

MEDIA TERPENJARA

Bayang-bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014



Penulis:

Anugrah Pambudi Wicaksono
Bonaventura Satya Bharata
Darmanto
Fajar Junaedi
Masduki
Olivia Lewi Pramesti
Puji Rianto

Pengantar:

Amir Effendi Siregar



YOGYAKARTA 2015

Anugrah Pambudi Wicaksono, Dkk

MEDIA TERPENJARA

Bayang-Bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014



MEDIA TERPENJARA

Bayang-Bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014

Penulis:

Anugrah Pambudi Wicaksono
Bonaventura Satya Bharata
Darmanto
Fajar Junaedi
Masduki
Olivia Lewi Pramesti
Puji Rianto

Penyunting:

Darmanto
Puji Rianto

Kata Pengantar:

Amir Effendi Siregar

Kerjasama

Perkumpulan Masyarakat Peduli Media (MPM) Yogyakarta

Yayasan Tifa

2015

Perpustakaan Nasional Katalog dalam Terbitan (KDT)
Anugrah Pambudi W, Bonaventura Satya Bharata, Darmanto,
Fajar Junaedi, Masduki, Olivia Lewi Pramesti, Puji Rianto

Media Terpenjara: Bayang-bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014
- Independensi - Media - Pemilu -

Peneliti:

Anugrah Pambudi W, Bonaventura Satya Bharata, Fajar Junaedi
Masduki, dan Olivia Lewi Pramesti

Asisten Peneliti:

Agatha Dyah Ayu Puspaningtyas, Erny Kurniawati, Betriq Kindy Arrazy
Aghreini Analisa, Wening Fikriyati, dan Dommy

Penulis:

Anugrah Pambudi (Pampam)
Bonaventura Satya Bharata
Darmanto
Fajar Junaedi
Masduki
Olivia Lewi Pramesti
Puji Rianto

Kata Pengantar:

Amir Effendi Siregar

Penyunting:

Darmanto dan Puji Rianto

Proof Reader

Muzayin Nazarudin

Penanggung Jawab Penelitian:

Budhi Hermanto

Olah data:

Widodo Iman Kurniadi

Desain Sampul dan Lay out:

Dwi Agus Winanto dan Syirli Yudi Alfian

Diterbitkan Pertama kali Tahun 2015 atas kerja sama:

Perkumpulan Masyarakat Peduli Media (MPM) Yogyakarta

Jl. Ontorejo, Gang Parikesit No. 97 Yogyakarta 55255, Telp/Faks.: 0274-417982
Web.: www.pedulimedia.or.id, Email: mpm_jogja@yahoo.co.id

Yayasan TIFA

Graha Mustika Ratu 5th Floor
#505 Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 74-75
Jakarta 12870, Telp 021-83790611, Fax: 021-83707143
Web.: www.tifafoundation.org, Email: public@tifafoundation.org

ISBN 978-602-18276-1-1

15,5 x 24 cm
xxiv + 162 hlm

LEMBAR TERIMAKASIH

Penelitian Independensi Media dalam Pemberitaan Pemilu 2014 dengan rangkaian-nya, berupa Seminar Hasil Penelitian di Gedung Dewan Pers pada 20 Februari 2015 dan penerbitan Buku berjudul: *MEDIA TERPENJARA, Bayang-Bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014* yang didukung sepenuhnya oleh Yayasan Tifa telah paripurna. Semua kegiatan tersebut dapat terlaksana, selain karena Kuasa Illahi, juga adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu MPM menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan atas kerjasama dan bantuan yang telah diberikan. Ucapan terima kasih dan penghargaan disampaikan kepada:

Yayasan Tifa Jakarta

R. Kristiawan

Dr, Sunarto, FISIP UNDIP (Narasumber Workshop penyusunan instrumen riset)
Ketua Dewan Pers yang berkenan memberikan sambutan pada Pembukaan Seminar hasil penelitian, Anggota dan seluruh Pegawai Dewan Pers yang telah membantu terselenggaranya seminar hasil penelitian di Gedung Pers Jakarta

Yosep Adi Prasetya (Narasumber seminar)

Amir Effendi Siregar (Ketua PR2Media Yogyakarta)

Puji Rianto (Editor Buku)

Anugrah Pambudi Wicaksono (Peneliti)

Bonaventura Satya Bharata, UAJY (Peneliti)

Fajar Junaedi, UMY (Peneliti)

Masduki, UII (Peneliti)

Olivia Lewi, UAJY (Peneliti)

Agatha Dyah Ayu Puspaningtyas (asisten Peneliti)

Aghreini Analisa (asisten Peneliti)

Betriq Kindy Arrazy (asisten Peneliti)

Erny Kurniawati (asisten Peneliti)

Wening Fikriyati (asisten Peneliti)

Pimpinan SKH Jawa Pos

Pimpinan SKH Koran Sindo

Pimpinan SKH Media Indonesia

Pimpinan SKH Jurnas

Pimpinan SKH Kedaulatan Rakyat

Seluruh Peserta seminar hasil penelitian
dan pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu

KATA SAMBUTAN

KETUA MASYARAKAT PEDULI MEDIA (MPM)

Hajat politik lima tahunan pemilihan anggota legislatif dan eksekutif 2014 merupakan sebuah proses seleksi kepemimpinan nasional yang mustahil dilewatkan media. Pada saat itulah berlangsung komunikasi politik antara warga masyarakat atau khalayak, partai politik, dan media massa. Ketiganya menemukan momentum yang pas untuk saling bertemu, berhadapan, bertukar gagasan. Terjadi semacam transaksi politik, tetapi juga evaluasi dan saling memantau. Siapa mendapatkan apa, *who says what, in which channel, to whom, with what effect*, kata Harold Lasswell.

