

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jakarta merupakan momentum masyarakat Jakarta untuk memilih pemimpin sebagai wujud pengamalan demokrasi dan Pancasila. Efek dari Pilkada Jakarta tidak hanya dirasakan oleh masyarakat Jakarta sendiri, namun juga dirasakan oleh rakyat Indonesia. Hal ini karena Jakarta merupakan Ibukota Negara Indonesia sehingga, setiap informasi penting di Jakarta akan menjadi sorotan media.

Pilkada Jakarta berlangsung tanggal 15 Februari 2017. Pilkada ini diikuti oleh tiga pasangan calon (paslon) yang semuanya diusung oleh partai politik. Paslon nomor urut 1 Agus Harimurti Yudhoyono dan Silviana Murni (Agus-Silvi) diusung oleh partai koalisi Cikeas terdiri dari Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP), serta Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Paslon nomor urut 2 Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat (Ahok-Djarot) diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Nasional Demokrasi (Nasdem) dan Golongan Karya (Golkar) serta Hati Nurani Rakyat (Hanura). Paslon nomor urut 3 Anies Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno (Anies-Sandi) diusung oleh Partai Keadilan

Sejahtera (PKS) dan partai Gerindra. ([www.megapolitan.kompas.com/](http://www.megapolitan.kompas.com/) diakses 13 april 2018)

Hasil dari Pilkada DKI Jakarta pada putaran pertama tanggal 15 Februari 2017 berdasarkan rekapitulasi hasil penghitungan Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Jakarta, didapat prosentase sebagai berikut pasangan Agus-Silvi memperoleh 937.955 suara atau 17,07 persen, pasangan Ahok-Jarot memperoleh 2.364.577 suara atau 42,99 persen dan pasangan Anies-Sandiaga memperoleh suara 2.197.333 atau 39,95 persen. Dalam Pilkada putaran pertama tidak ada kandidat yang mendapatkan perolehan suara lebih dari 50 persen suara, maka berdasarkan keputusan KPU perlu diadakan Pilkada putaran kedua yang berlangsung tanggal 19 April 2017. Pilkada putaran kedua pasangan calon yang bertanding adalah pasangan Ahok-Djarot dan Anies-Sandi. Pada putaran pertama pasangan Ahok-Djarot unggul namun pada putaran kedua pasangan Anies-Sandi lebih unggul. Pilkada DKI Jakarta 2017 dimenangkan oleh pasangan Anies-Sandi. ([www.kompas.com/](http://www.kompas.com/) diakses 13 Agustus 2018)

Banyak faktor penyebab kemenangan pasangan Anies-Sandi di Pilkada putaran kedua, dari hasil riset Lembaga Survei Indonesia (LSI) Denny JA menyebutkan ada lima faktor kemenangan di kubu Anies-Sandi dan kekalahan di kubu Ahok-Djarot, faktor tersebut yaitu para pendukung pasangan Agus-Silvi beralih pilihan kepada pasangan Anies-Sandi, Kebijakan dari kubu petahanan yang dirasa tak pro rakyat, isu agama dan

primordialis yang mendera Ahok, karakter Ahok yang kasar dan arogan, serta pasangan Anies-Sandi sebagai alternatif pemimpin baru. ([www.tribunnews.com/](http://www.tribunnews.com/) diakses tanggal 13 Agustus 2018)

Berdasarkan Lembaga Survei Indonesia (LSI) Denny JA faktor isu agama dan primordialis menjadi faktor yang cukup berpengaruh dalam kekalahan Ahok. Isu Suku, Agama, Ras, dan Antar-golongan (SARA) serta politisasi agama yang mendera Ahok menjadi isu yang kerap diperbincangkan. Hal ini dibuktikan dengan topik berita tentang Ahok menjadi *tranding topic* di beberapa media *online* seperti dikutip dalam portal berita *Detik.com* 9 Mei 2017. Namun, fakta pemberitaan tentang Ahok di media berbeda-beda. Perbedaan ini dapat diamati dari narasumber, grafis, dan rincian informasi. Selain itu, pemilihan kata dalam kalimat, foto, dan *headline* juga menjadi faktor pendukung bagaimana media mengkonstruksikan berita untuk membentuk opini pembaca.

Media massa mempunyai peran yang strategis yaitu dapat menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar, memberikan popularitas dan bersifat publik. Karakteristik media massa memberikan konsekuensi dalam kehidupan masyarakat, salah satunya dalam aspek politik. Dalam hal politik, media massa memiliki fungsi yang penting dalam proses demokratisasi. Sebagai contohnya yaitu media massa menyediakan arena dan saluran bagi debat publik, memopulerkan calon pemimpin politik ke masyarakat luas, dan menyebarluaskan informasi dan pendapat (Morison,

2010: 1). Oleh karena itu, media massa digunakan sebagai sarana kampanye dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah.

