

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Iksan (1996) menyatakan bahwa tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian : teori, konsep-konsep analisa, kesimpulan, kelemahan dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (Masyhuri dan Zainuddin, 2008:100)

Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Penelitian terdahulu menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penelitian penulis terkait dengan penelitian sebelumnya mengenai analisis *framing* khususnya analisis *framing* pemberitaan masalah politik yang belum diteliti sebelumnya, sehingga penulis tepat menentukan judul dalam penelitian yang berhubungan dengan analisis *framing*. Berikut ini adalah matrik dari dua penelitian terdahulu yang telah penulis kumpulkan mengenai analisis *framing*.

a. PENGGAMBARAN CALON KEPALA DAERAH PADA SURAT KABAR DAERAH (Analisis *Framing* Pemberitaan Kampanye Calon Kepala Daerah Lampung Pada Harian Lampung Post Edisi Juli-Agustus 2008)

Penelitian ini dilakukan oleh Erie Khafif Mukti yang merupakan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung yang diselesaikan pada tahun 2009. Penelitian ini berifat deskriptif dan menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode Analisis *Framing* Model William Gamson dan Andre Modigliani. Dari hasil analisis teks menggunakan *framing* Gamson dan Modigliani, terlihat bahwa surat kabar Lampung Post pada berita tentang kampanye terhadap para calon kepala daerah Lampung menggambarkan postif. Namun, berita-beritanya surat kabar ini lebih banyak menonjolkan Sjachroedin Z.P dalam bahasa yang persuasif sebagai kandidat calon kepala daerah incumbent yang mendapat dukungan partai politik paling banyak di antara enam calon kepala daerah lainnya.

Sedangkan perbedaan penelitian saya dengan penelitian Erie adalah apabila penelitian Erie memfokuskan pada seluruh bagaimana penggambaran Calon Kepala Daerah Lampung Pada SKH Lampung Post edisi Juli-Agustus 2008 maka penelitian ini lebih memfokuskan pada satu kandidat saja yaitu bagaimana citra Jokowi dan Jusuf Kalla pada media online viva.co.id dan metrotvnews.com pada tanggal 29 Juni-5 Juli 2014. Namun metode analisis *framing* yang digunakan sama yaitu metode analisis *framing* model Gamson dan Modigliani. Penelitian yang dilakukan Erie Khafif tidak menyinggung soal kepemilikan media berbeda dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sangat berhubungan erat dengan latar belakang kepemilikan media. Manfaat

penelitian ini bagi penelitian saya adalah sebagai bahan acuan bagaimana cara menganalisis setiap berita karena memiliki kesamaan perangkat framing yang dapat membantu penulis dalam menganalisis berita dengan menggunakan metode analisis framing Gamson dan Modigliani.

b. KONSTRUKSI PEMBERITAAN PERISTIWA POLITIK PADA MEDIA MASSA (Analisis *Framing* Pemberitaan Ketua Umum DPP Partai Golkar Pada SKH *kompas* dan *Media Indonesia*)

Penelitian ini dilakukan oleh Metasari yang merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penelitian ini diselesaikan pada tahun 2010 dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah metode Analisis *Framing* Model Pan dan Kosicki. Konstruksi realitas yang dibuat SKH Kompas dan Media Indonesia atas peristiwa politik (pemilihan Ketua Umum DPP Partai Golkar) yaitu kedua media tersebut pada dasarnya memiliki persamaan dasar yaitu mendukung pencalonan Surya Paloh, Kompas melihat dari sudut pandang ideologis. Meski keduanya mendukung kandidat yang sama, perbedaan sudut Pandang (yang juga dipengaruhi oleh agenda setting media) .

Perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian ini adalah pada penelitian Metasari lebih memfokuskan pada bagaimana pemberitaan Surya Paloh pada SKH Kompas dan Media Indonesia pada saat pemilihan ketua umum DPP Partai Golkar, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan bagaimana citra

Jokowi dan Jusuf Kalla pada media online viva.co.id dan metrotvnews.com pada tanggal 29 Juni-5 Juli 2014. Metode analisis *framing* yang digunakan pun berbeda. Jika penelitian Metasari menggunakan metode analisis *framing* Mode Pan dan Kosicki maka penelitian ini menggunakan model analisis *framing* Gamson dan Modigliani. Manfaat penelitian ini bagi penelitian saya adalah untuk memberikan gambaran bagaimana peran aktor kepemilikan media dalam membuat sebuah berita agar terlihat lebih bermakna sesuai dengan penelitian saya yang meneliti bagaimana sebenarnya peran kepemilikan media dalam mengkonstruksi sebuah berita agar terlihat memiliki makna yang besar untuk mencapai tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh media tersebut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Metode Penelitian	Hasil Penelitian Terdahulu	Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu
1.	PENGAMBARAN CALON KEPALA DAERAH PADA SURAT KABAR DAERAH (Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Kampanye Calon Kepala Daerah Lampung Pada Harian Lampung Post Edisi Juli-Agustus 2008)	Erie Khafif Mukti Ilmu Komunikasi Universitas Lampung 2009	Deskriptif Kualitatif Analisis <i>Framing</i> Model William Gamson dan Andre Modigliani	Dari hasil analisis teks menggunakan <i>framing</i> Gamson dan Modigliani, terlihat bahwa surat kabar Lampung Post pada berita tentang kampanye terhadap para calon kepala daerah Lampung menggambarkan postif. Namun, berita-beritanya surat kabar ini lebih banyak menonjolkan Sjachroedin Z.P dalam bahasa yang persuasif sebagai kandidat calon kepala daerah incumbent yang mendapat dukungan partai politik paling banyak di antara enam calon kepala daerah lainnya.	Apabila penelitian Erie memfokuskan pada seluruh bagaimana penggambaran Calon Kepala Daerah Lampung Pada SKH Lampung Post edisi Juli-Agustus 2008 maka penelitian ini lebih memfokuskan pada satu kandidat saja yaitu bagaimana citra Jokowi dan Jusuf Kalla pada media online viva.co.id dan metrotvnews.com pada tanggal 29 Juni-5 Juli 2014. Namun metode analisis <i>framing</i> yang digunakan sama yaitu metode analisis <i>framing</i> model Gamson dan Modigliani.

2	<p>KONSTRUKSI PEMBERITAAN PERISTIWA POLITIK PADA MEDIA MASSA (Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Ketua Umum DPP Partai Golkar Pada SKH <i>kompas</i> dan <i>Media Indonesia</i>)</p>	<p>Metasari Ilmu Komunikasi Universitas Lampung 2010</p>	<p>Deskriptif Kualitatif Analisis <i>Framing</i> Model Pan dan Kosicki</p>	<p>Konstruksi realitas yang dibuat SKH Kompas dan Media Indonesia atas peristiwa politik (pemilihan Ketua Umum DPP Partai Golkar) yaitu kedua media tersebut pada dasarnya memiliki persamaan dasar yaitu mendukung pencalonan Surya Paloh, Kompas melihat dari sudut pandang ideologis Meski keduanya mendukung kandidat yang sama, perbedaan sudut Pandang (yang juga dipengaruhi oleh agenda setting media) .</p>	<p>Pada penelitian Metasari lebih memfokuskan pada bagaimana pemberitaan Surya Paloh pada SKH Kompas dan Media Indonesia pada saat pemelihan ketua umum DPP Partai Golkar, sedangkan penelitain ini lebih memfokuskan bagaimana citra Jokowi dan Jusuf Kalla pada media online viva.co.id dan metrotvnews.com pada tanggal 29 Juni-5 Juli 2014. Metode analisis <i>framing</i> yang digunakan pun berbeda. Jika penelitian Metasari menggunakan metode analisis <i>framing</i> Mode Pan dan Kosicki maka penelitian ini menggunakan model analisis <i>framing</i> Gamson dan Modigliani.</p>
---	---	--	---	--	--

2.2 Jurnalistik *Online*

Menurut Santana (dalam Juditha, 2013: 146) Jurnalistik *online* merupakan bentuk baru dari dunia jurnalistik. Jurnalistik *online* memiliki banyak kelebihan yang memberikan peluang untuk menyampaikan berita jauh lebih besar ketimbang bentuk jurnalistik konvensional seperti surat kabar. Terdapat perbedaan utama antara jurnalistik *online* dan media massa konvensional, yaitu kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak, internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung (Santana, 2005: 137).