Narasumber mengatakan apa? Apa yang didapatkan dan ditulis media? Siapa pemilik media? Apa yang dimainkan media: pemilik dan jurnalis? Apa yang diperoleh khalayak? Inilah sejumlah isu yang menjadi perhatian Masyarakat Peduli Media (MPM) sebuah lembaga nirlaba yang berkomitmen ikut merawat kemerdekaan pers di satu sisi, dan mendorong semakin banyaknya masyarakat melekat media, di sisi lain.

Dalam hajatan politik yang panas dan bertaburan uang, MPM menggelar penelitian untuk membedah seberapa profesional media menjalankan perannya. Dengan menggunakan metode kuantitatif berupa analisis isi (*content analysis*) dan metode kualitatif pembingkai (*framing*), para peneliti MPM mencermati kecenderungan arah dan isi pemberitaan maupun kerangka ideologi yang dipergunakan membangun kecenderungan.

Buku ini berisi kumpulan tulisan hasil riset tersebut, bertajuk

“*Media Terpenjara: Bayang-Bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014*”. Media cetak yang beredar secara nasional maupun lokal dan pemiliknya merupakan politisi menjadi pilihan riset ini. Media itu adalah *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat*. Pilihan ini merujuk pada temuan sebelumnya, terutama di media penyiaran, di mana pemberitaan cenderung membela kepentingan (partai) politik pemilik. Akibatnya, khalayak dibuat bingung dan semakin terbelah, terutama dalam pemilihan presiden. Kebingungan dan keterbelahan khalayak tentu menjadi tanggungjawab media apabila media tidak berpegang pada komitmen publik, membela kepentingan publik, pembaca atau pemirsa secara luas.

Hasil riset yang ditulis dalam buku ini memaparkan, membongkar dan mengupas bagaimana kepentingan pemilik bermain dalam penulisan berita para jurnalis. Peneliti tidak saja menyelidiki isi berita, tetapi juga mencermati bagaimana pilihan kata, kalimat, penggunaan metafor, bahkan judul berita merupakan sebuah dinamika yang “tidak mudah”. Sebuah pertempuran antara praktik idealisme dan etika media dengan praktik bisnis para pemilik. Siapa pemenangnya?

MPM mengucapkan terima kasih kepada pimpinan dan awak media yang membuka diri dalam proses ini sehingga peneliti dapat melakukan tugasnya dengan cukup lancar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para akademisi, peneliti, dan koder dari berbagai kampus antara lain dari Universitas Diponegoro, Universitas Gadjah Mada, Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang terlibat sejak awal hingga akhir penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Yayasan Tifa yang menjadi pendukung utama terselenggaranya penelitian ini, serta kepada Dewan Pers yang memberikan ruang diskusi dan publikasi. Terima kasih kepada para pembaca yang meluangkan waktu untuk mencermati buku ini.

Buku ini merupakan terbitan ketiga yang dikeluarkan oleh MPM bekerjasama dengan Yayasan Tifa. Buku pertama berjudul, “*Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*” (2010), dan buku kedua berjudul “*Ibu Rumah Tangga Melawan Televisi*” (2012). Kedua buku pertama tersebut merupakan *best practice* dari gerakan literasi media televisi yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga di Yogyakarta. Adapun hasil riset media dan politik yang dilakukan bekerjasama dengan Dewan Pers tahun 2013 dapat dibaca dalam *Jurnal Dewan Pers* Edisi No.9, Juni 2014.

Kiranya buku ini dan bentuk publikasi lainnya yang telah dihasilkan oleh MPM dapat memberikan sumbangan bagi kemajuan media massa di Indonesia dan dapat meningkatkan kapasitas literasi media pada masyarakat. Sebab, capaian atas keduanya itu merupakan tujuan utama hadirnya Perkumpulan Masyarakat Peduli Media (MPM) di awal milenium ketiga.

Yogyakarta, 9 Februari 2015

Lukas S. Ispandriarno

SAMBUTAN KETUA PROGRAM RISET INDEPENDENSI MEDIA DI INDONESIA DALAM MEMBERITAKAN PEMILU 2014

Media di Indonesia berperan penting dalam proses demokratisasi, khususnya menjelang reformasi pada tahun 1998 dan saat proses perubahan iklim politik dari era Orde Baru ke masa transisi demokrasi. Namun, setelah lebih dari satu dasawarsa reformasi, media di Indonesia mengikuti arus liberalisasi media dan justru menjadi alat bagi pemiliknya dalam pergulatan politik dan ekonomi di Indonesia. Akibatnya Indonesia menjadi negeri yang diatur oleh kekuatan oligarkhi perkasa dan elite tak tertandingi. Peran media sebagai pilar keempat demokrasi (*the fourth estate*) mengalami problem. Idealnya media massa menjaga jarak dalam relasinya dengan kekuasaan, sehingga mampu bertindak objektif dalam memantau jalannya kekuasaan. Media juga seharusnya menjaga jarak dengan para pemiliknya, yang sebagian besar ikut menjadi aktor politik, baik secara langsung maupun tertutup.