Dalam proses pemenangan pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah media massa memiliki peran dan pengaruh yang penting dalam proses kampanye seorang kandidat. Banyak elit politik yang mencoba menggandeng dan membuat media massa untuk mendapatkan pengaruh dan dukungan dari masyarakat. Masuknya para pemimpin media massa menyebabkan adanya kecenderungan tertentu terhadap salahsatu kandidat atau politik yang di dukung, sehingga berita yang disampaikan bukanlah fakta yang obyektif melainkan fakta yang telah dikonstruksikan oleh media atau penulis/wartawan dengan latarbelakang kepentingan tertentu (Sudiby, 2010:24)

Fenomena kecenderungan media massa diakibatkan oleh pemiliknya yang berafiliasi terhadap kepentingan politik tertentu . Hal ini terlihat dari kampanye Pilkada Jakarta yang dilaksanakan baru-baru ini tepatnya pada bulan April 2017 dimana pemilik stasiun Metro TV yaitu Surya Paloh pemimpin partai Nasdem (Nasional Demokrasi) dan Pimpinan Partai Perindo yaitu Hary Tanoë Sudiby sekaligus pemilik media MNC Grup memiliki afiliasi yang berbeda dalam pilkada Jakarta 2017. Metro TV menjadi pihak yang pro terhadap salah satu calon, dan MNC Grup menjadi pihak yang kontra terhadap salah satu calon.([www.tempo.com/](http://www.tempo.com/) diakses 13 Agustus 2017)

Idealnya media massa memiliki fungsi yang sama dengan komunikasi massa seperti yang di kemukakan oleh Harold Laswell, diantaranya *to inform* (menginformasikan), *to educate* (mendidik) dan *to entertain* (menghibur). UU no. 40 tahun 1999 tentang pers menyatakan bahwa fungsi pers adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan melakukan pengawasan sosial baik kepada perilaku publik maupun penguasa, namun, faktanya adalah fungsi media massa tidak dapat terlepas dari kepentingan pemiliknya.

Dalam kasus ini, fungsi media massa yang terkait dengan kepentingan pemiliknya dapat diamati melalui pemberitaan Pilkada Jakarta dalam media *online*. Setiap media *online* memiliki cara pandang tersendiri dalam menginformasikan suatu berita, bahkan mengenai kecenderungan tentang pemberitaan kandidat-kandidat yang bertanding dalam pilkada Jakarta pada tahun 2017.

Penyajian media *online* dalam memaknai pemberitaan tentang Pilkada Jakarta berbeda beda. Media harus menyajikan pemberitaan yang netral dan tidak memihak seperti dalam Undang Undang Penyiaran yang menyatakan bahwa isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak mengutamakan pada kepentingan golongan tertentu (Pasal 36 Ayat 4) serta aturan dalam Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) yang berbunyi Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran (Pasal 11 Ayat 2 P3). Namun kenyataannya seringkali media dalam memberitakan suatu informasi cenderung

menyuguhkan berita-berita yang beragam dari peristiwa yang sama. Dalam hal ini, media dapatewartakan pemberitaan dengan menonjolkan suatu sisi atau aspek tertentu, seperti pada media A lebih menonjolkan pada sisi ini, sedangkan pada media B lebih menonjolkan pada sisi ini. Padahal kedua media memberitakan topik berita yang sama.

Pebedaan dalam hal pemberitaan ini tentu akan menyebabkan pemikiran dan persepsi masyarakat terhadap suatu hal menjadi berbeda-beda pula. Bila dicontohkan dalam Pilkada Jakarta putaran kedua ini masyarakat akan terbelah menjadi dua kubu yaitu kubu pendukung Ahok-Djarot dan Kubu pendukung Anies-Sandi. Kedua kubu tersebut akan saling melancarkan aksinya satu sama lain. Apalagi didukung oleh media-media yang memiliki kecenderungan terhadap kedua kandidat tersebut. Media yang mendukung kubu pasangan Ahok-Djarot akan memberikan berita-berita yang positif terhadap pasangan tersebut serta porsi pemberitaan yang lebih banyak. Terkadang juga melakukan pemberitaan hal yang negatif terhadap lawan dari kandidatnya. Hal ini pun juga berlaku sebaliknya pada media yang mendukung pasangan Anies-Sandi. Media tersebut secara terang-terangan menunjukkan keberpihakannya kepada calon yang didukung. Akibatnya suasana kehidupan demokratis dalam hal berpolitik menjadi keruh dan dapat menimbulkan konflik serta perpecahan bangsa. Sesuai Undang Undang Penyiaran No 32 tahun 2002 sudah seharusnya media menjadi rujukan utama masyarakat mengenai

kepemiluan dan sebagai sumber informasi masyarakat dalam mengetahui kandidat calon politik yang akan dipilihnya.

