

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian serta manfaat dari diadakannya penelitian ini. Selanjutnya pada bab dua ini, penulis akan menjelaskan tentang bangunan konsep dan teori pendukung penelitian dari beberapa ahli terkait dengan judul penulis yaitu “Politik Media dalam Konflik antara Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) Tahun 2015”. Bab dua ini, dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk menguatkan dan mendukung argumen dari penulis yang didasari dengan pendapat para ahli. Dibuatnya bangunan konsep ini, maka teori-teori pendukung menjadi rujukan yang relevan berkaitan dengan topik penulisan.

Dalam bab ini, bangunan konsep yang dibuat oleh penulis dimulai dari penyajian dan pemaparan penulisan terdahulu yang dibuat oleh beberapa ahli dan penulis sebelumnya yang akan menjadi bahan rujukan oleh penulis, dilanjutkan dengan konsep media massa dalam politik, media massa sebagai pilar demokrasi, media massa sebagai ruang publik dalam masyarakat sipil, kondisi ruang publik di Indonesia, media massa sebagai pembentuk opini publik, pengaruh ekonomi politik terhadap isi pemberitaan media massa, media massa dan peristiwa politik, media massa dan konstruksi realitas politik, strategi media massa melakukan

konstruksi realitas, faktor-faktor yang berpengaruh pada pembentukan realitas politik media, kerangka teori analisis bingkai, konflik kepentingan dalam konglomerasi media dan bagan kerangka pikir penulis.

#### **A. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian tentang media televisi sebagai sebuah media yang turut menyajikan berita politik bukanlah sesuatu hal yang baru. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, selalu melihat bagaimana dampak dari media massa ini dalam kehidupan politik masyarakat. Melalui media televisi ini, pencitraan dan opini publik serta sikap politik masyarakat dapat terbentuk. Media ini, dianggap sebagai media yang memiliki peran penting dibandingkan media lain seperti koran atau radio.

Media televisi menjadi salah satu pusat kajian yang menarik minat peneliti. Media elektronik ini memiliki dampak yang besar terhadap perilaku khalayaknya. Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Shirley Biagi (2010) yang menyatakan bahwa berita-berita di televisi dan penampilan Kennedy pada saat debat kampanye berlangsung melalui stasiun televisi, telah membuat jutaan rakyat Amerika Serikat berbondong-bondong datang ke tempat pemungutan suara untuk memberikan pilihan mereka kepada Kennedy. Melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh Shirley Biagi ini, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa media televisi dapat digunakan oleh seseorang untuk mendapatkan dukungan, melalui media ini juga sikap politik masyarakat dapat terbentuk.

Pendapat lain dikemukakan oleh Werner J Severin dan James W. Tankard Jr (2008) yang menyatakan bahwa dampak dan manfaat media massa sudah menjadi perhatian yang luas di kalangan peneliti. Oleh sebab itu, telah lahir banyak teori tentang pemanfaatan media massa seperti televisi yang dapat digunakan sebagai pencitraan politik oleh tokoh politik atau partai politik. Salah satu contoh teori yang dapat digunakan sebagai pencitraan politik melalui media televisi menurut Werner J Severin dan James W. Tankard Jr adalah teori *agenda setting*.

Di Negara Indonesia sendiri, riset tentang pemanfaatan media sebagai alat politik khususnya media televisi untuk pencitraan partai politik atau tokoh politik juga sudah menjadi kajian riset. Media ini menjadi riset menarik bagi para ilmuwan. Karena media ini dianggap sebagai media dengan dampak yang sangat besar dalam memengaruhi sikap politik masyarakat.

Penelitian lainnya dari Ibnu Hamad (2004) dengan analisis wacana kritis yang membedah konstruksi realitas politik yang dibangun oleh media massa, terutama dalam hal ini adalah wacana politik yang dibangun oleh sepuluh media massa cetak yaitu Harian Kompas, Republika, Haluan, Suara Pembaharuan, Media Indonesia, Rakyat Merdeka, Kedaulatan Rakyat, Jawa Pos, Bali Pos, dan Fajar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Hamad menunjukkan bahwa masing-masing media berbeda dalam mengembangkan dan mengonstruksi wacana tentang partai politik peserta pemilu 1999 sesuai dengan visi, misi, ideologi politik media yang dianutnya. Misalnya media cetak Republika yang ideologinya dekat dengan ideologi islam, secara tegas membedakan pemberitaan antara partai politik islam yang selalu diwacanakan positif dan partai politik yang dekat dengan ideologi non

islam (PDIP) yang dicap negatif. Tapi menariknya surat kabar ini menonjolkan sikap positifnya pada Golkar dan mendiskreditkan partai saingan Golkar yaitu PKP.

Penelitian tentang media massa juga banyak dilakukan oleh kalangan peneliti dalam Negara Indonesia. Sebagai contoh hasil penelitiannya penulis sajikan dalam bentuk tabel seperti berikut:

**Tabel 1. Judul Penelitian Tentang Media Massa.**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anggi Sucia	Analisis <i>Framing</i> Berita Kasus Badan Anggaran DPR Dan KPK Di Media Televisi TV One Dan Metro TV	Kualitatif, dengan analisis <i>framing</i> model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	Pemberitaan oleh TV One terhadap kasus DPR dan KPK cenderung positif, media tersebut sangat berhati-hati dan tidak berani mengungkapkan pandangannya. Sedangkan media televisi Metro TV cenderung menyajikan berita yang negatif, media televisi ini berani mengungkapkan pandangannya.
2	Rahmat Edi Irawan, Yusa Djuyandi, Marta Sanjaya	Peliputan Media Televisi Dalam Pencitraan Partai Politik Menjelang Pemilu 2014	Kualitatif, dengan analisis <i>framing</i> dan teori <i>agenda setting</i>	Partai politik menyadari bahwa televisi masih menjadi media yang paling efektif di dalam proses penyampaian pesan politik termasuk dalam melakukan pencitraan. Cara penetapan yang dilakukan partai bisa dengan kerjasama, kreatifitas, atau

				<i>agenda setting</i> isi berita.
3	Agustina Niken Rahayu	Konflik KPK Dan Polri Dalam Pemberitaan Di Surat Kabar Kompas Dan Koran Tempo	Kuantitatif, analisis isi	Ketidakberpihakan ( <i>impartiality</i> ) yang disajikan oleh surat kabar kompas dan koran tempo cukup baik meskipun masih terlihat adanya keberpihakan terhadap pihak KPK dari sisi positif.
4	Farieda Angellya Sudjadi, Julia T. Pantow, Feery V.I.A Kuagouw	Peranan Televisi Dalam Pembentukan Opini Pada Masyarakat Lingkungan I Kelurahan Tosuraya Selatan Kecamatan Ratehan (Studi Tentang Opini Masyarakat Terhadap Calon Presiden Joko Widodo)	Kuantitatif, dengan teori <i>stimulus organism respons</i>	Dari 40 responden yang diteliti, 77, 5 % setuju jika Jokowi menjadi presiden ke-7 Negara Indonesia. Sedangkan 22, 5 % tidak setuju jika Jokowi mencalonkan diri menjadi presiden karena dianggap belum pantas.

