

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak dahulu, peneliti-peneliti komunikasi massa telah menyadari betapa kuatnya peran media komunikasi dalam membentuk pikiran masyarakat. Media komunikasi memiliki keperkasaan dalam mempengaruhi masyarakat, teristimewa pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa (Effendy, 2003: 407).

Saat ini terdapat banyak jenis media komunikasi massa yang telah akrab diterima oleh khalayak seperti media cetak, media elektronik, dan media *online*. Media cetak seperti koran, tabloid, majalah, dan buku merupakan media generasi pertama kemudian selanjutnya terdapat media elektronik seperti radio, televisi, dan film yang merupakan media generasi kedua dan selanjutnya media generasi ketiga yaitu media *online*. *Online* adalah istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama masih ada jaringan internet. Media *online* adalah media komunikasi massa yang tersaji secara *online* di internet, seperti versi *online* surat kabar atau majalah dan portal berita *online* atau situs berita (Asep Samsul M. Romli, 2012: 16).

Kehadiran media *online* telah membawa perubahan baru dalam perilaku komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi kelompok, maupun

komunikasi massa. Perubahan ini membawa cara baru bagi setiap orang terutama yang terhubung dengan internet untuk berkomunikasi secara *online*. Media *online* memiliki kelebihan dalam menyampaikan berita, dimana berita dapat berubah dengan cepat dan hampir sama dengan apa yang dimiliki televisi yaitu terdapat audio dan visual yang menarik.

Ada banyak manfaat dari media *online*, salah satu pemanfaatan media *online* adalah sebagai sarana komunikasi politik. Komunikasi politik di media massa erat kaitannya dengan opini publik. Dalam komunikasi politik, media massa menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi individu terhadap sebuah berita yang diterimanya. Media massa juga menjadi alat yang sering digunakan dalam menyampaikan informasi politik, bahkan dapat dilihat sebagai alat yang mampu untuk membentuk pendapat dan pemikiran masyarakat (Nimmo, 1993: 198-200).

Pelaksanaan pemilihan presiden tahun 2014 telah selesai diselenggarakan merata di sejumlah provinsi di Indonesia, inilah salah satu dari wujud demokrasi Indonesia. Masyarakat memilih hak untuk dapat berpartisipasi langsung memilih calon presiden dan wakil presidennya sesuai pilihannya masing-masing. Perebutan kursi kepala negara juga tidak terlepas dari peran media massa dalam membangun citra dari tokoh calon presiden dan wakil presiden dalam setiap beritanya.

Pemberitaan media massa memang tidak terlepas dari beragam kepentingan, termasuk kepentingan politik karena didanai dan didukung oleh kekuatan politik tertentu. Adanya kepentingan dari media massa turut mempengaruhi berita yang disampaikan kepada khalayak, dan dari sini maka munculah sebuah anggapan

bahwa fakta yang disampaikan bukanlah fakta yang objektif, melainkan fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau penulisnya/ wartawan dengan latar belakang kepentingan tertentu (Sudibyo, 2001: 31).

Politik dan media adalah suatu hal yang sangat berkaitan. Di Indonesia media sangat berperan besar untuk melakukan pencitraan dalam dunia politik. Saat ini banyak tokoh pemimpin perusahaan media massa yang cukup besar di Indonesia masuk ke dalam dunia politik, seperti korporasi media pertama adalah PT Media Nusantara Citra, Tbk (MNC) yang dimiliki oleh Harry Tanoesoedibjo yang merupakan seorang politisi dari partai Hanura (Hati Nurani Rakyat) dan membawahi RCTI (PT Rajawali Citra Televisi Indonesia), MNC TV (Media Nusantara Citra), dan Global TV (PT Global Informasi Bermutu). Kemudian ada PT Bakrie Brothers (Group Bakrie) yang dipimpin oleh Aburizal Bakrie yang merupakan politisi dari partai Golkar (Golongan Karya). Grup Bakrie ini membawahi ANTV (PT Cakrawala Andalas Televisi) dan Lativi yang sekarang telah berganti nama menjadi TvOne, dan portal media *online* [viva.co.id](http://viva.co.id). Kemudian ada Surya Paloh yang terkenal di masyarakat sebagai pengusaha Pers dan pemilik stasiun televisi Metro TV. Namun tidak hanya itu, Surya Paloh juga aktif sebagai politikus dan memiliki harian Media Indonesia, Lampung Post serta portal media *online* [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com) yang tergabung dalam Media Group. Di dunia politik, mantan Ketua Dewan Penasihat Golkar ini mendirikan Nasional Demokrat (NasDem) bersama Sri Sultan Hamengkubuwono X dan Surya Paloh menjadi Ketua Dewan Pembina Organisasi Masyarakat NasDem (sumber: <http://news.detik.com> Tanggal 21/05/2014).

