui prosedur *editing* oleh editor. Walau semua sudah ditulis oleh wartawan namun editor mempunyai peran untuk mengubah atau menampilkan mana yang akan diberitakan. Dikarenakan juga halaman cetak yang tidak terlalu banyak. Namun hal tersebut tidak berlaku untuk media *online* yang dimana wartawan bisa menulis langsung berita di media *online* dan di *upload* dengan sendirinya.

Dalam hal waktu, media cetak perlu menunggu waktu percetakan dan waktu penerbitan. Seperti suatu peristiwa yang terjadi di malam hari tidak dapat langsung dimuat pada saat itu juga, namun baru bisa dimuat keesokan paginya dikarenakan jadwal terbit media cetak tersebut adalah dipagi hari. Tapi dalam media *online*, suatu peristiwa dapat di beritakan kapan saja walaupun peristiwa itu baru terjadi.

Oleh karena itu media *online* sangat memenuhi akan kebutuhan informasi khalayak pembaca yang ingin secara cepat mengetahui suatu peristiwa atau kejadian. Hal ini disesuaikan dengan masyarakat pembaca atau penikmat media yang memang membutuhkan berita-berita terhangat. Itu sebabnya, media-media massa bersaing untuk menampilkan berita terkini (Wayan, 2013: 39-40).

### **3.Ideologi Media Massa**

Menurut gambaran Marx, ideologi merupakan sarana yang digunakan untuk ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan masyarakat sebagai suatu yang alami dan wajar. Ideologi ini menjaga

masyarakat berada dalam kesadaran palsu, kesadaran manusia tentang siapa dirinya, bagaimana mereka berelasi dengan bagian lain dari masyarakat, dan pengertian kita tentang pengalaman sosial dihasilkan oleh masyarakat dan lingkungan tempat kita dilahirkan (Fiske, 2004: 145).

Karl Marx (1818 – 1883) dan Fredich Engels (1820 – 1895) melihat ideologi sebagai fabrikasi atau pemalsuan yang digunakan oleh sekelompok orang tertentu untuk membenarkan diri mereka sendiri. Karena itu, konsep ideologi tersebut jelas sangat subjektif dan keberadaannya hanya untuk melegitimasi kelas penguasa ditengah masyarakat (Sobur, 2012 : 64). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka media dipandang sebagai dominasi dari para penguasa yang memiliki kepentingan tertentu.

Ideologi diartikan sebagai kerangka pikir yang dipakai oleh oleh setiap individu untuk melihat realitas dan bagaimana individu tersebut menghadapinya. Ideologi pada tataran ini adalah suatu konsep yang abstrak, yang berhubungan dengan konsepsi individu dalam menafsirkan suatu realitas. Ideologi yang abstrak diartikan sebagai siapa yang berkuasa dan siapa yang menentukan bagaimana media tersebut akan dipahami oleh publik (Wahyuni, 2006: 30).

Peta ideologi menggambarkan bagaimana peristiwa dilihat dan diletakkan dalam tempat-tempat tertentu. Seperti yang dikatakan Mattew Kieran dalam Eriyanto (2002: 154), berita tidaklah dibentuk dalam ruang hampa. Berita diproduksi dari ideologi dominan dalam suatu wilayah

kompetensi tertentu. Ideologi yang dimaksud disini tidaklah selalu harus dikaitkan dengan ide-ide besar. Ideologi juga bisa bermakna politik penandaan atau pemaknaan.

Shoemaker dan Reese mengemukakan bahwa pengaruh ideologi akan memandang pekerja media memiliki kekuasaan yang besar dalam mendefinisikan realitas kepada khalayak (Shoemaker & Reese, 1996: 29). Dengan begitu Ideologi dalam media dapat menjadikan wartawan sebagai alat untuk menyajikan realitas kepada khalayak untuk membantu kepentingan-kepentingan dari pemilik media tersebut.

