

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini fokus pada bingkai berita yang dibuat oleh SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya edisi 8-14 September 2014, mengenai Basuki Tjahaja Purnama atau yang lebih dikenal dengan nama Ahok. Peneliti ingin melihat bagaimana surat kabar, mengemas dan menyajikan berita tentang pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra.

Peter D. Moss (Eriyanto, 2002:x) mengatakan berita surat kabar, merupakan konstruk kultural yang dihasilkan oleh ideologi karena sebagai produk media massa, berita pada surat kabar menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Media massa pada dasarnya menawarkan kerangka makna alternatif kepada khalayak untuk mendefinisikan diri sendiri, orang lain, lingkungan sosial, peristiwa-peristiwa, dan objek-objek di sekitar mereka. Dimana kerangka tersebut terbentuk melalui proses seleksi isu dan peristiwa, penonjolan aspek-aspek tertentu dalam pemberitaan baik melalui visualisasi maupun pemilihan bahasa/kata yang dilakukan oleh media massa (Eriyanto, 2002:xi).

Sobur (2006:171) dalam bukunya ‘Analisis Teks Media’ menuliskan, kekuatan media dalam memberitakan peristiwa dapat mempengaruhi situasi konflik, mempunyai potensi untuk jadi peredam ataupun pendorong konflik, sekaligus mempertajam konflik, atau sebaliknya mengaburkan dan mengelimirnya. Kekuatan media tersebut antara lain muncul melalui proses pemingkaiian (*framing*), teknik pengemasan fakta, penggambaran fakta, pemilihan sudut pandang (*angle*), penambahan atau pengurangan foto dan

gambar dan lain-lain. Media bisa merekonstruksi realitas, namun juga bisa menghadirkan hiperrealitas. Ditambah dengan adanya kebebasan pers/media massa pada era reformasi ini, juga membuat penentuan sikap tindak demokratis atau tidak demokratis suatu organisasi atau individu, keputusan atau pembahasan atas berbagai isu sosial penting saat ini, erat kaitannya dengan pengaruh dan peranan media massa, baik itu untuk tujuan baik atau sebaliknya. (Morissan dkk., 2010:1)

Salah satunya, media massa mampu membingkai dan mengemas peristiwa/realitas tentang Ahok menjadi topik utama yang dibahas masyarakat saat ini. Terkait keputusannya untuk mengundurkan diri dari keanggotaannya di Partai Gerindra, karena tidak setuju dengan keputusan partai yang mendukung Rancangan Undang-Undang (RUU) Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), dengan opsi/usulan pilkada tidak langsung melalui DPRD. Padahal jika menengok kebelakang, Ahok dahulu adalah anggota partai Gerindra, partai yang mengusungnya maju dalam pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta bersama Joko Widodo (dari PDIP) tahun 2012 lalu. Ahok memilih mencalonkan diri sebagai wakil gubernur DKI Jakarta periode 2012-2017 melalui partai politik, yakni Partai Gerindra, bukan melalui jalur independen (tidak melalui parpol). Dimana pada akhirnya hasil KPU (Komisi Pemilihan Umum) memutuskan Jokowi dan Ahok terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta, setelah melewati pemilihan langsung dua kali putaran. Maka menjadi masalah di internal Partai Gerindra hingga menimbulkan pro kontra juga di masyarakat, ketika Ahok memutuskan mengambil sikap dengan mengundurkan diri dari partainya itu, dengan alasan tidak setuju dengan keputusan Partai Gerindra yang mendukung Pilkada Tidak Langsung. Ada anggapan Ahok tidak “balas budi” dengan partainya, ada yang menyebut

Ahok “kacang lupa kulitnya”, namun di sisi lain juga ada yang mendukung dan memberi apresiasi Ahok. Polemik tersebut lantas ramai-ramai diangkat menjadi topik utama oleh media massa, dengan berbagai cara pembingkaiian dan pengemasan berita yang berbeda-beda.

Dikutip dari *metrotvnews.com* (24/09/2014, 19.37 WIB), dalam beritanya yang berjudul *Indonesia Indicator: RUU Pilkada Dominasi Pemberitaan Media*, Direktur Komunikasi Indonesia *Indicator*, Rustika Herlambang dalam diskusi publik tentang Polemik RUU Pilkada: DPR Pilih mana, Suara Rakyat atau Suara Partai di Menteng Jakarta Pusat, menjelaskan pengunduran diri Basuki Tjahaja Purnama juga menjadi bahan berita menarik untuk media. Setidaknya, sebanyak 191 media massa di Indonesia tercatat memberitakan pria yang kerap dipanggil Ahok tersebut. Rustika menyatakan bahwa fokus berita terutama terkait sikap Ahok (mengundurkan diri) terhadap partainya yang mendukung RUU Pilkada tidak langsung.