Pada saat pesta demokrasi melalui pemilihan umum digelar, publik tentu menaruh harapan besar pada peran media. Publik berharap media mampu memberikan referensi bagi warga atau calon pemilih agar menjadi pemilih yang cerdas, publik bisa mendapatkan informasi akurat, dan tidak menyesatkan. Publik juga berharap, media proporsional dalam pemberitaannya mengenai pemilu. Publik membutuhkan informasi tentang para calon anggota legislatif dan calon presiden yang akan bertarung secara berimbang dan proporsional. Informasi yang kritis dan komprehensif sangat

berguna membantu publik sebelum dan saat melakukan pencoblosan.

Sayangnya harapan ideal itu tidak kita jumpai dalam media arus utama di Indonesia. Baik media penyiaran yang menggunakan frekuensi sebagai ranah publik maupun media cetak yang tidak menggunakan domain publik sama-sama terjerembab dalam praktik ketidaknetralan. Sejumlah riset yang diadakan sebelumnya - termasuk oleh MPM bekerja sama dengan Dewan Pers pada tahun 2013 - menunjukkan bahwa media massa yang dimiliki oleh politisi cenderung tidak netral alias memihak pada partai politik di mana pemilik media menjadi pengurusnya. Di samping itu, media yang sama lebih banyak menonjolkan figur pemilik media yang berencana maju menjadi calon Presiden Republik Indonesia periode 2014-2019 dibandingkan tokoh lain yang mempunyai ambisi sama. Dengan kata lain, independensi media massa di Indonesia betul-betul dalam keadaan terancam oleh hegemoni sang pemilik.

Namun, apakah sikap media massa di Indonesia yang cenderung memihak kepada kepentingan politik sang pemilik juga terjadi selama dalam pemberitaan Pemilu 2014, baik untuk Pemilu Legislatif maupun Pemilu Presiden. Jawaban atas pertanyaan itulah yang kemudian mendorong MPM untuk melakukan penelitian tentang independensi media pada Pemilu 2014. Untuk itu dipilihlah sampel sebanyak lima media, yaitu *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat*. Kelima surat kabar itu dipilih karena pemiliknya politisi dan atau memiliki kepentingan politik secara langsung. Penelitian dimaksudkan untuk membuktikan tesis Shoemaker dan Reese dalam *Mediating The Message* bahwa isi media dipengaruhi oleh lima hal, satu diantaranya ialah pemilik media (*organizational influences*).

Penelitian ini berusaha mengungkap kecenderungan surat kabar Indonesia, baik lokal maupun nasional yang dimiliki oleh politisi dan atau mereka yang memiliki kepentingan politik secara langsung dalam memberitakan kampanye Pemilu Legislatif tanggal 9 April dan Pemilu Presiden yang berlangsung 9 Juli 2014. Hasil penelitian dimaksudkan sebagai wujud nyata kontribusi MPM dalam ikut serta meningkatkan kualitas media massa di Indonesia sesuai dengan keberadaannya sebagai organisasi masyarakat sipil.

Sehubungan dengan itu, maka hasil penelitian ini disajikan dalam format buku agar mudah diakses, didokumentasikan, dan disebarluaskan kepada berbagai pihak yang berkompeten serta kepada masyarakat yang

tertarik pada isu-isu media. Upaya seperti ini adalah bagian dari gerakan literasi media di Indonesia yang sangat mendesak untuk dilakukan demi mendorong peran media massa di Indonesia yang lebih baik, profesional dan proporsional dalam memberitakan peristiwa politik baik dalam skala nasional maupun lokal. Kita berharap media massa Indonesia mampu menjadi pilar keempat dalam demokrasi yang sesungguhnya.

Untuk kepentingan penelitian ini, MPM melibatkan sejumlah individu yang berasal dari berbagai lembaga. Tenaga peneliti selain dari internal MPM ada pula yang berasal dari perguruan tinggi. Demikian pula untuk tenaga yang melakukan koding (koder) selain dari MPM, sebagian besar adalah mahasiswa dari berbagai kampus yang masih aktif kuliah. Dilihat dari latar belakang atau asal-usul kampus para peneliti dan koder yang terlibat dalam kegiatan ini adalah Universitas Gadjah Mada (UGM), Universitas Islam Indonesia (UII), Universitas Muhammadiyah (UMY), dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Adapun untuk keperluan penyusunan instrumen mendapat bimbingan dari akademisi Universitas Diponegoro (Undip) Semarang Dr. Sunarto. Kolaborasi semacam ini memang menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh MPM setiap kali melakukan kegiatan mengingat jumlah personal internal yang sangat terbatas.

Kegiatan penelitian dan penerbitan ini hanya dapat terlaksana berkat adanya dukungan dari berbagai pihak, terutama Yayasan Tifa yang menopang sepenuhnya dari aspek pendanaan. Oleh karena itu, baik selaku Penanggung jawab program riset Independensi Media di Indonesia dalam Memberitakan Pemilu 2014 maupun atas nama MPM saya menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan penelitian dan penerbitan buku ini. Sebagai bentuk pengakuan dan penghormatan kami, maka nama-nama lembaga maupun individu yang telah memberikan dukungan atas terselenggaranya kegiatan ini kami cantumkan dalam lembar terima kasih.