Produksi pesan yang terselubung dalam berita ada ditangan pemilik media. Pemilik media terkadang menerapkan ideologinya dalam media sehingga berita dalam media tidak bisa dipandang sebagai sesuatu yang pasif melainkan aktif dalam memainkan peran kepentingan pemilik media. Sebagaimana yang ditulis oleh Novel Ali, salah satu pengamat dan pemerhati komunikasi dari Universitas Diponegoro menulis:

“Dorongan prioritas ideologi media dalam sajian pers mengakibatkan eksploitasi kepentingan manusia. Salah satu bentuk konkretnya adalah depersonalisasi dan desakralisasi simbol kemanusiaan dalam sosok perorangan atau kelompok. Selain itu, sajian media massa kuat bukan dalam sosok kultur, melainkan struktur. Akibatnya, tanpa disadari oleh konsumen pers pada umumnya, di samping tanpa kesengajaan pengelola pers itu sendiri, muncullah desakralisasi kepentingan pribadi manusia sebagai individu, bersamaan dengan munculnya sakralitas kepentingan kelompok manusia sebagai sebuah struktur.”  
([http://library.um.ac.id/images/stories/kliping\\_pendidikan\\_2009/sosial/april/ideologi%20media%20massa.doc](http://library.um.ac.id/images/stories/kliping_pendidikan_2009/sosial/april/ideologi%20media%20massa.doc)).



Dalam pemahaman terhadap pekerjaan media sebagai agen konstruksi realitas berlatar belakang pada ideologi yang dimiliki masing-masing media. Bagaimana sebuah peristiwa dibingkai bukan semata-mata disebabkan struktur skema wartawan, melainkan juga rutinitas kerja dan institusi media yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi pemaknaan peristiwa. Wartawan hidup dalam institusi media dengan seperangkat aturan, pola kerja, dan aktivitas masing-masing, bisa terjadi institusi media itu yang mengontrol dalam pola kerja tertentu yang mengharuskan wartawan melihat peristiwa dalam kemasan tertentu, atau bisa juga terjadi wartawan sebagai bagian dari anggota komunitas menyerap nilai-nilai yang ada dalam komunitasnya. Nilai-nilai tersebut dianut oleh media sebagai ideologi yang menjadi dalam setiap pemberitaan yang disampaikan (Eriyanto, 2002:99).

#### **4. Framing**

##### 4.1. Konsep *Framing*

*Framing* pada dasarnya adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada cara melihat terhadap realitas yang akan dijadikan berita, sehingga cara melihat tersebut berpengaruh pada hasil akhir dan konstruksi realitas (Eriyanto, 2002: 10).

Aditjoadro mendefinisikan *framing* sebagai proses atau metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, tetapi dibelokkan secara halus dengan memberikan sorotan pada aspek-aspek

tertentu dengan menggunakan istilah-istilah atau konotasi tertentu (Sobur, 2012: 162).

Todd Gitlin mengatakan bahwa *frame* adalah sebuah cara atau strategi pembentukan realitas atas dunia dengan penyederhanaan sedemikian rupa melalui proses seleksi, pengulangan, penekanan, dan persentase aspek tertentu untuk ditampilkan pada khalayak pembaca. Todd melihat *frame* merupakan suatu strategi dan alat media untuk mengontrol dan mengendalikan cara berpikir khalayak (Eriyanto, 2002: 168).

Entman dalam Bharata (2004:181) mengemukakan : ide perihal *framing* pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1995. *Frame* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual yang mengorganisasi pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. *Framing* pada dasarnya merupakan pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap suatu peristiwa yang diwacanakan.

Eriyanto mengungkapkan bahwa ada dua esensi utama dari *framing*. Pertama, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, dan gambar untuk mendukung gagasan (Eriyanto, 2002: 10).

Dalam perspektif individu, *frame* adalah perseptif bagaimana seseorang mengkonstruksi pesan, baik pesan yang ditangkap melalui media atau langsung dari suatu peristiwa (Eriyanto, 2002: 86). Dengan kata lain ada peran wartawan dalam merekonstruksi berita. Persepsi yang dilihat oleh wartawan berpengaruh besar dalam menentukan realitas yang akan ditampilkan dan ditonjolkan dalam pemberitaannya.