Berdasarkan pengamatan peneliti, berikut ini beberapa media massa yang menyajikan berita tentang pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra..

**Tabel I.1.1.
Pemberitaan di Media Massa Tentang Pengunduran Diri Ahok
dari Partai Gerindra**

Media Massa	Media Massa	Pro	Netral	Kontra
Surat Kabar Harian Nasional	SKH Jawa Pos	Judul berita : 'Percaya Diri Tanpa Partai' 		
Surat Kabar Harian Nasional	Kompas		Judul berita : 'Daerah Tolak Pilkada di DPRD' 	
Surat Kabar Harian Lokal	Harian Pagi Surya			Judul berita : 'Ahok:Nasib Gua Baik' 
Surat Kabar Harian Lokal	SOLO POS	Judul berita : 'Ahok Tinggalkan Gerindra' 		

**Lanjutan Tabel I.1.1.
Pemberitaan di Media Massa Tentang Pengunduran Diri Ahok
dari Partai Gerindra**

Stasiun televisi nasional	TvOne		Judul berita : 'Ahok VS Gerindra' 	
Stasiun televisi nasional	MetroTV		Judul Berita: 'Ahok Jadi Polemik' 	
Portal Berita	<i>Detik.com</i>			Judul Berita: 'Keluar dari Gerindra, Ahok Hanya Pamitan ke Adik Prabowo' 
Portal Berita	<i>Vivanews.co.id</i>		Judul Berita: 'Mundur dari Gerindra, Ahok Tetap Wagub DKI' 	

**Lanjutan Tabel I.1.1.
Pemberitaan di Media Massa Tentang Pengunduran Diri Ahok
dari Partai Gerindra**

Portal Berita	<i>Merdeka.com</i>	Judul Berita: ‘Cerai dengan Gerindra Ahok Jadi Rebutan Parpol’ 		
---------------	--------------------	--	--	--

Sumber: data olahan peneliti

Mulai dari media massa cetak, elektronik, hingga *online* (portal berita) memberitakan tentang Ahok yang mengundurkan diri dari Partai Gerindra. Berdasarkan pengamatan peneliti, terdapat surat kabar nasional (Kompas dan Jawa Pos) maupun lokal (Harian Pagi Surya dan SOLOPOS) yang meletakkan berita tentang pengunduran diri Ahok pada halaman paling depan (*headline*), dengan berbagai macam penggunaan judul/sub judul dan visualisasi simbolik yang mendukung isi berita. Kompas dan SOLOPOS memilih judul yang terkesan ‘aman’, bahkan Kompas meletakkan foto Ahok di halaman paling belakang dari surat kabarnya. Sebaliknya, Jawa Pos dan Surya tampak lebih ‘berani’ dalam membingkai dan menampilkan peristiwa yang sama. Kedua surat kabar ini seolah-olah menyoroti keberanian dan kepercayaan diri Ahok, yang mengambil keputusan mengundurkan diri dari partai pendukungnya, yakni Partai Gerindra. Tidak hanya teks berita saja, namun berita dikemas juga dengan grafis, foto, penggunaan gaya bahasa dan visualisasi yang menarik. Bahkan Jawa Pos secara komprehensif juga menyajikan grafis karir politik dan kinerja Ahok selama di pemerintahan DKI Jakarta.

Tidak hanya di surat kabar, peneliti juga menemukan stasiun televisi (media elektronik) seperti TvOne dan Metro TV, turut serta memberitakan pengunduran diri Ahok tersebut pada program acara *news*-nya. Bahkan, Metro TV secara langsung mewawancarai Ahok dalam salah satu programnya, untuk memberikan penjelasan rinci terkait keputusannya mundur dari keanggotaan di Partai Gerindra. Menggunakan pilihan kata/kalimat “Ahok Jadi Polemik” menjadi judul beritanya, sedangkan TvOne memilih judul “Ahok VS Gerindra”. Hal ini seolah-olah menggambarkan bahwa TvOne lebih menyoroti pertentangan/konflik antara Ahok dengan Partai Gerindra, sedangkan Metro TV lebih memilih menonjolkan sosok Ahok yang menjadi perdebatan atau polemik karena sikap dan keputusannya mengundurkan diri dari Partai Gerindra.