Selama mengoordinasikan kegiatan penelitian maupun penerbitan, tentu saya tidak lepas dari kekurangan dan kelemahan, bahkan mungkin ada hal-hal yang menimbulkan ketidaknyamanan pada pihak-pihak yang terkait. Sehubungan dengan itu, saya berharap agar segala kekurangan dan kelemahan dapat dimaklumi dan dimaafkan sehingga perhatian kita menjadi lebih tertuju sepenuhnya pada hasil penelitian dan penerbitan ini.

Untuk kepentingan penyebarluasan hasil penelitian, maka buku ini dicetak tidak kurang dari seribu eksamplar dan akan dibagikan

secara gratis kepada berbagai pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan topik yang diteliti. Oleh karena itu, kepada peminat yang tidak terjangkau oleh koresponden kami, dapat memperoleh buku ini dengan melakukan pemesanan melalui email: mpmjogjakarta@gmail.com atau menghubungi Sekretariat MPM di Jalan Ontorejo, Gang Parikesit No. 97, Wirobrajan, Yogyakarta 55255. Contact Person Sdr. Widodo HP 0815 697 3022

Yogyakarta, Februari 2015
Budhi Hermanto

KRITIK DAN OTOKRITIK PERS

INDEPENDENSI MEDIA ITU KEHARUSAN

Oleh Amir Effendi Siregar

Objektivitas, independensi dan netralitas media menjadi pembicaraan, penelitian dan studi menarik dalam beberapa tahun terakhir ini di Indonesia. Masyarakat Peduli Media (MPM) juga memberikan perhatian yang serius tentang ini dengan melakukan penelitian dan penyusunan buku yang diberi judul **MEDIA TERPENJARA: Bayang-Bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014**.

Media cetak yang menjadi sampel penelitian adalah *Jurnal Nasional*, *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Kedaulatan Rakyat*, dan *Media Indonesia* yang pemiliknya terlibat dalam kegiatan politik. Pertanyaan yang ingin dijawab, yaitu: (1) Bagaimana surat kabar *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat* memberitakan Pemilu 2014; (2) bagaimana lima surat kabar tersebut membingkai berita Pemilu 2014; dan (3) bagaimana pengaruh kepemilikan terhadap manajemen redaksional dalam pemberitaan Pemilu 2014?

Media yang dijadikan sampel ialah surat kabar yang tidak menggunakan frekuensi sebagai milik dan ranah publik seperti yang dipergunakan media elektronik. Namun, sebenarnya prinsip profesionalisme media dan jurnalisme baik cetak maupun elektronik adalah sama. Hasil penelitian MPM sebagaimana dapat diduga

menyatakan bahwa independensi media terganggu. Keterlibatan pemilik media dalam pemberitaan untuk kepentingan politik dan pribadinya sangat tinggi. Sudah saatnya kini pemilik, pekerja dan institusi media termasuk organisasi wartawan dan jurnalis melakukan introspeksi.

Isi media yang seringkali tidak mematuhi etika dan regulasi jurnalistik mendapat protes keras oleh institusi di luar media, termasuk institusi negara, sebagaimana yang dinyatakan secara terbuka dalam diskusi di gedung Dewan Pers beberapa waktu lalu. Pers dan media dianggap telah kebablasan sehingga harus dikontrol ketat kembali. Ini tentu saja merupakan ancaman terhadap kemerdekaan pers.

Sebelumnya beberapa saat lalu pemimpin redaksi *Jakarta Post* ditetapkan sebagai tersangka oleh kepolisian akibat sebuah karikatur yang dianggap menista agama. Dewan Pers dan kalangan Pers protes karena persoalan itu telah dianggap dan diselesaikan oleh Dewan Pers. Pemimpin Redaksi *Jakarta Post* telah meminta maaf. Syukurlah, kasus ini telah diselesaikan dengan mekanisme UU Pers.

Dari pembicaraan dan diskusi hangat di atas, kita memperoleh gambaran bahwa beberapa konsep dan pengertian penting perlu dijelaskan, antara lain tentang jurnalisme dan jurnalistik, objektivitas, independensi dan netralitas serta jenis dan bentuk media. Sehingga kita mengetahui secara jelas objektivitas, independensi, dan netralitas itu apa? Perlu dan pentingkah? Kepada siapa jurnalis dan media seharusnya berpihak? Apa sanksinya?