Sumber : Diolah Sendiri Oleh Penulis

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini merupakan salah satu penelitian yang menarik, karena tema yang diangkat oleh penulis merupakan isu politik yang baru terjadi, selain itu konflik Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia) tahun 2015 ini banyak menarik perhatian masyarakat. Dalam penelitian ini juga, penulis ingin melihat peran media massa sebagai pilar keempat demokrasi dalam memengaruhi sikap politik masyarakat melalui pemberitaan konflik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia). Dalam penelitian ini juga, penulis ingin melihat pengaruh internal dan eksternal terhadap hasil konstruksi sebuah berita.

## **B. Peran Media Massa dalam Politik**

Media adalah bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa seperti menurut Soehadi (1978:38) adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain. Menurut pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa media massa adalah alat penyampai informasi kepada khalayak, atau bisa disebut juga kepada komunikan.

Media massa selain sebagai sarana penyampai informasi, juga dapat digunakan sebagai alat untuk mempertahankan kekuasaan dan kekuatan politik. Sebagai contoh kasus gerakan perlawanan rakyat *People Power* di Filipina tahun 1986 yang berhasil mengusir Marcos dari kursi kepresidenan. Hal ini diperkuat dengan adanya pendapat Yudi Latif (1997:294) yang menyatakan bahwa melalui media, kelompok dominan terus menerus berusaha mempertahankan, melembagakan, melestarikan kekuasaan demi menggerogoti, melemahkan, dan meniadakan potensi tanding dari pihak-pihak yang dikuasai.

Media tidak hanya hadir sebagai media komunikasi politik tapi juga sebagai bentuk adanya kebebasan berpolitik dalam negara. Melalui media setiap individu bebas berekspresi dalam dunia politiknya. Neumann (1989) menjelaskan bahwa kebebasan pers memegang peranan penting di Asia Tenggara khususnya dalam proses liberalisasi politik yang berhubungan dengan munculnya pers yang lebih terbuka dan kritis. Neumann (1989:26) juga menjelaskan fungsi media sebagai institusi politik adalah:

1. Memromosikan ideologi nasional dan melegitimasi proses pembangunan. Dalam menjalankan fungsi ini pers adalah sebuah agen stabilitas yang bertugas membantu melestarikan tatanan sosial politik.
2. Melakukan *monitoring* terhadap tatanan politik pada masa damai, melakukan *checks and balances*.
3. Sebagai *Fire Fighting* yaitu turut membantu dalam menentukan hasil dari perubahan politik dan sosial dramatik yang terjadi saat krisis.

Pesan-pesan politik juga dapat diciptakan oleh media massa. Melalui pesan politik yang diciptakan oleh media, sikap politik masyarakat akan terbentuk. Timothy Cook (1998) menyatakan media juga aktif sebagai partisipan yang menciptakan pesan politik. Menurut Hamad (2004) dalam pemberitaan politik, media berperan sebagai transmitter pesan-pesan politik dari luar dirinya sekaligus pesan politik wartawan kepada khalayak.

Menurut Sudibyo (2007:1) berbagai kajian dan kritik terhadap pemberitaan di media massa menjadi penting, untuk menunjukkan alternatif pembacaan media massa sehingga publik dapat memahami dan mencermati pemberitaan-pemberitaan di media massa secara aktif dan cerdas. Dengan pemberitaan peristiwa politik yang etis akan sumber artikulasi politik bagi masyarakat, maka masyarakat dapat berperan serta secara maksimal dalam berpolitik. Pesan politik yang diciptakan oleh media massa harus difilter secara baik oleh masyarakat, sehingga masyarakat dapat menentukan sikap politiknya secara benar.

Dalam dunia politik media juga dapat dijadikan alat propaganda oleh negara. Media dijadikan sebagai sebuah alat propaganda karena media dianggap sebagai alat yang dapat menggerakkan massa dengan jumlah yang sangat banyak. Hal ini dibuktikan dengan adanya pendapat Pharr (1996:24) yang menyatakan bahwa

media di negara berkembang menekankan dominasi atau hegemoni kekuasaan negara dimana media digunakan sebagai alat propaganda negara.

### **C. Media Massa Sebagai Pilar Demokrasi**

Menurut Timothy Cook (1998:4) media massa merupakan sebuah institusi politik yang menjadi salah satu pilar penegak demokrasi, terutama di negara berkembang. Penulis memberikan pendapat bahwa asumsi utama dari negara demokrasi adalah semakin pers independen dengan semakin besar kebebasan yang dimiliki maka akan memberi kontribusi positif pada perubahan politik, mendukung transisi demokrasi dan meruntuhkan rezim yang otoritarian. Dengan kata lain media dapat menjadi agen perubahan dalam masa transisi demokrasi.

Melalui media ini partisipasi masyarakat akan tercipta. Masyarakat akan turut serta melakukan kontrol terhadap kinerja pemerintah. Dengan meningkatnya partisipasi dari masyarakat ini, maka secara substansial negara demokrasi akan terbentuk karena partisipasi merupakan salah satu esensi dari nilai demokrasi. Seperti pendapat Reyes Matta (1981:90) yang menyatakan bahwa dalam media ada proses yang memungkinkan *civil society* atau masyarakat sipil turut berpartisipasi dalam pembuatan keputusan mengenai muatan dan sifat pesan, dan untuk memengaruhi keputusan yang berkaitan dengan kebijakan komunikasi politik.

Fungsi dan peran pers dalam negara demokrasi yang berkaitan dengan pemberitaan politik sangatlah penting. Karena pers yang bebas akan mendukung terwujudnya sistem demokrasi secara substansial. Hal ini diperkuat dengan adanya

ukuran-ukuran normatif dari pelaksanaan demokrasi menurut Yudhoyono (2004)

adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi rakyat dalam pengambilan keputusan dan penetapan kebijakan.
2. Ada pemilihan umum yang jujur dan adil.
3. Ada rekrutmen kepemimpinan yang teratur dan ada turunan-turunannya lagi.
4. Ada penghormatan kepada HAM.
5. Ada kebebasan berbicara.
6. Memiliki pers yang bebas. Namun makna pers yang bebas di sini, penulis batasi bukan berarti pers bebas sebebaskan-bebasnya melainkan bebas dalam konteks yang bertanggung jawab terhadap berita yang mereka berikan kepada masyarakat. Karena pers yang sebebaskan-bebasnya juga dapat membawa dampak yang negatif.