Meski begitu, *framing* bukan hanya berkaitan dengan skema individu (wartawan) saja, melainkan juga berhubungan dengan proses produksi berita-kerangka kerja dan rutinitas organisasi media. Wartawan hidup dalam institusi media dengan seperangkat aturan, pola kerja, dan aktifitas masing-masing. Bisa jadi institusi media itu yang mengontrol dalam pola kerja tertentu yang mengharuskan wartawan melihat peristiwa dalam kemasan tertentu, atau bisa juga terjadi wartawan sebagai bagian dari anggota komunitas menyerap nilai-nilai yang ada dalam komunitasnya (Eriyanto, 2002: 99).

Untuk mengetahui *framing* media dalam mengkonstruksi dan memberitakan suatu kejadian dapat digunakan metode analisis *framing*. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002: 10).

Salah satu yang menjadi prinsip analisis *framing* adalah bahwa wartawan bisa menerapkan standar kebenaran, *metrics objektivitas*, serta batasan-batasan tertentu dalam mengolah dan menyuguhkan berita. Dalam merekonstruksi

suatu realitas, wartawan juga cenderung menyertakan pengalaman serta pengetahuannya yang sudah mengkristal menjadi skemata interpretasi (*schemata of interpretation*). Dengan skemata ini pula wartawan cenderung membatasi atau menyeleksi sumber berita, menafsirkan komentar-komentar sumber berita, serta memberi porsi yang berbeda terhadap tafsir atau perspektif yang muncul dalam wacana media (Sobur, 2012: 166)

Teori Analisis *Framing* (*Frame Analysis Theory*) adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi (Eriyanto, 2002: 37). Realitas itu ada, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan.

*Framing analysis* merupakan metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itulah yang tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. Cara ini berpengaruh pada hasil akhir konstruksi realitas (dalam Eriyanto, 2002). Dapat dikatakan bahwa seorang wartawan dalam sebuah media akan mengemas peristiwa sesuai dengan cara pandang media tersebut. Sehingga dari cara pandang sebuah media kemudian akan mempengaruhi cara bercerita seorang wartawan.

#### 4.2. Model Analisis *Framing*

Menurut Eriyanto, dalam melakukan analisis *framing*, ada beberapa model yang dapat digunakan untuk menganalisa teks media, antara lain

diperkenalkan oleh Murray Edelman, Robert N. Entman, William A. Gamson, serta Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2002:155-285).

Namun dalam melakukan analisis *framing*, terdapat dua rumusan atau model tentang perangkat *framing* yang kini kerap digunakan sebagai metode *framing* untuk melihat upaya media mengemas berita. **Pertama**, model Pan dan Kosicki yang merupakan modifikasi dari dimensi operasional analisis wacana Van Dijk. **Kedua**, model Gamson dan Modigliani (Sobur, 2012: 175). Model Pan dan Kosicki adalah model yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini.

Menurut Pan dan Kosicki ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. **Pertama**, dalam konsepsi psikologi. Dalam konsepsi ini, dijelaskan mengenai bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya serta bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. **Kedua**, konsepsi sosiologis, yaitu bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa melalui cara pandang tertentu. Bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. Dari penjelasan tersebut ada dua konsepsi yang agak berlainan mengenai *framing*. Di satu sisi *framing* dipahami sebagai struktur *internal* dalam alam pikiran seseorang, di sisi lain *framing* dipahami sebagai perangkat yang melekat dalam wacana sosial/politik (Eriyanto, 2002: 252-253).

Penggabungan dua konsepsi dari Pan dan Kosicki tersebut dapat dilakukan dalam satu model. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana suatu berita diproduksi dan peristiwa dikonstruksi oleh wartawan. Wartawan tidak sendirian dalam menafsirkan berita, karena ada pihak lain yang juga ikut mengkonstruksi realitas dengan penafsirannya sendiri, yaitu sumber dan khalayak. Setiap pihak menafsirkan dan mengkonstruksi realitas dengan penafsiran sendiri dan berusaha agar penafsirannya yang paling dominan dan menonjol (Eriyanto, 2002: 253-254).