Jurnalisme dan jurnalistik

Jurnalisme adalah sebuah paham tentang kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan media. Dalam jurnalisme terkandung idealisme. Ada ideologi, yaitu usaha memberikan informasi untuk pemberdayaan masyarakat. Bill Kovach dan Tom Rosentiel merumuskan bahwa tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan publik agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Dalam menjalankan tugas, terdapat 9 (sembilan) elemen, antara lain: kewajiban utama jurnalisme adalah pada kebenaran, berupaya membuat yang penting menjadi menarik dan relevan. Loyalitas pertama ialah pada publik/warga. Disiplin dalam verifikasi. Menjaga independensi terhadap narasumber. Jurnalisme harus berlaku sebagai

pemantau kekuasaan. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga. Harus menjaga berita agar komprehensif dan proporsional. Para praktisi diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Kemudian dalam penyajiannya harus memperhatikan kode etik jurnalistik. Dalam hubungan dengan kegiatan jurnalistik, Undang-undang Pers menyatakan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Inilah yang dijadikan dasar oleh banyak pihak untuk menyatakan kegiatan mereka adalah jurnalistik. Padahal jurnalistik yang benar mengandung ideologi sebagaimana juga tercantum dalam undang-undang pers. Ideologi ini menuntun informasi apa yang harus dicari dan untuk apa? Dalam UU Pers terdapat azas, fungsi dan peranan yang menyatakan antara lain bahwa pers nasional melaksanakan peran memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui, menegakkan nilai demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak azasi manusia, melakukan pengawasan dan kritik dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum, memperjuangkan keadilan dan kebenaran (Pasal 6). Undang-undang Pers juga secara jelas menyatakan bahwa wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik (KEJ). Mukadimah KEJ secara jelas merumuskan ideologi jurnalisme.

Saya sepenuhnya setuju bahwa sengketa akibat pemberitaan dan isi pers diselesaikan dengan hak koreksi dan hak jawab sesuai dengan Undang-undang Pers. Ini memang *privilege* (keistimewaan) pers Indonesia yang bertugas atas perintah undang-undang. Lebih jauh lagi terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran (Pasal 4 ayat 2).

Meskipun memperoleh keistimewaan karena menjalankan perintah, Undang-undang Pers juga secara jelas menyatakan bahwa wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik (KEJ). Dengan demikian kode etik jurnalistik sebagai sesuatu yang dibuat oleh kalangan wartawan sendiri harus dipatuhi dan menjadi pengikat dalam pekerjaan sehari-hari. Dewan Pers yang mengesahkan kode etik itu berhak mengontrol dan melakukan pengawasan. Bila ini tidak dijalankan banyak pihak akan mengatakan “enak di elu, nggak enak di gue karena *“damage has been*

done”.

Salah satu tugas pers dan jurnalis yang penting adalah menyajikan berita secara objektif. Kode Etik Jurnalistik yang dibuat oleh organisasi wartawan, pers dan disahkan oleh Dewan Pers merumuskan dengan sangat bagus hal-hal yang berhubungan dengan objektivitas, independensi dan netralitas, dalam satu tarikan nafas: “*Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk* “. Dengan penafsirannya yang sangat jelas bahwa prinsip independensi dan netralitas harus dilaksanakan (Pasal 1).

Sementara itu undang-undang penyiaran menyatakan dengan tegas bahwa isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu (Pasal 36 ayat 4). Selanjutnya sebagai turunan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia juga menyatakan dalam satu tarikan nafas : “ *Lembaga penyiaran wajib menjada independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran* “ (Pasal 11 ayat 2 P3) .

Menjalankan ideologi jurnalisme

Prinsip tersebut di atas sebenarnya adalah konfirmasi bahwa pers dan jurnalisme Indonesia menganut prinsip universal jurnalisme berdasarkan perspektif demokrasi, bukan jurnalisme propaganda. Dalam perspektif ini, profesionalisme jurnalis adalah menjalankan ideologi jurnalisme. Dalam jurnalisme terkandung idealisme. Sebagaimana telah disampaikan di atas, ada ideologi, yaitu usaha memberikan informasi untuk pemberdayaan masyarakat. Kemudian dalam penyajiannya harus memperhatikan kode etik jurnalistik.

Dengan demikian, jurnalisme bukan hanya sesuatu yang bersifat teknis penyajian, tetapi terdapat idealisme. Jurnalistik adalah bentuk implementasi dari ideologi jurnalisme. Sering juga kita mendengar bahwa ada yang disebut dengan jurnalisme kuning, sebuah penyajian teknis jurnalistik, tetapi isinya tak ada hubungan dengan kepentingan publik. Tidak bermanfaat dan tidak memberdayakan masyarakat. Isinya mengeksploitasi masalah pribadi dan kehidupan seks objek yang diliput. Lebih bersifat hiburan dan sensasional yang menyajikan selera rendah masyarakat dan seringkali melanggar kode etik jurnalistik. Jurnalisme semacam ini disebut sebagai jurnalisme kuning atau jurnalisme got.

Demikian juga kita mengenal jurnalisme partisan, yaitu jurnalisme yang mengabdikan kepada kepentingan pribadi atau kelompok politik tertentu. Jurnalisme semacam ini bukanlah jurnalisme seperti yang dimaksud oleh Undang-undang Pers dan Bill Kovach, dan tidak layak mendapat *privilege* (keistimewaan) sebagaimana yang dimaksud oleh UU Pers.

Kemerdekaan pers memang harus dibela dan dijaga dari ancaman pihak luar. Namun, internal pihak pers juga harus melakukan koreksi diri dan introspeksi. Ancaman kemerdekaan pers dapat berasal dari luar dan dari dalam. Otokritik diperlukan.