#### **D. Media Massa Sebagai Ruang Publik Masyarakat Sipil**

Ruang publik dalam masyarakat sipil dapat diartikan sebagai sebuah wadah dialog antara masyarakat dan pemerintah. Konsep ruang publik sendiri pada awalnya bermula dari sebuah esai Jurgen Habermas pada tahun 1962 berjudul *The Structural Transformation of The Public Sphere*. Bagi Habermas, ruang publik adalah satu wilayah yang muncul pada ruang spesifik dalam masyarakat borjuis. Ini adalah ruang yang memerantarai masyarakat sipil dengan negara, dimana publik mengorganisasi dirinya sendiri dan dimana opini publik dibangun. Di dalam ruang ini, individu mampu mengembangkan dirinya sendiri dan terlibat dalam debat tentang arah dan tujuan masyarakat. Menurut Jurgen Habermas (1997:105) mendefinisikan ruang publik atau *public sphere* yaitu:

*“A domain of our social life where such a thing as public opinion can be formed (where) citizens.... deal with matters of general interest without being subject to coercion.... (to) express and publicize their views.”* Artinya: Dalam suatu daerah lingkungan hidup sosial pendapat umum dapat dibentuk dimana suatu warga negara tengah berhadapan dengan berbagai hal tanpa paksaan guna menyatakan dan mempublikasikan pandangan mereka.

Ruang publik yang bebas atau *public sphere* dari Habermas (dalam Oliver Boyd-Barret, 1995:257) mengutamakan *dialogical conception* (konsepsi dialogis) dengan asumsi bahwa individu-individu datang bersama-sama ke lokasi yang sama dan terjadinya dialog satu sama lain, sebagai peserta yang sama dalam percakapan *face-to-face*. Sedangkan Alan McKee (2005) menyatakan beberapa pengertian tentang ruang publik sebagai berikut:

1. Ruang publik adalah suatu wilayah hidup sosial dimana suatu pendapat umum dapat dibentuk diantara warga negara, berhadapan dengan berbagai hal mengenai kepentingan umum tanpa tunduk kepada paksaan dalam menyatakan dan mempublikasikan pandangan mereka.
2. Ruang publik adalah istilah yang berkenaan dengan metafora yang digunakan untuk menguraikan ruang virtual dimana orang-orang dapat saling berhubungan.
3. Ruang publik adalah ruang dimana percakapan, gagasan, dan pikiran masyarakat bertemu.
4. Ruang publik adalah ruang virtual dimana warganegara dari suatu negeri menukar gagasan dan mendiskusikan isu, dalam rangka menjangkau persetujuan tentang berbagai hal yang menyangkut kepentingan umum.
5. Ruang publik adalah tempat dimana informasi, gagasan dan perdebatan dapat berlangsung dalam masyarakat dan pendapat politis dapat dibentuk. Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa ruang publik merupakan ruang abstrak bagi publik untuk mengutarakan pendapat atau menentang pendapat lain berdasarkan asas kebebasan bertanggung jawab.

Dalam ruang publik ini masyarakat dapat menyuarakan kepentingan mereka baik yang sifatnya menyetujui atau menolak kebijakan negara. Pro dan kontra merupakan unsur utama ruang publik untuk mencari solusi dari berbagai permasalahan sosial yang sedang menjadi agenda pembahasan publik. Tarik ulur kepentingan juga merupakan warna bagi ruang publik yang kemudian menciptakan *bargaining position* antar peserta diskusi. Habermas (1989:xv) membedakan tiga jenis *offentlichkeit* ruang publik yaitu:

1. *Politische Offentlichkeit* yang artinya ruang publik politik atau politis, dimana kadang-kadang diterjemahkan menjadi ruang publik di wilayah politik atau politis.
2. *Literarische Offentlichkeit* yang diterjemahkan sebagai ruang publik sastra/literer, yang dapat diartikan sebagai dunia sastra atau tulis menulis.
3. *Repräsentative Offentlichkeit* yang dapat diterjemahkan menjadi perepresentasian/perwakilan publik, dimana ada pertunjukan kehormatan di depan khalayak.

Adapun keberhasilan ruang publik seperti pendapat Rutherford, (2000:18) dalam [http: www.mala.bc.ca](http://www.mala.bc.ca) yang diakses pada hari senin tanggal 9 Februari 2015 jam 09.00 WIB tergantung pada:

1. Luasnya akses (se-universal mungkin).
2. Tingkat otonomi (warga negara harus bebas dari kekerasan/pemaksaan).
3. Penolakan hierarki (sehingga setiap individu merasa berada pada kedudukan yang sama).
4. Aturan hukum (terutama sekali subordinasi negara).
5. Kualitas partisipasi (komitmen umum untuk cara-cara yang logis).

Di dalam ruang publik akan terbentuk sebuah opini publik atau *public opinion*, dimana biasanya opini publik ini memengaruhi kebijakan dari negara. Opini publik merujuk pada kritik atau kontrol yang dilakukan oleh masyarakat. Opini personal dari individu-individu akan menjadi opini publik melalui partisipasi dalam debat publik yang bebas dan adil serta terbuka bagi semua. Dalam ruang publik ini, akan muncul berbagai macam pendapat atau opini publik yang di latar belakang dengan berbagai macam kepentingan.

Menurut Habermas sebagaimana dikutip Oliver Boyd-Barret (1995), tidak ada aspek kehidupan yang bebas dari kepentingan, bahkan juga ilmu pengetahuan. Struktur masyarakat yang emansipatif dan bebas dari dominasi dimana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam pengambilan

keputusan adalah struktur ideal. Apa yang ingin disampaikan oleh Habermas (1995) adalah mengenai sistem demokrasi. Habermas (1995) yakin bahwa sebuah ruang publik yang kuat, terpisah dari kepentingan-kepentingan pribadi, dibutuhkan untuk menjamin tercapainya keadaan ini.

### **E. Kondisi Ruang Publik di Indonesia**

Ruang Publik atau *public sphere* di Indonesia mulai muncul pada akhir masa orde baru, yang ditandai dengan lahirnya masa reformasi yang memberikan kebebasan kepada publik sesuai dengan amanat UUD 1945. Pada masa orde baru, sistem komunikasi di Indonesia bersifat tertutup sehingga arus informasi bersifat *top down* (dari atas ke bawah) dan tidak ada kesempatan bagi masyarakat untuk memberikan *feed back* (umpan balik).