Berdasarkan hal ini, masalah perbedaan konstruksi berita yang disebabkan adanya afiliasi pemilik media dengan partai politik tertentu menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini akan menganalisis pemberitaan Pilkada DKI Jakarta putaran kedua dalam media *online* *Detik.com*, *Okezone.com* dan *Metrotvnews.com* dengan menggunakan pisau analisis *framing* Robert N Entman. Pemilihan media *online* didasarkan pada ketiga media *online* tersebut merupakan media *online* yang berafiliasi pada partai politik tertentu. Hal ini dibuktikan dengan pimpinan Partai Nasdem, Surya Paloh sekaligus pemilik Media Group dalam penuturannya saat rapat kemenangan Pilkada Jakarta 2017 di kantor Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Nasdem bahwa partai tersebut mendukung pasangan calon Ahok-Djarot dalam Pilkada DKI putaran kedua. ([www.metrotvnews.com/](http://www.metrotvnews.com/) diakses 20 April 2018).

Selain Surya Paloh, Hary Tanoë Sudibyo pimpinan Partai Perindo dan pemilik media MNC Group juga secara terang terangan mendukung pasangan Anies- Sandi dalam Pilkada Jakarta putaran kedua melalui deklarasinya pada tanggal 14 Maret 2017 ([www.Okezone.com/](http://www.Okezone.com/) diakses 20 April 2018). Sebagai penyeimbang diantara kedua media yang memiliki kecenderungan yang berbeda terhadap paslon yang bertanding dalam Pilkada Jakarta putaran kedua, peneliti memilih media *online* *Detik.com* sebagai obyek penelitian. Alasan dari pemilihan *Detik.com* karena media

tersebut berada dibawah naungan Trans Corp dengan Chairul Tanjung sebagai pemiliknya. Dalam beberapa sumber media, Chairul Tanjung dalam Pilkada Jakarta khususnya pada putaran kedua tidak memihak atau mendukung pasangan calon tertentu. Dikutip dalam media *online Viva.co.id* Chairul Tanjung sempat dicalonkan sebagai kandidat dalam Pilkada Jakarta 2017 dengan pengusung partai PAN dan Demokrat, namun beliau enggan ([www.Viva.co.id/](http://www.Viva.co.id/) diakses 20 April 2018).

Ketiga media *online* ini juga cukup gencar dalam memberitakan berita Pilkada Jakarta 2017 . Berdasarkan sumber *alexa.com* lembaga survei media *online* ketiga media ini juga sering diakses masyarakat, terbukti portal berita *Detik.com* menempati urutan ke-4, *Okezone.com* ke-5 lebih tinggi dibanding *Sindonews.com*, atau *Inews.com* serta *Metrotvnews.com* urutan ke-77 lebih tinggi dibanding portal berita *Mediaindonesia.com* atau *Medcom.id*. Selain itu, ketiga media *online* ini juga memiliki pemberitaan yang berbeda dalam memberitakan pasangan calon yang lolos dalam Pilkada DKI Jakarta putaran kedua yaitu pasangan calon nomor urut satu Ahok-Djarot dan pasangan nomor urut dua Anies-Sandi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana kontruksi *detik.com*, *okezone.com*, *metrotvnews.com* terhadap realitas pemberitaan berita Pilkada Jakarta 2017 putaran kedua pada pasangan Ahok-Darot dan Anies-Sandi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah

Untuk mengetahui konstruksi media *online Detik.com, Okezone.com* dan *Metrotvnews.com* dalam pemberitaan pemilihan calon Gubernur DKI Jakarta pada pasangan Ahok- Jarot dan Anies-Sandy menggunakan analisis *framing*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi penelitian lain , untuk pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam hal analisis *framing* berita dalam media *online* dengan topik peristiwa politik.
2. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat menunjukkan konstruksi pemberitaan yang dipublikasikan oleh media massa, sehingga mengingatkan masyarakat agar tidak mudah begitu saja mengonsumsi berita namun juga harus mampu memilah dan memilih berita serta kritis terhadap pemberitaan media yang ada.