Media *online*, khususnya portal berita seperti *merdeka.com*, *news.viva.co.id*, dan *detik.com* juga secara *up to date* memberikan informasi terbaru terkait peristiwa tersebut melalui *website*/akun *twitter*-nya. Berbagai portal berita tersebut juga ramai-ramai mengangkat peristiwa pengunduran diri Ahok menjadi topik utama, dengan berbagai macam cara penyajian berita. Setiap portal berita mengangkat judul serta foto Ahok yang berbeda-beda, sesuai dengan proses seleksi dan penonjolan isu yang dilakukan media massa tersebut. Seperti halnya portal berita *news.viva.co.id* yang memilih menonjolkan berita terkait jabatan Ahok sebagai wakil gubernur DKI Jakarta setelah Ahok mengundurkan diri dari Partai Gerindra, sedangkan portal berita *detik.com* dan *merdeka.com* menyoroti lebih jauh mengenai hubungan Ahok dengan partai politik lainnya maupun dengan mantan partainya (Partai Gerindra) melalui judul dan teks beritanya.

Secara garis besar, dari pemberitaan yang disajikan oleh beberapa media massa tersebut mengenai pengunduran diri Ahok dari Partai

Gerindra, terlihat media massa dalam memberitakan suatu peristiwa memakai *angle*/sudut pandang tertentu, dengan menonjolkan suatu isu/fakta yang telah diseleksi sebelumnya. Penonjolan tersebut paling terlihat pada penggunaan kata/kalimat pada judul berita dan teks berita, maupun visualisasi yang digunakan, sehingga audiens dari media massa tersebut secara langsung dapat menangkap inti pesan atau makna mengenai peristiwa pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra yang disampaikan dalam berita tersebut.

Berbagai komentar/opini dari internal partai maupun tokoh-tokoh elite politik lainnya terkait sikap Ahok tersebut juga bermunculan menambah ramai perbincangan di masyarakat maupun di media massa. Pada surat kabar harian Kompas, Kamis (11/9/2014), Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra, Prabowo Subianto menyatakan tidak keberatan dengan pengunduran diri Ahok. Masuk partai atau mengundurkan diri itu menurutnya hak politik, jadi tidak masalah. Prabowo juga mengatakan tidak sakit hati dengan sikap Ahok yang sudah didukung Gerindra untuk menjadi wakil gubernur DKI Jakarta. Namun, ia sempat menyinggung soal etika.

"Bagaimana ya, kalau *toto kromo* atau kalau etika antarmanusia, mungkin ada norma-norma ya, kira-kira begitu," ujar Prabowo. (Berita Utama 'Daerah Tolak Pilkada di DPRD' pada SKH Kompas edisi Kamis, 11/9/2014)

Tidak ketinggalan Wakil Ketua Umum Partai Gerindra, Fadli Zon, dikutip dari salah satu berita yang ada di *detik.com*, (diakses 7/10/2014, pukul 21.30 WIB) juga mengatakan

"Kita kecolongan, terus terang ini pelajaran bagi kami, terkadang kita juga terlalu naif, ada orang yang mau berjuang dengan loyalitas, karena berjuang kan butuh loyalitas kan, ya kita merasa kecolongan, dan itu risiko di politik. Kita juga tidak mau menyesali (telah menyalonkan Ahok), tapi kalau kita kecolongan, iya. Kan memang dia (Ahok, Red) *track record*-nya kutu loncat kan. Gak masalah, silakan saja, karena bagi dia partai itu kendaraan untuk dia menata karirnya " kata Fadli Zon, Rabu (10/9/2014), di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. (Berita Gerindra Akui Kecolongan Telah Mencalonkan Ahok di DKI)

Sebaliknya, tanggapan atau dukungan terhadap sikap Ahok yang mengundurkan diri dari Partai Gerindra datang dari anggota Fraksi PDIP di DPRD DKI, Jhonny Simanjuntak saat diwawancarai *detik.com* di gedung DPRD DKI, di Kebon Sirih, Jakarta Pusat, Rabu (10/9/2014), yang diakses peneliti pada 7/10/2014, pukul 22.46 WIB, berpendapat bahwa reaksi keras Ahok yang mengundurkan diri dari partainya, karena tidak setuju dengan keputusan Partai Gerindra yang mendukung Pilkada tidak langsung, memang sudah menjadi gaya Ahok. Menurutnya jangan tarik supaya sama (sikap atau gaya politisi). Terlepas dengan sifat Ahok yang kurang bikin simpatik, ada nilai tambah dalam diri Ahok yang harusnya diberi apresiasi terhadap semangat pengabdianya ke masyarakat (mendukung hak pilih rakyat dalam Pilkada).