Setelah masa orde baru digantikan oleh masa reformasi, sistem komunikasi beralih dari sistem komunikasi yang sifatnya tertutup ke sistem komunikasi yang lebih terbuka sehingga publik memunyai kebebasan untuk menyuarakan pendapatnya tanpa takut pada ancaman pemerintah. Kemunculan lingkungan media yang lebih bebas tersebut menurut Idris dan Gunaratne (2000) juga disebutkan yang mengatakan bahwa pada awal 1998 sebuah kebijakan media yang lebih bebas tengah terbentuk di Indonesia.

Menurut Habermas (1997:141) bahwa degradasi ruang publik oleh media massa yang justru dilakukan oleh media massa berpengaruh terhadap tumbuhnya budaya masyarakat konsumtif daripada masyarakat kritis. Hal ini dikarenakan media

massa kini lebih banyak dipenuhi promosi dan hiburan daripada forum yang membahas permasalahan publik.

Di Indonesia sendiri sistem pers yang dianut adalah sistem pers tanggung jawab sosial sebagai pendukung terselenggaranya ruang publik yang sehat. Sistem pers tanggung jawab sosial mulai diterapkan di Indonesia sejak munculnya masa reformasi. Mulai berlakunya sistem ini dikarenakan adanya kebebasan pers yang tidak lagi mengalami restriksi oleh pemerintah saat masa orde baru sehingga pers benar-benar menjadi lembaga sosial yang independen. Menurut Severin dan Tankard (2005) sistem pers tanggung jawab sosial memberikan keleluasaan dan kebebasan bagi awak pers untuk memproduksi berita dengan catatan tetap harus memperhatikan kepentingan publik agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Saat ini kebebasan pers di Negara Indonesia telah dijamin dalam undang-undang. Meskipun memiliki kebebasan berekspresi, namun pers harus menghormati hak-hak orang lain. Kebebasan pers juga tidak boleh melampaui hak dari pihak lain seperti yang diatur dalam pasal 5 ayat 1 UU No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers, bahwa kebebasan pers dibatasi dengan kewajiban menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah.

Dalam sistem ini, pers tidak lagi dikendalikan oleh pemerintah melalui Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Profesi dalam dunia pers dapat dilakukan oleh siapa saja dengan syarat memiliki kredibilitas dan bertanggung jawab. Pers dianggap bagian dari masyarakat yang tidak bisa lagi dipisahkan fungsinya sebagai media transformasi informasi publik. Namun dalam sistem ini Siebert, Peterson, dan Schramm (dalam Severin dan Tankard, 2005:27) menyatakan

bahwa pers memiliki tanggung jawab yang lebih besar karena di bawah pengawasan sebagai konsumen, sehingga pers tidak bisa semaunya dalam pembuatan dan penyiaran berita.

#### **F. Media Massa Sebagai Pembentuk Opini Publik**

Pengaruh media dalam kehidupan politik sangat besar, media mempunyai kemampuan untuk memengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Media masih dianggap sebagai sebuah alat yang paling efektif yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan politik. Baik media massa cetak atau media massa elektronik.

Dalam karya klasiknya Walter Lippmann (1922) menyebutkan bahwa berita media merupakan sumber utama yang membentuk alam pikir kita terhadap persoalan-persoalan publik yang lebih luas yang berada di luar jangkauan, pandangan dan pikiran kebanyakan warga negara biasa. Apa yang kita ketahui tentang dunia itulah apa yang media sampaikan kepada kita. Bahkan, apa yang menjadi agenda utama media secara kuat memengaruhi agenda utama publik. Secara ringkas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa apa yang dianggap penting oleh media menjadi penting pula bagi publik.

Sikap dari peran politik yang ditampilkan oleh pers dalam situasi tertentu dapat diamati dengan dua kecermatan. Pertama, kepemilikan dan kontrol publikasi dan yang kedua adalah hubungan antara pemilik perusahaan media, jurnalis, dan pemegang kekuasaan. Susan Pharr (1996:24-36) seorang pengamat Jepang mengemukakan adanya empat pandangan tentang media yang saling berlawanan

yaitu media sebagai penonton (*spectator*), media sebagai penjaga (*watchdog*), media sebagai pelayan (*servant*), dan media sebagai penipu (*trickster*).

Menurut McQuail (2011:46) salah satu hal yang terkait dengan peranan media massa adalah dimensi politik, dimana televisi diharapkan dapat menggunakan kemampuan informatif mereka untuk mendukung proses demokratis dan melayani kebutuhan publik. Tugas demokratik pers, termasuk media televisi dalam memberikan informasi politik sangat diakui. Informasi politik yang disampaikan kepada masyarakat dapat berupa kontrol politik terhadap kekuasaan atau pendidikan politik. Sebagian kalangan partai politik di Indonesia pun menyadari bahwa peranan dan keberadaan televisi saat ini khususnya dalam bidang politik sangat besar, banyak pengaruh yang dapat diberikan oleh media ini.

Media massa menurut McQuail (2011:59) memiliki kemampuan untuk mengubah kecenderungan opini publik, seperti protes dan demo politik yang rusuh atau bahkan menurunnya demokrasi dan meningkatnya apatisisme politik. Karena kemampuan itulah media massa terkadang mendapat perhatian dari para pelaku politik dan pemerintahan, baik yang negatif dengan adanya kontrol dan kritik terhadap media maupun perilaku positif dengan adanya pemanfaatan media massa. Menurut Bernard Hennessy (1981) menyatakan bahwa politik bukan hanya semata-mata proses pembuatan kebijakan di dalam lembaga politik formal namun juga berarti bentuk pertukaran opini yang menjangkau publik secara luas.

## **G. Pengaruh Ekonomi Politik Terhadap Isi Pemberitaan Media Massa**

Dalam menjalankan usahanya, media atau pemilik media selalu berhadapan dengan kekuasaan. Bisnis yang mereka lakukan selalu terkait dengan kebijakan elit kekuasaan. Hal itu mengakibatkan politik dagang dimana para pemilik media dituding ikut melestarikan *status quo* kekuasaan para tokoh politik yang menjadi rekan kerja mereka. McQuail (2000:193) menjelaskan bahwa isi media selalu merefleksikan kepentingan pihak yang membiayai mereka. Jika memang demikian maka kekuasaan pemilik media, meski secara etik dibatasi dan secara normatif disangkal, tidak hanya akan memberi pengaruh pada konten media, namun juga memberikan implikasi logis kepada masyarakat selaku khalayak.