Dengan adanya hal seperti ini tentu akan menimbulkan permasalahan apabila media yang menjadi sarana informasi berita bagi masyarakat sudah bertindak tidak netral, media yang harusnya bersifat netral menjadi bersifat tidak netral agar mendapatkan keuntungan pribadi atau kelompok tertentu.

Dalam pemilihan Presiden 2014, dengan hasil pemilu legislatif pada 9 April 2014 lalu (PDIP) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan memiliki suara teratas disusul dengan Partai Golkar pada nomor urutan kedua. Kedua partai ini sama-sama berkoalisi dengan partai lain untuk mengusung kandidat presiden dan wakil presidennya. Seperti diketahui PDIP mengajukan Joko Widodo atau Jokowi sebagai kandidat calon presiden dan Jusuf Kalla sebagai kandidat calon wakil presiden. Jusuf Kalla adalah mantan Wakil Presiden Republik Indonesia pada tahun 2004 - 2009. Kemudian Partai Golkar yang berkoalisi dengan partai Gerindra mengajukan Prabowo Subianto sebagai kandidat calon presiden dan Hatta Rajasa sebagai kandidat calon wakil presiden (Sumber: <http://www.kpu.go.id> Tanggal 9/05/2014).

Kedua pasangan kandidat calon presiden dan calon wakil presiden ini sama-sama berkoalisi dengan partai yang memiliki kekuatan media yang cukup besar di Indonesia, yaitu pasangan Jokowi dan JK yang bersal dari partai PDIP berkoalisi dengan beberapa partai, dan salah satunya adalah Partai Nasdem (Nasional Demokrat). Ketua umum dari Partai Nasdem adalah Surya paloh yang juga merupakan seseorang yang terkenal di masyarakat sebagai pengusaha Pers dan pemilik stasiun televisi Metro TV. Surya Paloh juga memiliki harian Media

Indonesia dan Lampung Post dan portal media *online* metrotvnews.com yang tergabung dalam Media Group.

Kemudian ada pasangan Prabowo dan Hatta yang berasal dari dua partai yang berbeda, Prabowo berasal dari Partai Gerindra sedangkan Hatta Rajasa berasal dari Partai PAN (Partai Amanat Nasional) dan kedua partai ini saling berkoalisi. Partai Golkar tidak hanya berkoalisi dengan PAN saja melainkan dengan beberapa partai salah satunya adalah Partai Gerindra. Ketua umum dari Partai Golkar adalah Aburizal Bakrie yang juga merupakan Pimpinan PT Bakrie Brothers (Group Bakrie). Hal ini akan menjadi pertarungan hebat kedua media untuk mengkonstruksi citra yang baik dari calon presiden dan calon wakil presiden yang didukungnya atau bahkan akan membuat citra yang buruk untuk lawannya. Hal ini dilakukan untuk menarik minat pemilih agar memilih calon kandidat dari masing-masing kubu untuk memperoleh suara terbanyak (Sumber: <http://politik.kompasiana.com/> Tanggal 11/04/2014).