Jurnalistik *online* harus membuat keputusan - keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya. Sedangkan media massa konvensional memiliki ciri diantaranya komunikatornya melembaga, berbicara mewakili lembaga (media massa), bukan atas nama dirinya sendiri, pesan bersifat umum karena dikonsumsi untuk orang banyak yang heterogen, media yang menjadi saluran komunikasi diterima pada saat yang sama oleh publik dan berlangsung satu arah, yaitu komunikator kepada komunikan.

Karakteristik dari media *online* ini secara umum sama dengan ciri media massa lain, namun memiliki beberapa kelebihan yaitu kecepatan dalam mengaksesnya serta keseluruhan dari audio dan visual yang menarik. Jurnalistik *online* menuntut jurnalisnya untuk menyajikan berita terbaru secara cepat sehingga pembaca

akan selalu mengetahui hal baru lainnya. Jurnalistik *online* memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan beragam media sekaligus (teks, visual, dan audio). Media *online* mengupdate berita hampir setiap menit, berbeda dengan media cetak yang penerbitannya satu kali dalam sehari.

2.3 Media dan Pembentukan Citra

2.3.1 Realitas Media

Media memiliki realitas yang disebut realitas media. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 11). Realitas yang ditampilkan media tidak dipahami sebagai seperangkat fakta, tetapi hasil dari pandangan tertentu dari pembentukan realitas (Eriyanto, 2001: 29). Media memegang peranan khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi, dengan demikian jelas bahwa media tidak bisa dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak pembaca.

Menurut Pareno (dalam Khairul Ahmad, 2014: 16) berita yang dimuat di dalam media *online* merupakan laporan dari sebuah peristiwa yang terjadi. Harus dipahami bahwa suatu peristiwa adalah suatu realitas, dan berita merupakan konstruksi dari suatu peristiwa. Ketika terjadi peliputan, termasuk pemotretan dan syuting, saat itu telah berlangsung suatu konstruksi (Pareno, 2005: 3).

Hal yang perlu dipahami mengenai suatu berita adalah pertama, bahwa berita tidak sekadar informasi. Harus dipahami bahwa dalam proses pembentukan berita itu terdapat berbagai aspek yang mempengaruhi konteks dari berita tersebut. Kedua, makna merupakan hasil dari interaksi antara penulis dengan sumber berita, penulis dengan pengetahuan dan penulis dengan lingkungan. Ini berarti bahwa suatu berita belum berarti apapun ketika disiarkan atau dicetak, berita sudah bermakna ketika berita tersebut dibaca oleh khalayak. Karenanya, ada konteks sosial dalam suatu berita agar berita itu dapat dibaca dan dipahami oleh khalayaknya. Isi media memang didasarkan pada kejadian di dunia nyata, namun isi media menampilkan dan menonjolkan elemen tertentu, dan logika struktural penulis media dipakai dalam penonjolan elemen tersebut. Media tertentu cenderung membatasi dan menyeleksi sumber berita, menyeleksi komentar-komentar sumber berita, memberi porsi yang berbeda dalam perspektif lain dan yang kemudian terjadi adalah penonjolan tertentu terhadap pemaknaan suatu realitas (Sudibyo, 2001: 31).

Informasi yang ada di media sangat ditentukan oleh tujuan dari pihak-pihak dibalik pemberitaan tersebut. Media tidaklah dapat lepas dari subjektifitas. Media bukanlah saluran yang bebas tempat semua kekuatan sosial saling berinteraksi dan berhubungan. Sebaliknya, media hanya dimiliki oleh sekelompok dominan seperti pemilik media atau elit media, sehingga mereka lebih mempunyai kesempatan dan akses untuk mempengaruhi dan memaknai peristiwa berdasarkan pandangan mereka. Media tersebut menjadi sarana di mana kelompok dominan bukan hanya memantapkan posisi mereka tetapi

juga memarjinalkan dan meminggirkan posisi kelompok yang tidak dominan (Eriyanto, 2001:52).