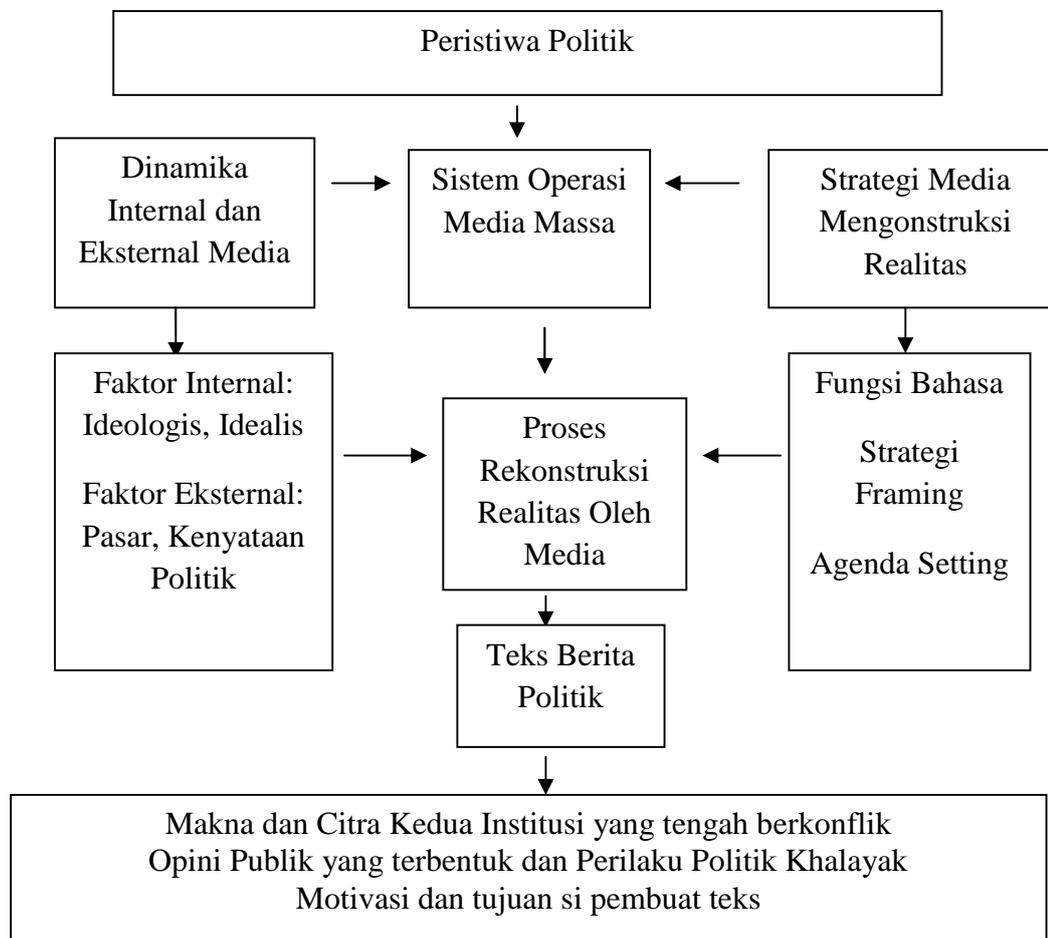
Media memiliki banyak fungsi yang tidak hanya memberi keuntungan ekonomis, kekuasaan, atau sarana penghubung kepentingan. Ashadi Siregar (2003) memetakan tiga fungsi instrumental media massa, yaitu untuk memenuhi fungsi pragmatis bagi kepentingan pemilik media massa sendiri, bagi kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik dari pihak di luar media massa, atau untuk kepentingan warga masyarakat. Menurut Vincent Moscow (1998) menyatakan bahwa pendekatan dalam ekonomi politik intinya berpijak pada relasi sosial, khususnya yang menyangkut relasi kekuasaan, baik dalam produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya (*resources*). Dalam ekonomi politik komunikasi, sumber daya ini dapat berupa surat kabar, majalah, buku, kaset, film, internet dan sebagainya. Artinya, dalam pandangan ekonomi politik media adalah industri yang kemudian menempatkan publik sebagai bagian dari komoditas industri.

## **H. Media Massa dan Peristiwa Politik**

Peristiwa politik selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan. Begitu juga liputan politik tentang peristiwa konflik KPK dan Polri tahun 2015 yang terjadi beberapa waktu lalu. Pada satu pihak, peristiwa politik yang menjadi liputan politik memiliki dimensi pembentukan opini publik yang diharapkan oleh para politisi atau pihak redaksi dan wartawan.

Dalam melakukan pembentukan opini publik terkait peristiwa politik yang menjadi bahan liputan, umumnya media massa melakukan tiga kegiatan sekaligus yaitu menggunakan simbol-simbol, strategi pengemasan, dan fungsi agenda media. Ketika tengah melakukan ketiga kegiatan tersebut menurut Ibnu Hamad (2004:3), sebuah media massa dipengaruhi oleh berbagai faktor internal berupa kebijakan redaksional tertentu mengenai suatu kekuatan politik, kepentingan politik para pengelola 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 adanya berbagai macam pengaruh tersebut peristiwa politik yang menjadi liputan media dapat menimbulkan opini publik yang berbeda-beda tergantung dari cara masing-masing media melaksanakan tiga tindakan tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar berikut.

**Gambar1. Kerangka Kerja Teori (*Theoretical Framework*) Studi Liputan Politik**



Sumber : Hamad, 2004:4

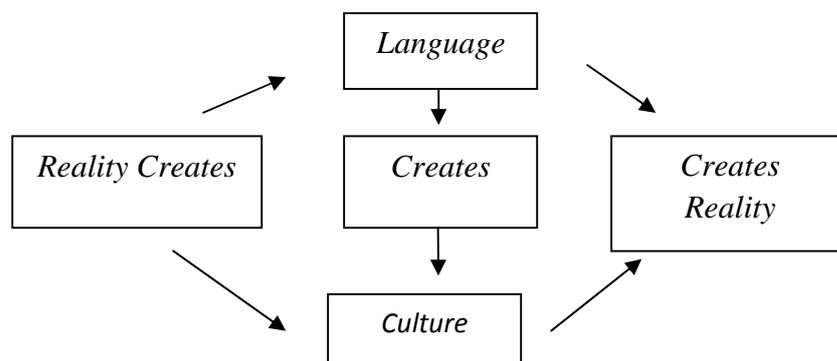
## I. Media Massa dan Konstruksi Realitas Politik

Kesibukan utama sebuah media adalah mengonstruksikan berbagai macam realitas yang akan disiarkan. Media massa menyusun berbagai macam peristiwa yang terjadi hingga menjadi sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Semua wacana berita merupakan hasil realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) oleh media massa sehingga membentuk wacana yang bermakna.