Objektivitas, Independensi dan netralitas

Dalam jurnalisme dan kegiatan jurnalistik antara lain terdapat prinsip independensi dan netralitas yang harus dipegang teguh. Bila ingin menjadi media yang baik, kedua prinsip itu harus dijalankan. Dalam hubungan ini Westertahl sebagaimana dikutip oleh McQuail (1992) mengatakan bahwa kegiatan penting jurnalisme antara lain adalah mengungkapkan peristiwa secara objektif. Terus mencari kebenaran yang bersifat relatif itu dari berbagai sudut pandang. **Objektifitas terdiri dari dua dimensi, yaitu pertama faktualitas dan kedua adalah imparsialitas.** Faktualitas terdiri atas usaha mencari kebenaran (*truth*), yakni antara lain kelengkapan dalam pemberitaan, akurat dan cermat. Unsur faktualitas berikutnya adalah bahwa berita itu harus *relevance* dengan pembaca, mempunyai nilai berita. Sementara itu imparsialitas mengacu pada praktik jurnalistik yang mengedepankan *balance/non-partisanship* dan *neutral presentation*. *Balance* berarti ada unsur keadilan dan keseimbangan dalam pemberitaan. Selanjutnya netralitas berarti tidak berpihak dan tidak membangun opini untuk kepentingan pihak tertentu.

Selanjutnya Rahayu dan kawan-kawan (Tim peneliti Dewan Pers) dalam buku *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat kabar di Indonesia* (2006) mengutip dan merangkum buku *Media Performance* (1992) karya Denis McQuail atas permintaan Dewan Pers kemudian mengukur kinerja media melalui unsur-unsur 1. *Factualness* yang dapat dilihat dari *main point*, nilai informasi, *redability* dan *checkability*; 2. Akurasi dilihat dari verifikasi terhadap fakta, relevansi sumber berita, akurasi penyajian; 3. *Completeness*; 4. *Relevance* melihat ada tidaknya nilai berita. 5. *Balance* sebagai keseimbangan dalam pemberitaan atau tidak berpihak.

McQuail membedakan *balance* dengan netralitas. *Balance* berhubungan seleksi dan substansi berita, sedangkan netralitas berhubungan dengan presentasi berita tersebut ; 6. *Neutrality* sering disamakan dengan *balance* dalam arti tidak berpihak, tetapi bedanya netralitas berkaitan dengan aspek presentasi. Netralitas ini terdiri dari *sensationalisme*, *stereotype*, *juxtaposition* dan *linkages*

Terdapat beberapa pihak yang mengatakan bahwa media tidak bisa independen dan netral dengan demikian tidak bisa objektif. Pendapat ini tentu saja sah berdasarkan perspektif tertentu, misalnya perspektif propaganda. Atau mereka yang menganggap berita adalah sebuah hasil konstruksi sosial (konstruktivisme) jadi tidak mungkin objektif. Kemudian termasuk yang mengatakan bahwa media itu bisa independen, tetapi bisa saja tidak netral, boleh menentukan pilihan yang dianggap benar. Ini adalah pernyataan yang tidak konsisten. Netralitas adalah turunan dari objektifitas dan independensi.

Pernyataan tersebut di atas bertentangan dengan prinsip-prinsip jurnalisme yang dianut oleh undang-undang pers dan kode etik jurnalistik serta pedoman perilaku penyiaran yang juga terdapat dalam banyak buku teks tentang jurnalisme. Indonesia, telah menentukan pers dan jurnalisme yang dianut dengan jelas termaktub dalam Undang-undang Pers, Undang-undang Penyiaran, Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Perilaku Penyiaran sebagaimana juga telah dirumuskan oleh McQuail, Kovach dan banyak ahli lainnya.

Bila media tidak objektif dengan demikian tidak independen dan tidak netral, media tersebut akan kehilangan kemampuan membentuk opini publik. Sebagian pembaca dan penonton akan lari. Khusus untuk media cetak akan dapat memperoleh sanksi etik dan sosial. Media penyiaran akan bisa memperoleh sanksi hukum. Namun, sering kali sanksi etik dan sosial lebih berat dari sanksi hukum.

Sebagai contoh, dapatkah pemberitaan surat kabar *Media Indonesia* memuat Surya Paloh, *SINDO* memuat Hary Tanoe, *Suara Karya* memuat Aboerizal Bakrie, *Jurnal Nasional* memuat SBY setiap hari dengan porsi yang besar kemudian memuji-muji diri sendiri. Tentu saja tidak ada larangan secara hukum terhadap media cetak yang tidak mempergunakan frekuensi dan ranah publik ini sepanjang tidak mencemarkan nama baik orang lain. Sanksinya adalah sanksi sosial. Kredibilitas media menjadi turun, masyarakat menjadi muak dan bosan. Media cetak pada

akhirnya ditinggalkan pembaca. Bagaimana bila itu terjadi di Televisi maupun Radio yang mempergunakan frekuensi dan ranah publik ini. Regulator harus menegur dan melarangnya dengan sanksi mulai dari yang ringan sampai dengan berat sesuai dengan peraturan-perundangan yang berlaku. Sanksinya bukan hanya sosial, tetapi juga hukum. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Dewan Pers yang kini diisi oleh orang baru harus secara tegas menegakkan etika dan hukum. Independensi kedua lembaga ini saat ini diuji.