Hal ini diperparah lagi dengan kenyataan bahwa di dalam media sendiri begitu banyak kepentingan yang lahir. Selain ideologi media tersebut, terselubung juga kepentingan lainnya seperti kapitalisme pemilik modal, keberlangsungan lapangan kerja bagi para karyawan dan sebagainya. Penyampaian sebuah berita di media pastilah menyimpan subjektivitas penulis. Bagi masyarakat biasa, pesan dari sebuah berita akan dinilai apa adanya. Berita akan dipandang sebagai informasi yang penuh dengan objektivitas. Namun, berbeda dengan kalangan tertentu yang memahami betul kinerja pegawai media. Mereka akan menilai lebih dalam terhadap pemberitaan, yaitu dalam setiap penulisan berita menyimpan ideologis latar belakang seorang penulis. Seorang penulis pasti akan memasukkan ide-ide mereka dalam analisis terhadap data-data yang diperoleh di lapangan. Ide-ide ini lahir karena adanya tekanan dari pemilik modal yang mengatur semua kinerja mereka dalam menulis berita.

2.3.2 Teori Agenda Setting

Teori Agenda setting diperkenalkan oleh Mc Combs dan DL Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* tahun 1972, berjudul *The Agenda Setting Function of Mass Media*. Asumsi dasar teori agenda setting adalah jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak

untuk menganggapnya penting. (Bungin, 2008: 281). Asumsi teori ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting media, maka penting juga bagi masyarakat.

Teori agenda setting menjelaskan begitu besarnya pengaruh media dengan kemampuannya dalam memberitahukan kepada audiens mengenai isu - isu apa sajakah yang penting. Teori ini menganggap bahwa media memiliki kemampuan untuk menciptakan pencitraan - pencitraan ke hadapan publik. Media akan menata sebuah agenda terhadap peristiwa ataupun isu tertentu sehingga dianggap penting oleh publik. Caranya, media dapat menampilkan isu-isu itu secara terus menerus dengan memberikan ruang dan waktu bagi publik untuk mengkonsumsinya, sehingga publik sadar atau tahu akan isu-isu tersebut, kemudian publik menganggapnya penting dan meyakinkannya. Dengan kata lain, isu yang dianggap publik penting pada dasarnya adalah karena media menganggapnya penting.

Dalam mengkonstruksikan sebuah realitas, media massa dapat memainkan fungsinya sebagai *agenda setter* seperti yang dijelaskan di dalam teori agenda setting. Besarnya perhatian khalayak terhadap sebuah realitas tergantung kepada seberapa besar media-media tersebut meletakkan dan menonjolkan realitas tersebut. Realitas yang dianggap penting oleh media akan dikonstruksikan berdasarkan kepentingan dan sudut pandang yang ingin ditonjolkan oleh media. Fungsi agenda setting media di dalam proses mengkonstruksi realitas berjalan seiringan. Ketika media ingin menonjolkan

realitas tertentu, maka media akan mengkonstruksikan realitas tersebut dengan menonjolkan dan menekankan bagian-bagian tertentu dan mengabaikan bagian lainnya.

Berdasarkan teori agenda setting ini, dapat dipahami bahwa media memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi khalayak. Yang menjadi ingatan khalayak adalah apa yang disajikan oleh media. Dampak dari agenda setting media akan memberikan gambaran dari realitas yang ditekankan oleh media itu pada benak khalayak seperti apa yang telah dikonstruksikan media.

2.3.3 Opini Publik

Menurut Sumarno (dalam Nurrohmah, 2014: 27) Opini publik adalah penilaian mengenai suatu masalah yang penting dan berarti, berdasarkan proses pertukaran-pertukaran yang sadar dan rasional oleh khalayaknya. Opini merupakan sikap yang dapat diekspresikan tanpa harus ada suatu tekanan dari pihak tertentu terhadap dirinya. Khalayak cenderung akan mengikuti atau setuju terhadap suatu pendapat yang telah menjadi opini publik. Terutama jika opini publik datang dari kalangan-kalangan yang berkuasa (Sumarno, 1990: 19).

Di Indonesia jumlah media massa sangat banyak seperti koran, majalah, radio, televisi dan situs berita *online*. Media massa tersebut merupakan media yang paling banyak dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Saat ini masyarakat Indonesia selalu haus akan informasi. Dengan berkembangnya

zaman informasi dapat tersebar ke berbagai belahan dunia hanya dalam waktu hitungan detik sehingga langsung membentuk opini publik tentang hal tertentu. Dengan adanya hal ini media massa dapat membentuk opini publik dengan cara pemberitaan yang sensasional.