Dalam proses konstruksi realitas, menurut Ibnu Hamad (2004:12) bahasa adalah unsur utama yang merupakan unsur pokok untuk menceritakan sebuah realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Jenis bahasa yang digunakan oleh media massa dalam mengonstruksi sebuah realitas yaitu berupa bahasa verbal (kata-kata tertulis atau lisan), maupun bahasa non verbal (gambar, foto, gerak-gerik, grafik, angka, dan tabel).

Sekarang ini, keberadaan bahasa tidak hanya sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas-realitas media yang muncul di benak khalayak. Penggunaan bahasa tertentu dapat berimplikasi pada bentuk konstruksi realitas dan makna yang dikandungnya. Pilihan kata dan penyajian suatu realitas ikut menentukan struktur konstruksi realitas dan makna yang muncul darinya. Dari perspektif ini, menurut Hamad (2004:13) bahasa bukan hanya mampu mencerminkan realitas, tapi juga dapat menciptakan realitas, seperti yang terlihat dari gambar berikut ini:

**Gambar 2. Hubungan Antara Bahasa, Realitas, dan Budaya**



Sumber : Hamad, 2004:13

## **J. Strategi Media Massa Melakukan Konstruksi Realitas**

Strategi media massa dalam melakukan konstruksi berita menurut Hamad (2004:16-24) yaitu:

1. Pilihan kata (simbol) politik.
2. Melakukan pembingkai (*framing*) peristiwa politik.
3. Ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa politik (fungsi agenda setting).

## **K. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Pembentukan Realitas Politik Media**

Struktur dan penampilan media ditentukan oleh banyak faktor, baik eksternal maupun internal. Faktor-faktor internal dan eksternal menurut Hamad (2004:25-28) tersebut terdiri dari:

1. Kepentingan idelais.
2. Kepentingan ideologis.
3. Kepentingan politis.
4. Kepentingan ekonomis.

## **L. Kerangka Teori Analisis Bingkai (*Framing Analysis*)**

Salah satu teori media dalam komunikasi politik adalah teori pembingkai. Menurut Panuju (2003:1) *framing analysis theory* atau teori analisis bingkai adalah analisis untuk membongkar ideologi di balik penulisan informasi. Secara sederhana, analisis bingkai mencoba untuk membangun sebuah komunikasi bahasa, visual, dan pelaku yang akan disampaikan kepada pihak lain atau menginterpretasikan dan mengklasifikasikan informasi baru. Melalui teori pembingkai, kita dapat mengetahui bagaimanakah suatu pesan diartikan sehingga dapat diinterpretasikan secara efisien dalam hubungannya dengan ide penulis.

*Framing* pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual yang mengorganisasi pandangan politik, kebijakan, 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 berfikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Dimensi *framing* dimulai dengan pemilihan berita dan memberikan penekanan atau penonjolan aspek atau isu tertentu dalam berita. Hal tersebut dilakukan dengan penempatan berita di halaman utama, penulisan kata atau kalimat tertentu pada gambar pendukung, pemakaian grafis yang kontras sehingga memiliki peluang untuk diingat dalam peta mental pembaca. Selanjutnya *framing* berkaitan dengan penggunaan kata, kalimat dalam berita, simbol, konsepsi, ide, dan penggambaran. *Framing* berita dapat dilihat dari makna dibalik kata, kalimat, simbol, ide, dan lainnya yang memberikan gambaran tertentu dan makna tertentu dari teks media tersebut.

Suatu realitas yang sama dikemas oleh wartawan yang berbeda akan menghasilkan berita yang berbeda, karena perbedaan sudut pandang dan penekanan dari aspek-aspek yang berbeda. Dengan demikian ada realitas yang sebenarnya dan realitas-realitas bentukan media yang merupakan konstruksi wartawan beserta dewan redaksional atas realitas yang sebenarnya. Model analisis *framing* antara lain dari Murray Edelman, Entman, William A. Gamson dan Andre Modigliani, serta dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

1. Murray Edelman (dalam Eriyanto, 2007:56) mengartikan teori *framing* sebagai apa yang diketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung bagaimana membingkai dan mengkonstruksi realitas. Realitas yang sama bisa jadi akan menghasilkan realitas yang berbeda ketika realitas tersebut dibingkai atau dikonstruksi dengan cara yang berbeda.
2. Robert N. Entman (dalam Eriyanto, 2007), melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu sebagai berikut :
  - a. Seleksi isu, aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, dipilih satu aspek yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini didalamnya ada bagian berita yang dimasukkan, tetapi ada juga yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian berita ditampilkan.
  - b. Penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta.
3. William A. Gamson dan Andre Modigliani (dalam Sobur, 2006), menyebutkan bahwa dalam *framing*, cara pandang terbentuk dalam kemasan (*package*) yang mengandung konstruksi makna atas peristiwa yang akan diberitakan. Kemasan itu semacam skema dan struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang di sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan yang diterima, serta cara pandang atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa, dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana (Eriyanto, 2007).

4. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (dalam Eriyanto, 2005:256) mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*, yaitu: sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

**Tabel 2. Perangkat Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki**

<b>STRUKTUR</b>	<b>PERANGKAT FRAMING</b>	<b>UNIT YANG DIAMATI</b>
<b>SINTAKSIS</b> (Cara wartawan menyusun fakta)	Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
<b>SKRIP</b> (Cara wartawan mengisahkan fakta)	Kelengkapan Berita	5W+1H
<b>TEMATIK</b> (Cara wartawan menulis Fakta)	Detail, Maksud kalimat hubungan, Bentuk kalimat, kata ganti	Paragraf, Proposisi
<b>RETORIS</b> (Cara wartawan menekankan fakta)	Leksikon, Grafis, Metafora	Kata, Idiom, Gambar foto, Grafik

Sumber: Eriyanto, 2005:256

### **M.Konflik Kepentingan Dalam Konglomerasi Media**

Masa demokrasi sejak tahun 1998 telah membawa angin segar bagi dunia informasi di Indonesia. Semakin banyaknya media massa membuat kita punya peluang untuk mendapatkan informasi yang luas dari berbagai sumber media

massa. Karena informasi merupakan hak bagi setiap warga negara. Namun, jatuhnya masa orde baru ternyata menguntungkan untuk beberapa konglomerat dalam menguasai media.