Terdapat juga pendapat yang menyatakan persoalan ini sebenarnya bukanlah persoalan sederhana tetapi rumit dan kompleks. Biarkanlah pers Indonesia berjalan apa adanya sesuai dengan kata hati dan pikirannya. Pendapat ini tidak sepenuhnya salah, tetapi kehidupan pers dalam suatu sistem ke-Indonesiaan tentu memerlukan aturan dan regulasi. Persoalan ini bisa dibuat mudah dan jelas, sepanjang pers Indonesia diusahakan terus berjalan sesuai dengan undang-undang pers dan kode etik jurnalistik serta prinsip universal jurnalisme dan sistem yang demokratis, tidak ada yang perlu dikhawatirkan, tentu tidak ada yang sempurna.

Objektifitas dalam jurnalisme memang tidak mungkin mencapai tingkat yang sempurna. Namun, semakin tinggi derajat objektifitas, independensi dan netralitasnya, semakin tinggi kredibilitasnya, semakin dapat dipercaya, semakin sering dan disukai pembaca yang menjadi segmentasinya, semakin mempunyai kemampuan tinggi untuk membentuk opini publik. Itulah sebabnya tingkat kompetensi dan profesionalitas wartawan harus terus dijaga dan ditingkatkan.

Bila pers mengabaikan regulasi dan etika, saya teringat akan sajak Chairil Anwar berjudul *Aku* (dengan keangkuhannya) di tahun 1943-an. “*Tak perlu sedu sedan itu*” (tak perlu keistimewaan Pers?), “*Aku ini binatang jalang dari kumpulannya terbuang*” (Pers tak perlu etika apalagi regulasi ?). Jangan sampai terjadi, karena pers itu perlu, penting, bekerja untuk publik dan tentu saja bukan “*binatang jalang*”. Selamat membaca buku yang menarik ini. Semoga bermanfaat.

**Sebagian dari tulisan ini diambil dari artikel penulis yang dimuat di surat kabar Kompas, 20 Juli 2013 dengan judul Independensi dan Netralitas Jurnalisme dan Media dan artikel yang dimuat surat kabar Kompas 14 Februari 2014 dengan judul Objektivitas Pers.*

DAFTAR ISI

Lembar Terimakasih	v
Kata Sambutan Ketua Masyarakat Peduli Media	vii
Sambutan Ketua Program Riset Independensi Media di Indonesia dalam Memberitakan Pemilu 2014	xi
Kritik dan Otokritik Pers	xv
Pendahuluan.....	1
Jawa Pos:	
Menegakkan Independensi dan Bayang-bayang Sang Guru.....	17
Koran Sindo:	
Demi Kapital, Politik, dan Pemilik.....	41
Media Indonesia:	
Dari Koran Kuning Menjadi Koran Partisan	73
Jurnal Nasional /Jurnas:	
Habis Manis, Jurnas Dibuang	95
Kedaulatan Rakyat:	
Kabar-kabar Moncong Putih dari Mangkubumi.....	123
Penutup	145
Daftar Pustaka.....	151
Biodata Kerabat Kerja	155

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasca reformasi 1998, media massa berperan sangat penting dalam proses penguatan demokrasi di Indonesia. Setelah tersandera selama era Orde Baru, media massa pada era Reformasi mampu menjalankan fungsi sosialnya secara optimal. Menurut Lasswell dan Wright (1975: 9-22), media massa mempunyai empat fungsi. Pertama, fungsi pengamatan sosial (*social surveillance*) atau sering pula disebut sebagai fungsi kontrol. Kedua, fungsi penghubung atau perekat sosial (*social correlation*) yang mampu mempertemukan berbagai pihak yang terpisah dan memiliki kepentingan berbeda-beda. Ketiga, fungsi sosialisasi (*socialization*), yaitu melakukan transpormasi nilai dari generasi ke generasi. Keempat, memberikan hiburan yang sehat.

Pada masa awal era Reformasi, pelaksanaan fungsi media massa terasa sangat ideal. Pers betul-betul menikmati suasana kemerdekaan dan terlepas dari pengawasan negara yang selama era Orde Baru diperankan oleh Departemen Penerangan (Deppen) melalui mekanisme Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUP). *Saking* bebasnya, pada tahun-tahun pertama setelah tidak diberlakukannya SIUP, bermunculan banyak media massa cetak dari yang sifatnya serius sampai dengan yang hanya berjualan isu mistrik dan bahkan ada yang mengarah ke pornografi. Karena begitu merdekanya, banyak kalangan yang mengeluhkan bahwa media massa

Indonesia dianggap sudah kebablasan.

Namun, memasuki dekade kedua pascareformasi, media massa mulai mengalami disorientasi. Kuatnya cengkeraman kapitalisme mengakibatkan media massa dihadapkan pada dilema antara keperpihkan kepada kebenaran dan kepentingan warga negara pada satu sisi (Kovach dan Rossenstiel, 2006: 6), dan pada sisi lain harus mengabdikan kepada kepentingan kapitalisme. Namun, dengan semakin kuatnya cengkeraman kapitalisme membuat media lambat laun mengalami pelemahan. Akibatnya, media massa mengalami kondisi yang tragik, berpindah dari kontrol negara menjadi di bawah kekuatan kapital dan melahirkan otoritarian baru yang disebut otoritarian kapital (Siregar, 2012: 7).