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam model ini, perangkat *framing* dapat dibagi menjadi empat struktur besar. **Pertama**, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita (*lead*, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). **Kedua**, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa kedalam bentuk berita. **Ketiga**, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. **Keempat**, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca (Eriyanto, 2002: 255-256).

#### 4.3. Efek *Framing*

Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi, dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu sehingga menolong khalayak untuk memproses informasi kedalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu (Eriyanto, 2002: 139).

Namun secara garis besar, Eriyanto membagi efek *framing* menjadi dua, yaitu:

1. Mobilisasi massa

*Framing* merupakan senjata ampuh untuk menarik dukungan publik dan membatasi kesadaran serta persepsi publik atas suatu masalah atau peristiwa. Media hanya menyediakan perspektif tertentu yang merupakan pilihan mereka, kemudian disajikan kepada khalayak sehingga seakan-akan hanya perspektif itulah yang dapat digunakan untuk memahami dan mendefinisikan masalah. *Framing* juga menggiring khalayak untuk melupakan kesalahan tertentu, dan aspek-aspek lain dalam isu tersebut. *Framing* dapat menciptakan opini publik yang segambar dengan *framing* aspek tersebut.

2. Menggiring khalayak pada ingatan tertentu

Media massa memiliki konsep kebebasan dalam menyatakan pendapat untuk memenuhi fungsinya sebagai media informasi. Akibatnya, sampai saat ini media tetap menjadi tempat dimana khalayak memperoleh

informasi mengenai realitas sosial yang terjadi disekitar mereka. Dengan adanya kepercayaan dari khalayak, *framing* pada pemberitaan oleh suatu media berpengaruh pada bagaimana individu menafsirkan peristiwa tertentu. Kemudian secara aktif khalayak akan membentuk pemahaman mereka atas suatu realitas. Media disini menyajikan perspektif ikon yang dapat didefinisikan sebagai simbol dan citra, secara berkesinambungan pada masyarakat dan digambarkan secara dramatis dan sempurna. Hal tersebut membentuk pola pikir masyarakat terhadap sesuatu yang dramatis dan sempurna dan meninggalkan kenangan yang kuat (Eriyanto, 2002: 142-154).

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk lainnya melainkan melalui prosedur analisa non-matematis. Prosedur ini menghasilkan temuan yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan beragam sarana. Sarana itu meliputi pengamatan dan wawancara, namun bisa juga mencakup dokumen, buku, kaset, video, dan bahkan data yang telah dihitung untuk tujuan lain, misalnya data sensus (Strauss & Corbin, 2003: 4-5).

### **2. Obyek Penelitian**

Obyek penelitian ini adalah pemberitaan tentang hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok di surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com



selama bulan Maret 2015. Karena penelitian ini ingin melihat *frame* tentang hak angket dimana hak angket merupakan hak DPRD untuk melakukan penyelidikan terhadap suatu kebijakan yang diduga bertentangan dengan peraturan UU, maka berita yang dipilih adalah berita yang menyangkut proses penyelidikannya, bukan hasil keputusan hak angket dari proses penyelidikan.

Penelitian ini akan memfokuskan pemberitaan selama bulan Maret 2015 karena proses hak angket terhadap Ahok sedang berjalan pada bulan itu dan hal-hal yang terkait perkembangan penyelidikan hak angket menjadi penting bagi masyarakat yang ingin mengetahui proses berjalannya hak angket sehingga isu tersebut menjadi perhatian dan ramai diberitakan oleh media massa khususnya Detik.com dan Kompas.com pada bulan Maret 2015.

Dalam penelusuran peneliti terdapat 908 berita pada Detik.com dan 239 berita pada Kompas.com yang memuat peristiwa hak angket selama Maret 2015. Banyaknya berita yang dimuat kedua media tersebut karena dalam hal produksi berita dalam surat kabar *online* tidak terbatas waktu. Wartawan bisa langsung *upload* berita yang ditulis tanpa melalui proses *editorial* dan tanpa harus menunggu waktu percetakan. Dalam hal peristiwa hak angket, karena merupakan proses penyelidikan maka tentunya media secara terus menerus melakukan pemberitaan agar masyarakat bisa mengetahui perkembangan dari peristiwa hak angket tersebut. Sehingga disini berita yang diposting masih tentang hak angket namun hanya berbeda sisi penyampaian informasinya dan diulas dengan cara yang berbeda.