Jika pada masa orde baru, kontrol media dibatasi dan berada di bawah kendali negara, maka di era reformasi kita dapat melihat wajah institusi media (baik di level nasional maupun daerah) kini sepenuhnya berada di bawah kendali pasar, dengan para industrialis dan konglomerat media sebagai pemain, pemilik, sekaligus penguasa barunya.

Ditinjau dari peran dan fungsi media/pers sebagai pilar keempat demokrasi, *faktual* era *state regulation* yang dioperasikan rezim orde baru telah memberi pelajaran bagi Negara Indonesia, dimana media (terutama pers) lebih berperan sebagai bagian dari aparatus ideologis negara ketimbang memerankan dirinya sebagai sarana *edukasi*, *artikulasi persepsi*, dan *agregasi* aspirasi publik (*public sphere*). Situasi ini jelas mengganggu peran media massa sebagai pilar keempat demokrasi yang harusnya menyediakan informasi bagi warga negara.

Bagi Leo Batubara (dalam Jurnal Sosial Demokrasi No.1 Vol.3, Juli-September 2008), penguasaan atas kepemilikan media terutama media penyiaran oleh para konglomerat media di Indonesia saat ini sudah sampai pada tahap predatorik, lebih parah dibandingkan dengan negara-negara demokrasi paling liberal di dunia.

Namun, menurut Agus Sudibyo (2008), jika pada masa orde baru ekonomi politik media lebih didominasi oleh perspektif *state centrism*, maka pasca 1998 tinjauan ekonomi politik media lebih didominasi oleh corak *market centrism*. Kerangka

analisis *market centrism* berangkat dari asumsi, bahwa era *state regulation* sudah berakhir, dan telah digantikan oleh era *market regulation*. Negara bukan faktor determinan lagi bagi kehidupan media, dan selanjutnya hukum pasarlah satu-satunya faktor penentu karakter ruang publik media di Indonesia.

Konflik kepentingan terjadi ketika media massa ditunggangi kepentingan pemiliknya. Menurut Fortunato (2005), pemilik modal dapat menentukan dan memengaruhi konten media yang ditransmisikan ke publik karena penguasaannya terhadap dukungan anggaran dan organisasi media, proses seleksi dan *framing*, serta kekuasaan atas personalia yang mengelola media. Dengan kekuasaan yang dimiliki, menurut Cohen (1963) media massa menjadi sarana untuk menggiring perhatian khalayak untuk memerhatikan isu-isu tertentu, termasuk mengubah perhatian khalayak dari satu isu ke isu lainnya sesuai kepentingan politik.

Transmisi informasi kemudian menjadi kebijakan pemilik media melalui seleksi dan *framing*. Pemilik media menentukan informasi mana yang akan dikonsumsi oleh publik, kapan waktunya, berapa lama durasinya, seberapa sering intensitasnya, guna mendukung agenda *setting* kekuatan politik yang diwakilinya.

Pengaruh monopoli media atau konglomerasi media membawa pengaruh yang besar. Seperti yang terjadi di Italia, ada media yang dikuasai oleh Silvio Berlusconi dan pernah melakukan korupsi besar-besaran. Namun, lewat monopoli media massa, dia bisa membangun citra dan terpilih kembali menjadi perdana menteri di Italia. Artinya, memang begitu dahsyat kekuasaan dan kekuatan media massa ketika dimonopoli. Media bisa dipakai untuk membangun citra positif seseorang yang sebenarnya buruk atau negatif.

Dalam sebuah struktur ekonomi politik otoriter, dimana industri penyiaran berada di bawah kendali negara, rezim penguasa akan berperan sentral dalam mendefinisikan apa yang menjadi “*kepentingan publik*”, “*masalah sosial*”, “*tantangan nasional*”, “*tuntutan pembangunan*”, dan *jargon-jargon* sejenis. Sementara dalam sebuah struktur pasar yang liberal, *market regulation* adalah institusi dominan dalam mendefinisikan harapan dan aspirasi publik (*issues of public concerns*). Dengan kata lain, kaidah-kaidah yang menjadi wacana, isu atau kepentingan publik akan dikendalikan sepenuhnya oleh para pelaku pasar.

Dominasi sektor swasta atas institusi media dapat dilihat dari 200 permohonan izin penyiaran yang masuk ke Depkominfo (dalam Jurnal Sosial Demokrasi No.1 Vol.3, Juli-September 2008), dimana 155nya diajukan oleh televisi swasta. Sementara dari sisi penyebaran, 67 % media penyiaran terkonsentrasi di Jawa (Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah), Kalimantan Timur, Bali, DIY, Banten, Riau, dan Sumatera Selatan. Fakta ini menunjukkan, telah terjadi ketimpangan dalam persebaran televisi di Indonesia.

Perkembangan terkini menunjukkan, intervensi pemerintah atas kehidupan media belum sepenuhnya dapat dikatakan berakhir. Belakangan pemerintah bahkan kian terang-terangan membangun kembali supremasinya atas kehidupan media. *State reorganizing* melalui revitalisasi peran Depkominfo ini menyiratkan kecenderungan hadirnya konsolidasi dan reorganisasi kelompok-kelompok politik konservatif untuk *me-reorganized* determinasi pemerintah atas kekuatan-kekuatan sosial-politik alternatif, seperti pers atau lembaga penyiaran publik. Kebijakan yang mengabaikan prinsip-prinsip partisipasi publik dalam pengelolaan media

jelas bertentangan dengan prinsip kemerdekaan pers, yang mewajibkan negara mengutamakan hak publik untuk memperoleh informasi yang rasional, sehat, dan seimbang.

Saat ini, Depkominfo telah menempatkan kembali dirinya sebagai penjamin keberlangsungan ekspansi bisnis para pengusaha penyiaran. Sebaliknya, para pengusaha penyiaran tak segan-segan memberi legitimasi atas kedudukan Depkominfo sebagai pemegang otoritas tertinggi di bidang penyiaran. Peraturan Pemerintah tentang penyiaran akhirnya menunjukkan *state regulation* tidak selalu bersifat *diametral* dengan *market regulation*. Maka lebih tepat dikatakan, dinamika ekonomi politik penyiaran pasca-2002 menurut Herry Priyono (2001) lebih didominasi konsolidasi yang digerakkan kekuatan pasar (*market-based powers*) sekaligus daya-daya politis yang digerakkan kekuasaan negara (*state-based powers*).