Seminggu pada masa akhir kampanye pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 persaingan kedua Kandidat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden semakin memanas, ditambah dengan adanya *black campaign* atau kampanye hitam yang bertebaran dimana-mana yang menambah persaingan keduanya. *Black campaign* adalah suatu model atau perilaku atau cara berkampanye yang dilakukan dengan menghina, memfitnah, mengadu domba, menghasut atau menyebarkan berita bohong yang dilakukan oleh seorang calon atau sekelompok orang atau partai politik atau pendukung seorang calon terhadap lawan atau calon lainnya (sumber: <http://sidomi.com> Tanggal 29.05/2014).

Media-media massa termasuk *viva.co.id* dan *metrotvnews.com* tidak luput untuk memberitakan kedua kubu ini, termasuk berita dari kubu Jokowi dan Jusuf Kalla yang terus dibahas di hampir seluruh media nasional dan internasional. Dengan banyaknya pengalaman yang dimiliki oleh Jokowi dan Jusuf Kalla tentu diikuti dengan banyak cerita dan masalah yang ada dibelakangnya. Banyak media yang membuat citra dari pasangan ini baik namun banyak juga yang membuat citra dari pasangan ini buruk, tak terkecuali portal berita media *online* *metrotvnews.com* dan *viva.co.id*

Dua tokoh yang paling berperan besar dalam hal ini adalah Surya Paloh dan Aburizal Bakrie yang merupakan pemilik media *online* *metrotvnews.com* dan *viva.co.id*. Pada seminggu akhir masa kampanye kedua portal berita *online* yang mereka miliki juga memberitakan berita tentang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014. Konstruksi berita yang dilakukan oleh media tersebut salah satunya adalah dengan melakukan pbingkaian atau *framing*. Tentu hal ini akan menarik untuk diteliti bagaimana kedua portal media *online* ini dalam mengkonstruksi citra dari Joko Widodo atau Jokowi sebagai kandidat calon presiden dan Jusuf Kalla sebagai kandidat calon wakil presiden.

Peneliti memilih media *online* *viva.co.id* dan *metrotvnews.com* sebagai objek penelitian karena media *online* tersebut merupakan media yang memiliki hubungan paling dekat dengan para calon presiden dan wakil presiden pada tahun 2014 karena adanya faktor pendukung yang ada dibelakangnya dan media *online* tersebut merupakan salah satu portal berita *online* terbesar yang ada di Indonesia. Sehingga media *online* tersebut sangat tepat dijadikan objek penelitian. Pada

momentum kampanye pemilihan presiden tahun 2014, kedua media *online* tersebut menyoroti pemberitaan calon presiden dan wakil presiden yang maju dalam pemilihan presiden tahun 2014.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah *framing* yang dilakukan portal media *online* *viva.co.id* dan *metrotvnews.com* dalam memberitakan pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla pada pemilihan Presiden tahun 2014 periode 29 Juni – 5 Juli 2014” ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan bagaimana *framing* yang dilakukan portal media *online* *viva.co.id* dan *metrotvnews.com* dalam memberitakan pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla pada pemilihan presiden tahun 2014 periode 29 Juni – 5 Juli 2014.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki berbagai manfaat, antara lain:

1. Manfaat Akademis dari penelitian ini adalah sebagai sumber pengetahuan mengenai pembingkaiian berita tentang citra pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla

yang dilakukan media *online* [viva.co.id](http://viva.co.id) dan [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com) pada pemilihan Presiden tahun 2014 pada sepekan akhir masa kampanye periode 29 Juni- 5 Juli 2014.

2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah penggambaran bagaimana pbingkaiian berita yang dilakukan media *online* dalam memberitakan citra tentang pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla pada sepekan akhir masa kampanye pemilihan presiden tahun 2014. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi kritik dan saran terhadap isi pencitraan kedua portal media *online* [viva.co.id](http://viva.co.id) dan [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com).
3. Manfaat sosial dari penelitian ini adalah untuk menunjukan kepada publik tentang konstruksi realitas sosial yang dilakukan oleh media massa, agar publik tidak dengan begitu saja mengkonsumsi berita tetapi juga memiliki kemampuan untuk memilah dan memilih berita serta memberikan penilaian kritis terhadap berita yang disampaikan oleh media.