Walaupun banyak berita yang memuat pemberitaan hak angket pada kedua media tersebut namun peneliti hanya akan memilih 12 berita, 6 berita dari Detik.com dan 6 berita dari Kompas.com. Berita yang dipilih dilihat dari pemberitaan yang memberikan pendapat terhadap hak angket dan langkah-langkah proses penyelidikan yang menjadi penting untuk diketahui. Berikut adalah berita yang akan diteliti dari Detik.com dan Kompas.com dalam penelitian ini. Obyek berita akan dimuat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.2

Daftar Berita Surat Kabar *Online* Detik.com dan Kompas.com

No	Detik.com		Kompas.com	
	Tanggal berita	Judul berita	Tanggal berita	Judul berita
1	Selasa, 3 Maret 2015 (09:07 WIB)	Dan Parpol pun Mulai Ragu Lanjutkan Hak Angket untuk Ahok	Kamis, 5 Maret 2015 (08:18 WIB)	DPRD DKI Kurang Perhitungan Lakukan Hak Angket
2	Minggu, 8 Maret 2015 (18:15 WIB)	Ketua DPD: Hak Angket Bukan Untuk Jatuhkan Gubernur	Rabu, 11 Maret 2015 (09:08 WIB)	Hak Angket, Ahok, dan Akrobat Politik DPRD DKI
3	Jumat, 13 Maret 2015 (07:56 WIB)	Hadiri Rapat Revitalisasi Kota Tua Jadi Alasan Tim Angket Panggil Istri Ahok	Jumat, 13 Maret 2015 (15:05 WIB)	Panggil Istri Ahok Panitia Angket DPRD DKI Dipertanyakan Logika Hukumnya
4	Kamis, 19 Maret 2015 (06:29 WIB)	DPRD Fokus Bahas Evaluasi APBD, Pemeriksaan Angket Ahok Tertunda	Selasa, 17 Maret 2015 (08:24 WIB)	DPRD DKI yang Kurang Koordinasi
5	Senin, 23 Maret 2015 (14:00 WIB)	Tim Angket DPRD: Bisa Jadi Tak Perlu Panggil Ahok	Selasa, 24 Maret 2015 (16:46 WIB)	Tak Panggil Ahok dalam Rapat Angket, DPRD Dinilai

				Tidak Etis
6	Selasa, 24 Maret 2015 (17:51 WIB)	Tim Angket akan Permasalahkan Ucapan Ahok yang Dinilai Kasar	Selasa, 24 Maret 2015 (21:01)	Hak Angket soal Etika Justru Akan "Menampar" DPRD DKI Jakarta

Sumber: Detik.com dan Kompas.com

Berita yang dipilih diatas kemudian dibagi menjadi dua bagian dimana 3 berita yang dipilih dari kedua media adalah berita yang memberikan pandangan dari para tokoh politik yakni pada nomor nomor 1, 2, dan 6. Dengan memilih berita ini dan kemudian dianalisis, maka kita akan dapat melihat bagaimana konstruksi yang dilakukan Detik.com dan Kompas.com dalam memberikan pandangan mereka terhadap hak angket.

Selanjutnya 3 berita yang dipilih adalah berita yang memberitakan langkah-langkah terkait perkembangan proses penyelidikan hak angket yakni pada nomor 3, 4, dan 5. Dengan menganalisis ketiga berita tersebut maka kita bisa melihat bagaimana konstruksi pemberitaan terhadap langkah-langkah terkait perkembangan proses penyelidikan hak angket. Pemilihan berita diatas dilihat berdasarkan narasumber yang berbeda pada suatu peristiwa yang sama terkait pemberitaan hak angket.