Di sisi lain, masyarakat, dalam hal ini diwakili oleh para *netizen* (pengguna aktif internet), juga aktif menanggapi polemik yang terjadi terkait pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra tersebut. Peneliti menemukan artikel berita yang berjudul *Mundur dari Gerindra, Ahok Dapat Jempol dari Netizen* di *metronews.com* pada 21/10/2014, pukul 13.36 WIB. Isi artikel tersebut menjelaskan bahwa setelah Ahok mengundurkan diri dari Partai Gerindra, Wakil Gubernur DKI Jakarta tersebut mendapatkan pujian/apresiasi dari para *netizen* (melalui beberapa jejaring sosial yang ada). Namun, ada juga masyarakat yang tidak mendukung /tidak setuju dengan sikap Ahok yang mengundurkan diri dari partainya tersebut, karena tidak setuju dengan keputusan partai yang mendukung Pilkada tidak langsung. Salah satunya, peneliti menemukan pengguna *Facebook* dengan nama akunnnya “Jonru”. Pengguna jejaring sosial tersebut menuliskan komentarnya dengan menyebut Ahok sebagai ‘kutu loncat’.

Keputusan Ahok mengundurkan diri dari keanggotaannya di Partai Gerindra, yang diikuti dengan ramainya pemberitaan di media massa, dan berbagai tanggapan dari tokoh elite partai politik dan masyarakat (*netizen*), sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari polemik yang terjadi mengenai Rancangan Undang-Undang Pemilihan Kepada Daerah (RUU Pilkada), yang sedang diproses di Dewan Perwakilan Rakyat. Polemik mengenai RUU Pilkada tersebut awalnya berasal dari usulan enam partai yang tergabung dalam Koalisi Merah Putih (Gerindra, PKS, Golkar, PBB, PPP, PAN), yang dahulu menjadi papol pendukung pasangan Prabowo-Hatta menjadi capres-cawapres di Pilpres 2014 lalu.

Keenam parpol tersebut menginginkan mekanisme pelaksanaan Pilkada dilakukan melalui pemilihan di DPRD. Sementara itu PDIP, PKB, dan Partai Hanura konsisten mendukung Pilkada secara langsung oleh rakyat. Menurut berita *Koalisi Merah Putih Berubah Haluan Mendadak Sikapi RUU Pilkada* di *tribunnews.com*, Selasa (09/9/2014), Menteri Dalam Negeri, Gamawan Fauzi menyebutkan RUU Pilkada merupakan satu dari tiga RUU pecahan Undang-undang No 32 tahun 2004. Mereka yang menolak pilkada langsung beralasan, mekanisme Pilkada yang dikembalikan kepada DPRD tak lain agar lebih irit biaya. Di sisi lain mereka yang mendukung Pilkada langsung, mencemaskan hak politik rakyat dan nilai demokrasi akan hilang jika kepala daerah ditentukan oleh DPRD (diakses peneliti pada 24/09/2014, pukul 20.37 WIB).

Atas keputusan Partai Gerindra yang mendukung Pilkada tidak langsung tersebut, Ahok memilih mengundurkan diri dari Partai Gerindra. Menurut berita *Percaya Diri Tanpa Partai*, yang ada pada surat kabar harian Jawa Pos, Kamis (11/9/2014), Ahok mengatakan dirinya dan Partai Gerindra sudah tidak sejalan lagi. Ahok juga kecewa terhadap Partai

Gerindra yang menjadi pelopor usul penghapusan Pilkada langsung dalam RUU Pilkada. Menurutnya jika kepala daerah dipilih oleh DPRD, maka akan semakin menyuburkan *money politics*. Ahok sendiri saat ini menjabat sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta, dan sebentar lagi akan naik pangkat menjadi Gubernur, karena Joko Widodo terpilih sebagai presiden RI pada Pilpres bulan Juli 2014 lalu. Sedangkan, Partai Gerindra saat ini menjadi fraksi terbesar kedua di DPRD DKI Jakarta dengan 15 kursi, dibawah PDIP yang memiliki 28 kursi. Mundurnya Ahok dari Partai Gerindra, tentunya akan berpengaruh terhadap dukungan terhadap dirinya di Gedung Dewan Perwakilan Rakyat Daerah tersebut. Termasuk terhadap program-program kerjanya dan pembahasan rancangan APBD 2015.

Apalagi berkaca pada latar belakang keturunan (etnis) dan agama yang dimiliki Ahok, yang bisa dibilang cukup tergolong minoritas di Indonesia, yakni etnis Tiongha dan agama Kristen Protestan (*lebih detail bisa dilihat pada lampiran). Ditambah sepak terjang karir politiknya yang sempat berpindah partai dua kali sebelum menjadi anggota partai Gerindra juga sedikit banyak akan mempengaruhi sudut pandang dan perspektif wartawan (media massa), dalam memberitakan peristiwa-peristiwa terkait dirinya. Terutama ketika Ahok memutuskan mengundurkan diri dari Partai Gerindra, karena tidak setuju Pilkada tidak langsung.