Bila dahulu pemerintah membatasi media dalam memberitakan hal - hal yang dianggap mengganggu stabilitas dan keamanan negara, bahkan ada media yang sempat di cabut SIUPP oleh pemerintah karena dianggap teralu vokal, maka saat ini pers diberi kebebasan untuk menampilkan berbagai macam berita. Media memiliki peran yang tidak kecil dalam pembentukan opini masyarakat. Hal yang mengkhawatirkan adalah pemberitaan yang berlebihan dari suatu media yang memblow up sebuah berita yang sebenarnya biasa saja menjadi terlihat sangat luar biasa seperti sebuah pencitraan seorang tokoh politik.

Media massa memiliki peranan yang besar dalam membangun dan mempengaruhi opini publik. Hal ini seperti dikatakan oleh ahli komunikasi Jean Baudrillard (dalam Mirasari, 2012: 58) bahwa pencitraan dapat mengubah suatu kebenaran sehingga tidak bisa dibedakan lagi antara realitas, representasi, simulasi, dan hipperrealitas. Baudrillard menjelaskan empat fase citra pertama, representasi di mana citra merupakan cermin suatu realitas. Kedua, ideologi di mana citra menyembunyikan dan memberi gambar yang salah akan realitas. Ketiga, citra menyembunyikan bahwa tidak ada realitas, kemudian citra berakting pada penampakkannya. Keempat, citra tidak ada hubungan sama sekali dengan realitas apa pun (Baudrillard, 1981:17).

Beberapa berita yang ada media massa termasuk berita media *online* merupakan konstruksi yang dihasilkan ideologi pemilik media. Sebagai produk media massa, sebuah berita menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Lewat narasi sebuah berita, media massa memberikan informasi tertentu mengenai kehidupan manusia apa yang baik dan apa yang buruk bagi rakyat, apa yang layak dan tidak layak yang dilakukan oleh seorang pemimpin, isu apa yang benar dan tidak benar. Narasi yang dibuat sedemikian rupa dengan tidak sekedar untuk menggambarkan suatu peristiwa atau gambaran seorang tokoh, tetapi juga dapat mempengaruhi cara pandang kita terhadap suatu berita.

Dalam sebuah narasi berita terdapat banyak bahasa yang digunakan. Bahasa digunakan dalam sebuah berita memberikan arti tertentu terhadap suatu peristiwa atau tindakan seorang tokoh, misalnya dengan menekankan, mempertajam, memperlembut, melecehkan, atau membelokkan sebuah peristiwa. Tanpa adanya filter serta pemahaman yang baik dari masyarakat atas pemberitaan media akan membuat berbagai opini masyarakat dapat terbentuk dengan mudah sehingga bisa mengubah pandangan hidup masyarakat terhadap suatu peristiwa atau seorang tokoh.

2.4 Analisis *Framing* Model William A. Gamson dan Andre Modigliani

Gagasan tentang *framing* pertama kali dilontarkan oleh Baterson tahun 1955 (Sobur, 2002: 161). Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau

perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2002: 162).

Ada beberapa definisi mengenai *framing* dari beberapa peneliti, Robert M. Entman mendefinisikan *framing* sebagai “seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi, dalam banyak hal itu berarti menyajikan secara khusus definisi terhadap masalah, interpretasi sebagai akibat, evaluasi moral dan tawaran penyelesaian sebagaimana masalah itu digambarkan”.

Model *framing* yang diperkenalkan Gamson dan Modigliani mengatakan bahwa *frame* adalah cara bercerita yang menghadirkan konstruksi makna atas peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Dalam hal ini, *frame* memberikan petunjuk yang mana isu-isu yang relevan untuk diwacanakan, problem-problem apa yang memerlukan tindakan politis, solusi apa yang pantas diambil, serta pihak mana yang *legitimate* dalam wacana terbentuk. Wacana media terdiri dari sejumlah *package* interpretif yang mengandung konstruksi makna tentang objek wacana. Berikut adalah tabel dari analisis *framing* model William Gamson dan Andre Modigliani:

Tabel 2.2 Analisis *framing* Model William A. Gamson dan Andre Modigliani

<i>Framing Devices</i> (Perangkat <i>Framing</i>)	<i>Reasoning Devices</i> (Perangkat Penalaran)
Metaphors Perumpamaan atau pengandaian	Roots Analisis klausul atau sebab akibat
Catchphrases Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana	Appeals to principle Premis dasar, klaim-klaim moral Ini biasanya berupa jargon atau slogan.
Exemplars Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan yang didapat dari yang memperjelas bingkai.	Consequences Efek atau kosekuensi Bingkai.
Depiction Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Defiction ini umumnya berupa kosa kata, leksikon untuk melabeli sesuatu.	
Visual Image Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun atau grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.	

Sumber: (Eriyanto,2002: 225)

Keadaan *package* pada wacana dicirikan dengan adanya ide yang didukung dengan perangkat wacana seperti *metaphor*, *depiction*, *catchphrase*, *exemplars* dan *visual image*, *root*, *consequencies*, dan *appeals to principle*. Perangkat tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

1. *Metaphors* adalah cara memindahkan makna dengan menggabungkan dua fakta melalui analogi, seperti kiasan: seperti, bak, bagai, laksana dan sebagainya.

2. *Exemplars* adalah mengemas fakta tertentu secara mendalam agar memiliki bobot makna lebih untuk dijadikan rujukan / pelajaran, bisa juga menjadi pelengkap dalam wacana untuk membenarkan suatu perspektif.
3. *Catchphrases* merupakan bentuk kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pada pemikiran atau semangat sosial tertentu. Dalam wacana berita, *catchphrases* biasanya berupa jargon, slogan atau semboyan.
4. *Depictions* adalah penggambaran fakta memakai kata, istilah, kalimat bermakna konotatif, dan bertendensi khusus agar pemahaman khalayak terarah ke citra tertentu, misalnya gairah, harapan, posisi, moral, serta perubahan.
5. *Visual image* adalah pemakaian foto, diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya, perhatian (penegasan) atau penolakan (kontras), menggunakan huruf yang dibesar-dikecilkan, ditebalkandimiringkan atau digarisbawahi, serta pemakaian bermacam warna. Tata letak halaman juga merupakan bagian dari dimensi visual wacana, seperti lebar kolom, penempatan halaman, dan panjang berita.
6. *Roots* merupakan analisis kausal dengan mengedepankan hubungan yang melibatkan suatu objek atau lebih yang dianggap sebagai sebab terjadinya hal yang lain, digunakan sebagai pemberi alasan pembenaran dalam penyimpulan.
7. *Appeals to principle* adalah upaya memberikan alasan pembenaran dengan memakai logika dan prinsip moral untuk mengklaim sebuah kebenaran saat membangun wacana yang mempunyai sifat apriori, dogmatis, simplistik, dan monokausal kadang membuat khalayak tak berdaya menyanggah isi argumentasi dan *Consequences* berupa efek yang didapati dari bingkai.

8. *Consequences* berupa efek yang didapati dari bingkai. Hal ini sejalan dengan penggunaan model *framing* Gamson dan Modigliani yang semua perangkat pada analisisnya mengacu pada pandangan tertentu, dan masing-masing kelompok menarik dukungan publik. Dengan memperbagus kemasan (*package*) dari sebuah isu, maka opini publik yang berkembang mendukung mereka, atau mengindahkan kebenaran versi mereka.

2.5 Kepemimpinan Sipil dan Kepemimpinan Militer

Pengertian kepemimpinan menurut Malayu Hasibuan (dalam Riyadi, 2011: 41) adalah cara seorang pemimpin mempengaruhi perilaku bawahan, agar mau bekerja sama dan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan memiliki banyak perbedaan karna tergantung pada situasi, tugas, dan karakteristik dari para pemimpin tingkat atas, banyak teori-teori kepemimpinan yang diteliti oleh beberapa orang, menyatakan banyaknya perbedaan tergantung fokusnya yang akan diteliti (Malayu Hasibuan, 2006: 170).