Berkaitan berita nomor 1 diatas pada Detik.com dan Kompas.com, peneliti memilih berita tersebut dikarenakan berita tersebut sama-sama memberitakan pandangan terhadap keputusan hak angket dimana dalam perkembangannya muncul perintah penarikan dari DPP masing-masing fraksi di DPRD terhadap

hak angket. Kedua berita ini memperlihatkan perbedaannya dari judul dan narasumber berita, sehingga peneliti memilih berita tersebut.

Berkaitan dengan berita nomor 2 diatas, peneliti memilih berita tersebut karena sama-sama memberitakan pendapat terhadap pengguliran hak angket namun berbeda dari segi narasumber dan judul yang secara langsung memperlihatkan perbedaan pandangan terhadap hak angket.

Berita nomor 3 diatas diambil peneliti karena kesamaan waktu pemberitaan dan sama-sama memberitakan perkembangan proses penyelidikan hak angket dimana tim angket berencana memanggil istri Ahok untuk dimintai keterangan. Namun, berbeda dari narasumber dan judul yang memperlihatkan perbedaan sisi informasi terkait pemanggilan istri Ahok.

Berita nomor 4 diatas diambil peneliti dikarenakan sama-sama memberitakan tentang proses penyelidikan hak angket. Pada berita ini narasumber kedua media sama-sama dari anggota tim angket, namun terlihat dari judul ada perbedaan sisi informasi yang disampaikan sehingga menarik untuk diteliti lebih mendalam.

Selanjutnya pada berita nomor 5 diambil karena kesamaan topik pemberitaan yang diangkat, yakni proses penyelidikan hak angket yang tidak akan melibatkan dan memanggil Ahok untuk dimintai keterangan. Lagi-lagi walaupun topik yang diangkat sama namun narasumber kedua media berbeda satu sama lain sehingga tentunya akan mempengaruhi sisi penyampaian fakta.

Terakhir berita nomor 6 yang dipilih berdasarkan dari tanggal berita yang sama, dan sama-sama memberitakan pandangan terhadap hak angket yang mempersoalkan etika Ahok namun berbeda dari narasumber yang dipilih sehingga tentunya akan menghasilkan berita yang berbeda sisi informasi.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu:

#### **a. Teknik Dokumentasi**

Adalah teknik mengumpulkan data primer yang diperoleh melalui surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com mengenai pemberitaan hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok selama bulan Maret 2015.

#### **b. Studi Pustaka**

Teknik ini merupakan pengumpulan data dari literatur-literatur, majalah ilmiah, makalah, jurnal, surat kabar baik cetak maupun *online*, dan sumber-sumber lain yang relevan dan berkaitan dengan penelitian.

### **4. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis *framing* atau pembedaan. Menurut Eriyanto (2002: 66) *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media.

Dalam melakukan analisis, peneliti menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. *Framing* menurut Pan dan Kosicki didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Oleh karena itu untuk mengetahui *framing* dalam media Pan dan Kosicki membagi perangkat *framing* dalam empat struktur besar. Struktur tersebut adalah: sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Peneliti memilih model analisis *framing* Pan dan Kosicki dikarenakan model ini merupakan model yang sangat sering digunakan dalam penelitian analisis *framing*. Bila dilihat dari empat struktur analisis dalam model ini, memenuhi untuk model pemberitaan di surat kabar *online* yang cenderung singkat, cepat, dan mempunyai gambar/foto dalam setiap pemberitaannya. Selain itu kecenderungan atau kecondongan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dari keempat struktur tersebut. Dengan kata lain, ia dapat diamati dari bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk umum berita, cara wartawan mengisahkan peristiwa, kalimat yang dipakai, dan pilihan kata atau idiom yang dipilih. Ketika menulis berita dan menekankan makna atas peristiwa, wartawan akan memakai semua strategi wacana itu untuk meyakinkan khalayak pembaca bahwa berita yang dia tulis adalah benar. Pendekatan itu dapat digambar dalam bentuk skema berikut ini:

Gambar 1.5

Skema *Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki



Sumber: Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: LkiS.

Empat struktur pada gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Sintaksis* berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa kedalam bentuk susunan kisah berita. Dengan demikian, struktur sintaksis ini dapat diamati diberita pada bagian headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan dan penutup (Sobur, 2012: 175).