Realitas yang kompleks dan penuh dimensi tersebut, ketika dimuat dalam berita bisa jadi akan menjadi realitas satu dimensi. Karena realitas pada dasarnya bukan ditangkap dan ditulis oleh media, melainkan dikonstruksi, dimana dalam proses konstruksi tersebut ada banyak penafsiran dan pemaknaan yang berbeda-beda dalam memahami realitas. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap pendefinisian realitas dan penyajian media massa tersebut. Matthew Kieran (Eriyanto,2000:130) juga pernah

mengatakan, berita tidaklah dibentuk dalam ruang hampa. Sebuah realitas yang disajikan bisa dimaknai dan dibingkai secara berbeda oleh media, bahkan pemaknaan itu bisa jadi sangat berbeda.

Media massa, terutama surat kabar, pada proses komunikasi politik bisa menjadi penyampai pesan (*transmitters*) politik dari pihak-pihak di luar dirinya; sekaligus menjadi pengirim (*senders*) pesan politik yang dibuat (*constructed*) oleh para wartawannya kepada audiens. Bagi para aktor politik, media massa dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan politik mereka kepada khalayak; sementara untuk para wartawan, media massa adalah wadah untuk memproduksi pesan-pesan politik, karena peristiwa-peristiwa politik memiliki nilai berita (Brian McNair, dalam Hamad, 2004:1).

Agar berita bernilai tinggi dan dapat merangsang bangkitnya perhatian orang banyak, Fraser Bond (Tamburaka, 2012:139-140) mencatat ada empat faktor yang mempengaruhi. Yakni ketepatan waktu (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), besarnya (*size*), dan kepentingan (*importance*). Selain itu, Fraser juga mengatakan terdapat dua belas masalah yang selalu menjadi perhatian orang banyak dalam kehidupannya sehari-hari. Kedua belas masalah tersebut merupakan unsur terpenting yang bisa dijadikan daya pikat dari suatu berita. Antara lain: minat pribadi (*self interest*), uang (*money*), seks, pertentangan (*conflict*), hal yang luar biasa (*unusual*), berjiwa pahlawan dan termasyur (*hero worship* dan *fame*), kegelisahan (*suspense*), kemanusiaan (*human interest*), kejadian-kejadian yang mempengaruhi organisasi-organisasi vital, penemuan dan pendapat, serta kejahatan.

Mengacu pada nilai-nilai berita yang telah dijelaskan Fraser Bond tersebut, peneliti mengamati bahwa berita pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra memiliki nilai berita ketepatan waktu (*timeless*), kedekatan

(*proximity*) dan pertentangan (*conflict*). Alasannya Ahok saat ini menjabat sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta, yang notabene adalah ibukota negara Indonesia. Tidak heran bahwa segala tindakan/sikap dan keputusan Ahok menjadi perhatian masyarakat dan media massa, termasuk mengenai pertentangannya dengan Partai Gerindra. Dimana pada akhirnya Ahok memutuskan mengundurkan diri dari partai tersebut, karena tidak setuju dengan Pilkada tidak langsung yang diusung Partai Gerindra bersama beberapa partai lainnya yang tergabung dalam Koalisi Merah Putih (KMP).

Nilai berita tersebut nantinya juga akan berpengaruh terhadap cara media massa menyeleksi isu/fakta yang ada, dalam usaha mengemas dan menonjolkan peristiwa tersebut. Hal inilah yang kemudian mendasari peneliti untuk memilih berita tentang pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra yang ada di surat kabar harian, edisi 8 September hingga 14 September 2014. Berita utama yang dipilih peneliti adalah edisi Kamis, 11 September 2014, karena tepat pada 10 September 2014, Ahok mengantarkan surat pengunduran dirinya ke Kantor DPP Partai Gerindra di Jakarta. Baru pada tanggal itu pula, Ahok mengumumkan pengunduran dirinya kepada publik, termasuk kepada media massa. Selain itu, peneliti juga menggunakan tiga edisi sebelum (8-10 September 2014) dan sesudah (12-14 September 2014) edisi berita utama yang digunakan dalam penelitian, guna memperjelas atau mendukung objek penelitian yang diambil. Peneliti memilih mengambil berita dari surat kabar harian, karena sesuai dengan yang dijelaskan Effendy (2003:149), menyebutkan salah satu ciri surat kabar adalah aktualitas, artinya kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada masyarakat.

Kecepatan media massa dalam memberitakan sebuah peristiwa juga akan berpengaruh terhadap *frame* atau bingkai berita yang dibuat.