Dengan terjadinya pemusatan kepemilikan dalam lembaga siaran, otoritarianisme sentralistik yang dilakukan oleh negara, sekarang bergeser ke arah otoritarianisme swasta atau korporasi. Dengan adanya otoritarianisme sentralistik ini, siapapun pelakunya akan membahayakan demokrasi. Ini karena otoritarianisme sentralistik akan memunculkan monopoli, yang pada akhirnya akan mengancam keberagaman (*diversity*), baik *diversity of ownership* maupun *diversity of content*. Ini jelas bertentangan dengan paradigma penyelenggaraan penyiaran dan bahkan bertentangan dengan undang-undang penyiaran No. 32 tahun 2002.

Ketika media massa tidak lagi mampu sebagai institusi ideal dalam menyampaikan informasi dan sudah menjadi alat bagi sang pemilik, hal ini tentunya akan terus merusak jalannya demokratisasi di negara ini. Media memiliki kekuatan yang besar dalam menyampaikan informasi dan tayangannya, akan tetapi sangat lemah terhadap tekanan dari pemilik media. Dan kondisi ini hanyalah sebagian kecil bentuk intervensi pemilik media dilihat dari kacamata ekonomi politik dan media.

Media merupakan bentuk dari organisasi dan industri, sehingga menjadikan beberapa media menyiarkan konten yang lebih mendatangkan rupiah ketimbang mendidik atau melakukan persuasi politik terhadap pemirsanya. *Oplag* dan *rating* menjadi tujuan utama media masa dalam meraup nilai *commercial break* yang tinggi tanpa harus mementingkan konten siaran. Secara ukuran ekonomi *oplag* dan *rating* memang menjadi acuan kesuksesan sebuah media, namun bukan tolak ukur kualitas konten media. Penyebab terjadinya orientasi komersil media karena persaingan yang ketat dan dipengaruhi oleh kepemilikan media yang terpusat pada segelintir orang dan kelompok.

## **N.Kerangka Pikir**

Keberadaan pers sebagai media komunikasi dan informasi sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal institusi maupun faktor eksternal. Menurut McQuail (1987:81-82) ada beberapa masalah yang perlu dikemukakan menyangkut posisi media dalam hubungannya dengan berbagai struktur sosial yang memengaruhi gerak langkah media massa tersebut diantaranya adalah:

1. Media memiliki konsekuensi dan nilai ekonomi, serta merupakan objek persaingan untuk memerebutkan kontrol dan akses (politik maupun ekonomi). Disamping itu, media juga tidak terlepas dari peraturan politik, ekonomi, dan hukum.
2. Media massa sering kali dipandang sebagai alat kekuasaan yang efektif karena kemampuannya untuk melakukan salah satu atau lebih dari beberapa hal berikut (McQuail, 1987:81-82):
  - a. Menarik dan mengarahkan perhatian.
  - b. Membujuk pendapat dan anggapan, memengaruhi pilihan sikap (misalnya *Voting* dan *Buying*).
  - c. Memberikan legitimasi.
  - d. Mendefinisikan dan membentuk persepsi

Pernyataan McQuail (1987) tersebut secara teoritis memperlihatkan bahwa media massa memang memegang peranan penting dalam pembentukan pendapat khalayak, namun media bukanlah segalanya. Menurut Graber (dalam Suwardi, 1993:28) dalam menentukan berita yang akan ditampilkan, maka para editor melakukan seleksi dan menentukan berita mana yang layak ditampilkan atau tidak dalam terbitannya. Penyeleksian ini pada kenyataan tidak mungkin terlepas dari faktor subyektivitas para awak media. Predisposisi, nilai ekonomis, ideologi, kognisi, budaya bahkan pengalaman para insan pers tersebut merupakan faktor-faktor yang memengaruhi subyektivitas media, menimbulkan kesan bahwa pers cenderung melakukan pemihakan terhadap suatu isu berita atau bahkan terhadap suatu institusi yang dapat menopang kepentingan institusi pers itu sendiri.

Pers atau media massa sekarang ini cenderung sering memanipulasi fakta, karena pers tidak lagi merefleksikan realitas, melainkan menciptakan realitas. Menurut Manneka Budiman (2002), bahasa dan media menjadi penghubung atau jembatan antara massa dan realitas. Masalahnya, media massa berjalan secara ideologis, sehingga manipulasi sering dilakukan sesuai kepentingan media massa yang

bersangkutan, karena itu media tidak lagi menyampaikan fakta tapi menciptakan fakta.

Dalam memilih dan menampilkan berita editor, staf, dan penyiar berita memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas peristiwa. Pembaca tidak hanya disodorkan tentang sebuah isu tertentu, tapi pembaca juga diikat dalam isu-isu tersebut sesuai dengan keinginan media. Seperti pendapat Stanley J. Baran dan Dennis K. Davies (2010: 354-355) bahwa media massa menentukan isu mana yang penting, media mengatur agenda dan berita yang akan diberikan kepada pembaca atau penontonnya.

Jika dikaitkan dengan penulisan skripsi ini, maka pemberitaan terkait konflik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia) tahun 2015 yang dilakukan oleh media televisi seperti media televisi Metro TV dan TV One merupakan hasil konstruksi dari para aktor di balik layar kedua stasiun televisi tersebut. Kedua media televisi tersebut memiliki konstruksi berbeda dalam mengemas berita berkaitan dengan konflik kedua lembaga negara tersebut. Dengan adanya konstruksi berita yang berbeda dari media tersebut terkait konflik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia) tahun 2015 ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Penulis ingin melihat hasil konstruksi terkait konflik antara Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) yang disajikan oleh kedua stasiun televisi tersebut dengan menggunakan teori *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Karena selama ini, kedua

stasiun televisi tersebut selalu memihak kepada golongan elit politik tertentu dalam pemberitaan politiknya seperti pada masa kampanye Pilpres tahun 2014. Selain itu, penulis juga ingin melihat faktor-faktor yang memengaruhi isi pemberitaan konflik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia) yang dilakukan oleh kedua stasiun televisi ini.

Melalui isi berita yang disajikan oleh kedua stasiun televisi ini maka penulis dapat melihat netralitas kedua media tersebut dalam menyajikan berita terkait konflik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia). Dalam menganalisis perbandingan pemberitaan yang dilakukan oleh Metro TV dan TV one terkait konflik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dan Polri (Kepolisian Negara Republik Indonesia) tahun 2015 ini, penulis menggunakan kerangka teori *framing* model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki yang penulis anggap lebih lengkap dalam menganalisis sebuah berita.

**Gambar 3. Kerangka Pikir Penulis**