Karena *headline* merupakan bagian awal dari sebuah berita maka bisa dikatakan *headline* sebagai perwakilan dari keseluruhan berita. *Headline* yang digunakan dalam setiap pemberitaan harus menarik sehingga mampu membuat para konsumen untuk membaca berita tersebut. Dalam hal ini, pemberitaan mengenai hak angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok merupakan topik yang menjadi fokus perhatian oleh masyarakat sehingga Detik.com dan Kompas.com mempunyai *headline* yang berbeda.

*Lead* merupakan paragraf pembuka dari sebuah berita yang biasanya mengandung kepentingan lebih tinggi. Struktur ini sangat bergantung pada ideologi penulis terhadap peristiwa dan *lead* juga memberikan *point of view* atau sering juga disebut sudut pandang dalam berita. *Lead* menunjukkan perspektif tertentu dari apa yang diberitakan (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999: 31).

Kutipan sumber yang digunakan biasanya juga akan membawa arah berita itu. Narasumber yang digunakan dalam pemberitaan biasanya salah satu pihak yang terkait dalam suatu permasalahan atau dari para pakar yang dipilih tergantung dari wartawan akan merekonstruksi berita. Dengan begitu kutipan sumber yang digunakan dapat membuat suatu berita mempunyai sudut pandang tersendiri dalam setiap isu.

*Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan dan penutup* yang digunakan pada Detik.com dan Kompas.com akan diteliti pada unsur ini. Dengan begitu *framing* pemberitaan yang terkait dengan ideologi dari media dapat dilihat pada unsur ini.



2. Struktur *skrip*, melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa (Sobur, 2012: 175-176). Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang kemudian diakhirkan sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+1H (Eriyanto, 2002: 261). Dalam hal ini, 5W+1H merupakan unsur yang mutlak harus digunakan dalam setiap berita agar informasi yang disajikan benar-benar aktual dan tidak mengaburkan informasi. Penggunaan 5W+1H akan diteliti untuk melihat bagaimana wartawan Detik.com dan Kompas.com merekonstruksi pemberitaan tersebut dengan tutur kata yang digunakan untuk mempengaruhi pembaca. Dalam media *online* kadang tetap mengedepankan unsur 5W+1H sebagai unsur mutlak dalam jurnalistik.

3. Struktur *tematik* berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan (Sobur, 2012: 176). Struktur tematik ini berhubungan dengan bagaimana fakta ditulis, bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber kedalam teks berita secara keseluruhan (Eriyanto, 2002: 262).

4. Sedangkan struktur *retoris* berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik dan gambar (Sobur, 2012: 176). Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita (Eriyanto, 2002: 264).

## **G. Sistematika Penulisan**

Penyusunan hasil karya ilmiah ini akan terbagi dalam empat bab, yaitu: bab satu berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metodologi penelitian.

Pada bab kedua akan menjelaskan profil dari kedua surat kabar *online* yaitu Detik.com dan Kompas.com mulai dari sejarah berdirinya kedua media tersebut, perkembangan perusahaan, hingga ideologi yang melatarbelakangi berdirinya kedua media tersebut. Bab ini juga akan dibahas tentang polemik hak angket dan akan dicantumkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait analisis *framing*. Hal ini perlu sebagai rujukan peneliti untuk mempertajam analisis.

Bab ketiga akan berisi penyajian data berita yang akan dianalisis, analisis data berita, dan pembahasan yang akan memperlihatkan bagaimana konstruksi berita bila dilihat dari perbandingan *frame* kedua media tersebut. Selain itu akan dibahas faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan pemberitaan Detik.com dan Kompas.com.

Sedangkan bab keempat yang merupakan bab terakhir akan membahas kesimpulan dari analisis data pemberitaan Hak Angket DPRD DKI Jakarta terhadap Ahok dan berisi saran tentang permasalahan seputar penelitian. Pada bab ini kita dapat melihat bagaimana surat kabar *online* Detik.com dan Kompas.com mengemas isu tersebut dan disajikan pada suatu pemberitaan.