Gitlin (Hamad, 2004:22) mendefinisikan *frame* sebagai seleksi, penegasan, dan eksklusi yang ketat. Ia menghubungkan konsep tersebut, dengan proses memproduksi wacana berita, dengan mengatakan bahwa *frames* memungkinkan para jurnalis memproses sejumlah besar informasi secara cepat dan rutin, sekaligus mengemas informasi demi penyiaran/pemberitaan efisien kepada khalayak.

Terutama dalam kehidupan berbangsa dan bernegara yang menjunjung tinggi nilai demokrasi, media massa memainkan peranan penting dalam perkembangan politik masyarakatnya. Media massa menciptakan peristiwa, menafsirkan dan mengarahkan terbentuknya kebenaran. Terlebih, media dalam posisinya sebagai institusi informasi, dipandang sebagai faktor yang juga menentukan proses perubahan sosial-budaya dan politik (Sobur, 2006:30-31). Strategi media dalam meliput peristiwa, memilih dan menampilkan fakta, serta dengan cara apa fakta tersebut disajikan, secara langsung atau tidak langsung berpengaruh dalam merekonstruksi peristiwa (Sobur, 2006:40). Maka dari itu, dari keempat surat kabar di atas, yang memuat berita mengenai peristiwa pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra, peneliti memutuskan memilih SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya, sebagai subjek penelitian. Guna melihat lebih jauh kemasan (*package*) atau bingkai (*frame*) yang digunakan media massa dalam mengemas berita tentang Ahok yang mengundurkan diri dari Partai Gerindra tersebut.

Tampilan berita pada kedua surat kabar tersebut termasuk paling mencolok, kontradiktif, dan mengandung visualisasi simbolik/ pemilihan kata yang mengandung arti/makna tertentu, dibandingkan berita yang disajikan oleh SOLOPOS dan Kompas. SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya secara lengkap menggunakan foto dan gambar ilustrasi, serta grafis,

untuk melengkapi judul dan teks berita mengenai pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra, sedangkan Kompas dan SOLOPOS hanya menampilkan teks berita kecil jika dibandingkan dengan SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya.

Selain itu, SKH Jawa Pos merupakan surat kabar nasional cukup terkemuka di Indonesia, dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO) Dahlan Iskan, yang merupakan anggota partai sekaligus pemenang konvensi capres. Jika dibandingkan dengan sesama surat kabar nasional lainnya seperti Kompas, yang dimiliki oleh Jakob Oetama, SKH Jawa Pos memiliki tingkat kemenarikan tersendiri bagi peneliti. Kompas dimiliki oleh tokoh netral (bukan elite partai politik), Jakob tidak berkecimpung di dunia politik ataupun menjadi anggota partai politik, sedangkan SKH Jawa Pos saat ini dipimpin oleh tokoh partai politik (Dahlan Iskan). Sehingga secara tidak langsung Jawa Pos memiliki afiliasi dengan politik. Afiliasi media dan politik tersebut dapat membawa pengaruh terhadap proses peminjaman dan pengemasan berita yang dilakukan media massa tersebut, terutama mengenai berita politik. Sebab sebagai pilar keempat dalam sistem demokrasi Indonesia, media massa harusnya menjadi anjing penjaga (*the watch dog*) masyarakat dalam mengawal jalannya pemerintahan, dan memajukan kehidupan masyarakat melalui pemberitaan-pemberitaan yang aktual, faktual, seimbang, dan terpercaya.

Selain menggunakan surat kabar harian nasional Jawa Pos, peneliti juga memutuskan menggunakan surat kabar harian lokal 'Harian Pagi Surya', karena berdasarkan penelusuran peneliti, surat kabar lokal yang eksis di Surabaya ada Radar Surabaya (yang dimiliki Jawa Pos Group) dan Harian Pagi Surya (yang dimiliki Kelompok Kompas Gramedia). Surabaya Post dulu juga eksis sebagai surat kabar harian lokal di Surabaya, ternyata

sedang mengalami kesulitan keuangan (Berita ‘Koran Surabaya Post Tutup’ di portal berita *tempo.co*, yang diakses peneliti pada 25/11/2014, pukul 00.25 WIB). Keputusan memilih Harian Pagi Surya juga didasarkan pada pengamatan lebih jauh peneliti, yang menemukan bahwa dari kedua surat kabar lokal tersebut (Harian Pagi Surya dan Radar Surabaya) pada edisi 11 September 2014, ternyata hanya Harian Pagi Surya yang mengangkat peristiwa pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra menjadi topik utama (*headline*) berita di surat kabarnya. Maka dari itu, peneliti memutuskan menggunakan Harian Pagi Surya sebagai subjek penelitian, bersama dengan SKH Jawa Pos.