2.5.2 Kepemimpinan Sipil

Kepemimpinan sejak dulu telah diteliti oleh para ahli, karena pemimpin mempunyai otoritas sentral untuk menggerakkan dinamika kehidupan organisasi dalam mencapai tujuan. Perilaku dan kemampuan pemimpin berperan sebagai penggerak segala sumber daya yang ada baik sumber daya manusia maupun sumber daya yang lainnya. Menurut Burns (dalam Ilham,

2011) kepemimpinan sipil tidak memiliki sifat yang sama seperti kepemimpinan militer yang terlebih dahulu telah didoktrin pada saat pembentukan, sedangkan kepemimpinan sipil tidak melalui fase itu, sehingga mereka bertindak kurang patuh, loyal dan disiplin dibandingkan dengan kepemimpinan militer. Perlunya seni yang baik untuk memimpin di kalangan sipil, oleh karena itu pemimpin di kalangan ini harus memiliki gaya kepemimpinan tersendiri diantaranya seperti gaya pemimpin yang intinya menekankan dialog dan transaksi antara pimpinan dan bawahan (Burns, 1978).

Dalam Jajak Pendapat Kompas yang dilakukan pada tahun 2012 di sejumlah kota di Indonesia mengungkapkan preferensi 703 responden atas sosok kepemimpinan nasional pada masa mendatang. Lebih dari separuh bagian responden menyatakan lebih memilih kalangan sipil daripada sosok berlatar belakang militer untuk menjadi Presiden. Hanya sepertiga bagian responden yang memilih tokoh militer sebagai Presiden. Pergeseran ini berkaitan dengan sejumlah contoh dari pemimpin sipil yang berhasil memikat hati masyarakat (Sumber: <http://nasional.kompas.com/>).

Publik survei menilai saat ini karakter kepemimpinan sipil bisa menjadi contoh sekaligus tolok ukur bagi kriteria kepemimpinan nasional di masa datang. Fenomena ini memberi warna sekaligus harapan baru pada kepemimpinan sipil di masa depan, terutama menyangkut karakter kepemimpinan yang mau melayani masyarakat, mengutamakan dialog untuk

kepentingan rakyat, dan bersih dari praktik korupsi (Sumber: <http://nasional.kompas.com/>).

2.5.2 Kepemimpinan Militer

Menurut Malayu Hasibuan (dalam Riyadi, 2011: 42) kepemimpinan militeristik berbeda dengan kepemimpinan organisasi militer. Sifat dari pemimpin yang militeristik antara lain lebih banyak menggunakan sistem perintah terhadap bawahannya dan seringkali kurang bijaksana. Menghendaki kepatuhan mutlak dari bawahan, menyenangi formalitas, menuntut adanya disiplin keras dan komunikasi yang berlangsung searah juga merupakan sifat dari pemimpin militeristik (Hasibuan, 2006: 169)

Menurut Alvin Chan (Dalam Wagimo, 2009: 113) Dalam konteks militer, definisi kepemimpinan juga memiliki pengertian yang berbeda. Perbedaan tersebut disebabkan oleh perbedaan cara pandang, perbedaan hubungan *leader* dan *followers* serta situasi dan lingkungan yang melatarbelakanginya. Dalam konteks militer hubungan *leader* dan *follower* dikenal dengan hubungan antara “komandan dan anak buah.” Bentuk hubungan yang terjalin bersifat komando, artinya perintah seorang komandan adalah sesuatu yang harus dilaksanakan tanpa harus menolak. Sehingga banyak penulis dan praktisi kepemimpinan menyimpulkan bahwa kepemimpinan di militer disebut sebagai kepemimpinan yang bersifat diktator dan otokratik (Alvin Chan, 2004).

Harus diakui kepemimpinan militer merupakan tolak ukur bagi hampir semua bentuk kepemimpinan yang pernah ada. Salah satu sebabnya adalah bahwa keluaran dari proses kepemimpinan militer adalah “hidup” atau “mati” bagi orang-orang yang dipimpinnya. Militer adalah sebuah identitas yang terdoktrin secara kuat, yang terimplementasi dalam pola pikir, pola ucap, dan pola tindak para anggotanya dalam kehidupan sehari-hari. Indoktrinasi yang ditancapkan sejak seorang warga negara (sipil) memutuskan dirinya menjadi “tentara” pada akhirnya akan berbuah pada bentuk dan postur pribadi tersebut saat ia lulus dari pendidikannya dan efektif menjadi seorang pemimpin berjiwa militer (Sumber: <http://utama.seruu.com>)