Meski memiliki memiliki tingkat jangkauan berbeda, SKH Surya dan SKH Jawa Pos sama-sama berkantor pusat di Surabaya. Visi misi serta segmentasi konsumen yang dituju tentunya berbeda. Berdasarkan *website* resminya yakni *www.jawapos.co.id*, diakses peneliti pada 9/10/2014 pukul 10.59 WIB, tertulis bahwa surat kabar harian Jawa Pos diproduksi oleh PT.Jawa Pos Group, dengan *tagline*-nya ‘*Selalu Ada yang Baru*’. Pemasaran surat kabar harian Jawa Pos ini dipusatkan pada wilayah Jawa Timur. Sesuai dengan visi misi yang ada, yakni menjadi perusahaan media yang berkembang kokoh dan membawa manfaat agar Indonesia tidak hanya maju di ibukota, serta menyelenggarakan pers yang bebas dan bertanggung jawab di seluruh Indonesia. Harga SKH Jawa Pos untuk satu edisi-nya adalah Rp 5000,- SKH Jawa Pos memiliki segmentasi pembaca anak muda hingga professional (dewasa), dengan gaya hidup selalu *up to date*, dari kalangan kelas sosial menengah ke atas dan tingkat pendidikan cukup tinggi.

Lain halnya dengan Harian Pagi Surya, berdasarkan informasi dari Surya (hasil wawancara peneliti dengan pihak Surya), surat kabar harian

tersebut diproduksi oleh PT. Antar Surya Media (Harian Surya), yang pada tahun 2000-an bergabung dengan PT. Indopersada Primamedia (Tribun). Mencerdaskan rakyat Jawa Timur (secara khusus) dan rakyat Indonesia (secara umum), serta menjadi perusahaan kredibel dan mengembangkan nilai-nilai positif di masyarakat, melalui keikutsertaannya dalam pembangunan masyarakat di Jawa Timur, adalah visi yang dimiliki Harian Pagi Surya. Sedangkan misinya adalah menghasilkan produk koran cetak yang bisa menjadi semangat baru bagi rakyat Jawa Timur, memproduksi *online news* yang bermanfaat bagi rakyat Jawa Timur (secara khusus) dan rakyat Indonesia (secara umum), serta menjadi perusahaan mampu untuk mensejahterahkan pegawai/karyawan. Maka dari itu *tagline* Harian Pagi Surya adalah “*Spirit Baru Jawa Timur*”. Harga Harian Pagi Surya per edisi adalah Rp 1000,- Surat kabar ini memang memiliki segmentasi pembaca muda hingga tua (sekitar umur 15-50 tahun), berasal dari kalangan kelas sosial menengah ke bawah.

Perbedaan visi misi, *tagline*, segmentasi, harga tersebut tentunya berpengaruh terhadap proses penyusunan berita pada surat kabar yang bersangkutan, terutama terkait dengan ideologi masing-masing. Gaya bahasa yang digunakan pun menjadi berbeda, contohnya Harian Pagi Surya yang gaya bahasanya mudah dipahami, contohnya saja pada penggunaan kalimat berikut ini.

Penolakan terhadap konsep pemilihan kepala daerah (Pilkada) oleh DPRD, terus membunyah. Setelah Wakil Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), memberikan perlawanan dengan cara mengundurkan diri dari Partai Gerindra, giliran Wali Kota Bandung Ridwan Kamil menggalang dukungan menolak konsep tersebut. (Sumber: Harian Pagi Surya edisi 12/9/2014, Berita ‘Walikota-Bupati Melawan’)

Berbeda dengan SKH Jawa Pos yang lebih berat dalam penggunaan bahasa dalam penyusunan beritanya.

Langkah partai-partai dalam Koalisi Merah Putih yang mendorong pilkada lewat DPRD dikecam PDIP. Partai yang bakal menjadi *the rulling party* hingga 2019 itu menyebut sikap akrobatik partai-partai yang jagonya kalah dalam pilpres 2014 tersebut telah merusak sistem demokrasi. (Sumber: SKH Jawa Pos edisi 12/9/2014, Berita utama 'Partai Kian Jauh dari Publik')

Penyusunan berita pada Harian Pagi Surya memang menysasar segmentasi kelas menengah ke bawah, yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah, dibanding dengan SKH Jawa Pos. Maka dari itu, bahasa yang digunakan Harian Pagi Surya lebih ringan atau bisa disebut sebagai 'bahasa sehari-hari', bukan 'bahasa ilmiah'. Penggunaan bahasa pada dasarnya memang menjadi hal penting bagi media massa, apalagi jika dikaitkan dengan pemaknaan, definisi, atau gagasan tertentu mengenai fenomena/peristiwa pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra tersebut kepada khalayak.

Sapir-Whorf (Eriyanto, 2002:x) menjelaskan bahwa bahasa itu tidak sekedar deskriptif yang melukiskan suatu fenomena atau lingkungan kita. Implikasinya, bahasa juga dapat digunakan untuk memberikan aksentu tertentu terhadap suatu peristiwa atau tindakan, misalnya dengan menekankan, mempertajam, memperlembut, mengagungkan, melecehkan, membelokkan, atau mengaburkan peristiwa atau tindakan tersebut. Kemudian akan berpengaruh juga terhadap cara atau strategi media massa menampilkan berita tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap dua surat kabar tersebut, terdapat perbedaan dalam penyajian berita tentang Basuki Tjahaja Purnama, atau yang akrab disapa Ahok, terkait peristiwa pengunduran dirinya dari Partai Gerindra. Meski sama-sama menempatkan berita tersebut menjadi *headline* di halaman depan surat kabar, namun kemasan berita yang dipakai masing-masing media berbeda. Harian Pagi Surya menggunakan judul berita "*Ahok: Nasib Gua Baik*", didukung dengan gambar ilustrasi Ahok dan

beberapa tokoh elite parpol lainnya. Sedangkan SKH Jawa Pos memilih menggunakan judul berita "*Percaya Diri Tanpa Partai*", dengan disertai foto Ahok, serta uraian perjalanan karir politik dan tindakan kontroversial Ahok. Adanya perbedaan ideologi dan sudut pandang dari masing-masing surat kabar, menyebabkan cara surat kabar tersebut mengkonstruksi dan mengemas/membingkai peristiwa menjadi sebuah berita juga berbeda. Perbedaan pemakaian kata, kalimat atau foto, asosiasi terhadap simbol budaya, dan lain sebagainya, merupakan implikasi dari memilih aspek tertentu dari realitas (Eriyanto, 2002:70). Akibatnya aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita agar menjadi bermakna, diingat dan mudah dipahami oleh khalayak.

Cara surat kabar membingkai dan mengemas berita tentang pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra tersebut, dapat diteliti lebih dalam menggunakan teknik analisis *framing*. Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955 (Sobur, 2006:161). Analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau idiologi media saat mengkonstruksi fakta. Menurut Robert N. Entman (Eriyanto, 2002:67), *framing* adalah proses seleksi realitas yang dilakukan media massa, sehingga ada bagian tertentu dari lebih menonjol dari yang lain, serta menempatkan informasi-informasi dalam konteks yang khas, sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar. *Frame* media tersebut muncul dari pikiran (kognisi), penafsiran, dan penyajian, dari seleksi, penekanan, dan pengucilan, dengan menggunakan simbol-simbol yang dilakukan secara teratur dalam wacana oleh media massa terkait, baik secara verbal maupun

visual. Agar berita lebih bermakna, menarik, berarti dan lebih diingat, serta digunakan untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Gamson dan Modigliani (Eriyanto, 2002:226-227) menyebut cara pandang itu sebagai kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan. Menurut mereka, *frame* adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang teroganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa berkaitan dengan objek suatu wacana. Dimana didalamnya terdapat dua perangkat, yakni: perangkat pembingkai (*framing devices*) dan perangkat penalaran (*reasoning devices*). Kedua perangkat tersebut ada pada objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, ditandai dengan: pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar, dan metafora yang ada pada berita, dan pada akhirnya akan merujuk pada suatu gagasan tertentu. Guna mencermati strategi media massa dalam melakukan konstruksi peristiwa mengenai pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra melalui dua perangkat tersebut, pada dua media massa yang berbeda (SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya), peneliti memutuskan menggunakan model analisis *framing* milik Gamson dan Modigliani.

Oleh karena itu, fokus peneliti dalam penelitian ini ada pada bingkai berita yang dibuat oleh SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya edisi 8-14 September 2014, mengenai pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra. Peneliti ingin melihat bagaimana dua media massa, dalam hal ini surat kabar, mengemas dan menyajikan berita tentang pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra. Menggunakan teknik analisis *framing*, dengan model analisis milik Gamson dan Modigliani.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya membingkai berita pengunduran diri Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dari Partai Gerindra ?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bingkai berita yang dibuat oleh SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya terkait berita pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra.

I.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini terdapat pada bingkai berita yang dibuat oleh SKH Jawa Pos dan Harian Pagi Surya, tentang pengunduran diri Ahok dari Partai Gerindra, pada edisi 8 September 2014 hingga 14 September 2014.

I.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

I.5.1. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan sumber informasi mengenai analisis *framing* berita, bagi mahasiswa di bidang kajian komunikasi, terutama yang mengambil konsentrasi media massa.

I.5.2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan referensi bagi praktisi media massa lainnya, terutama mengenai proses penulisan berita dalam konteks *framing*.