Profesionalitas militer bagi TNI dikenal kemudian dengan pasang surutnya dinamika politik nasional. Harold dalam bukunya militer dan politik Indonesia mengatakan bahwa personel militer merupakan bagian dari elit politik dan ekonomi dengan mempertahankan orde sosial yang ada. Pernyataan ini tentu didukung oleh bukti empiris atas peran TNI dalam kehidupan politik nasional sepanjang rezim orde baru. TNI dimasa itu terkesan lebih mengedepankan urusan-urusan non militer dibandingkan membangun profesionalismenya, akibatnya masyarakat sipil merasakan kehidupan politik yang tidak kondusif bagi perkembangan demokrasi (Harold Crouch, 1999).

2.6 Kerangka Pikir

Pemilihan presiden tahun 2014-2019 telah selesai dilakukan dan mampu menyedot perhatian publik. Hal ini tidak terlepas dari fungsi dan kerja media massa. 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 taun 2014 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.

Sebagai sebuah konstruksi realitas, pemberitaan Jokowi dan Jusuf Kalla merupakan hasil dan proses produksi berita oleh wartawan. Wartawan yang membentuk peristiwa: mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi, melainkan dikreasi oleh wartawan. Dalam fungsi agenda setting dinyatakan bahwa media massa memiliki wewenang untuk menentukan mana yang pantas diberitakan dan mana yang harus disembunyikan.

Menurut Pareno (dalam Khairul Ahmad, 2014) Setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruang dalam surat kabar, waktu pada televisi dan radio) dan cara penonjolan (ukuran judul, letak pada media *online*, frekuensi pemuatan, post dalam media). Jika media massa memberikun tempat pada sebuah peristiwa politik, maka peristiwa tersebut akan memperoleh perhatian dari publik. Dengan melihat hal itu tentu pemberitaan tentang Jokowi dan Jusuf Kalla yang ditulis oleh para wartawan memiliki cara pembingkaiian berita yang dibuat terstruktur dan menghasilkan konstruksi dan citra tersendiri mengenai pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla tersebut. Harus dipahami bahwa suatu peristiwa adalah suatu realitas, dan berita merupakan konstruksi dari suatu peristiwa. Ketika terjadi peliputan, termasuk pemotretan dan syuting, saat itu telah berlangsung suatu konstruksi (Pareno, 2005: 3).

Analisis *framing* model William A. Gamson dan Modigliani dipilih untuk menganalisis berita pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla pada portal berita *online* *viva.co.id* dan *metrotvnews.com* karena memiliki perangkat-perangkat yang fokus untuk melihat bagaimana sebuah berita tersebut dikonstruksi. Dari berbagai model *framing* yang ada di runah kajian ilmu komunikasi, penulis melihat bahwa

perangkat framing milik Gamson dan Modigliani yang memiliki perangkat jelas untuk melihat penggambaran bagaimana dan seperti apa yang sebenarnya ingin disampaikan jurnalis.

Kedelapan perangkat *Framing* model Gamson dan Modigliani dengan detail dan terperinci melihat bagaimana penggambaran sosok dari isi berita yang ditulis jurnalis. Dimulai dari pemilihan *Metaphors* atau membuat kiasan, *Exemplars* adalah mengemas fakta, *Catchphrases* atau membuat slogan, *Depictions* atau kalimat bermakna konotatif, *Visual image* adalah pemakaian foto, *Roots* merupakan analisis kausal *Appeals to principle* adalah upaya memberikan alasan pembenaran dengan memakai logika dan *Consequences* berupa efek yang didapati dari bingkai. Hal ini tentu sangat membantu penulis untuk dapat melihat dengan rinci bagaimana konstruksi realitas yang dibangun oleh wartawan viva.co.id dan metrotvnews.com.

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran bagaimana framing yang dilakukan oleh media *online* viva.co.id dan metrotvnews.com dalam memberitakan pasangan calon presiden dan wakil presiden Jokowi dan Jusuf Kalla pada sepekan akhir masa kampanye pemilihan presiden tahun 2014 dengan menggunakan metode analisis *framing* William A. Gamson dan Andre Modigliani.

Bagan 2.1 Kerangka Pikir