Media sebagai entitas bisnis tentu sangat memperhitungkan untung rugi. Operasionalisasi lembaga media membutuhkan anggaran yang tidak sedikit dan sebagian besar diperoleh dari iklan. Media massa perlu berhitung cermat agar semua biaya operasionalnya tidak lebih besar dari pemasukan. Dalam konteks industri surat kabar, media massa perlu mempertimbangkan secara matang, agar produk berita yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai informatif bagi publik, tetapi juga laku di pasar alias mendatangkan iklan. Orientasi seperti itulah yang menyebabkan media pada akhirnya tidak dapat lepas dari kekuatan kapital yang mencengkeramnya.

Mosco (1991: 146) mengidentifikasi bahwa dalam praktik media telah terjadi komodifikasi. Konten, dalam kacamata ekonomi politik komunikasi, adalah komoditas yang digunakan pemilik untuk mendapatkan nilai lebih (*surplus value*) dari tenaga kerja. Kapital mengubah tenaga kerja menjadi kolom atau berita surat kabar, cerita dan iklan menjadi satu paket yang kemudian dijual untuk mendapatkan keuntungan lebih. Proses ini disebut komodifikasi. Kalangan ekonomi politik Marxian melihat ini sebagai bentuk realisasi pengambilan *surplus value* karena kontrol yang dilakukan oleh kapital terhadap alat produksi seperti kepemilikan alat cetak, kantor, dan sebagainya memungkinkannya untuk menerima hasil kerja lebih dari upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja.

Keberadaan media massa di bawah kekuasaan kapital diperparah oleh praktik oligarkhi politik di Indonesia. Akibatnya peran media massa sebagai pilar keempat demokrasi (*the fourth estate*) mengalami problem, fungsi informasi dan pengawasan menjadi terganggu. Idealnya media dapat menjaga jarak dalam relasinya dengan pemerintah dan aktor-aktor politik sehingga mampu bertindak objektif memantau jalannya

kekuasaan.

Dalam sistem demokrasi, setiap menjelang pemilihan umum (Pemilu), publik tentu menaruh harapan besar pada peran media. Publik berharap media mampu memberikan referensi bagi warga atau calon pemilih agar mendapatkan informasi akurat, tidak menyesatkan, dan proporsional mengenai Pemilu, di antaranya informasi tentang para calon anggota legislatif (caleg), calon presiden dan wakil presiden (capres-cawapres), maupun calon Pemimpin Daerah yang akan bertarung dalam Pemilu. Informasi yang objektif, kritis, dan komprehensif sangat berguna bagi warga negara dalam proses menentukan calon legislatif, capres-cawapres maupun calon Pemimpin Daerah yang akan dipilih pada saat berlangsungnya Pemilu.

Namun, kenyataannya media sering kali tidak memihak kepada kepentingan publik, tetapi justru mengabdikan kepada kepentingan tertentu seperti pemilik modal. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketika dihadapkan pada suatu pilihan antara memihak kepada kepentingan publik ataukah lebih membelani pemiliknya, ternyata media massa cenderung memilih yang terakhir. Ketika Romli Atmasasmita mantan Dirjen di Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia ditangkap KPK dalam kaitan dengan kasus korupsi Sistem Administrasi Badan Hukum (Sisminbakum), stasiun televisi RCTI yang berada di bawah kepemilikan Hary Tanoesoedibyo (HT) memilih absen memberitakan, meskipun media lainnya menempatkan sebagai berita utama. Untuk diketahui bahwa PT Sarana sebagai pengelola Sisminbakum dengan Direktur Utama Yohanes Waworuntu merupakan perusahaan di bawah PT Bhakti Investama yang menjadi bagian dari MNC Group milik HT yang juga bos dari RCTI. Di dalam PT Sarana tersebut ada nama Hartono Tanoesoedibyo yang merupakan kakak HT. RCTI menyiarkan kasus korupsi Sisminbakum setelah melewati proses dialog panjang yang melibatkan awak jurnalis dengan pimpinan redaksi (Widiyanto, 2009: 1-6).

Demikian pula riset yang diselenggarakan atas kerja sama Dewan Pers dengan Perkumpulan Masyarakat Peduli Media (MPM), PR2Media, dan Remotivi pada tahun 2013 menyimpulkan bahwa intervensi pemilik terlihat sangat vulgar (Siregar, 2014). Media massa (surat kabar dan stasiun penyiaran televisi) yang dimiliki oleh pimpinan partai politik menunjukkan kecenderungan tidak netral dan tidak independen dalam pemberitaannya. (Siregar, dkk., 2014; Masduki, dkk, 2013, Heychael dan Dhona, 2014).

Dalam riset yang berlangsung pada semester kedua tahun 2013,

Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) berhasil menganalisis sebanyak 372 item berita politik. Dari jumlah tersebut, 222 item berita (59.68%) merupakan berita *online* (*Kompas.com* dan *okezone.com*), 80 (21.51%) merupakan berita surat kabar (*Kompas* dan *Sindo*), dan 70 (18.81%) merupakan berita televisi (RTCI). Berdasarkan hasil penelusuran data, ditemukan bahwa berita tentang pemilik media cenderung bias kepentingan pemilik dan/atau kelompok afiliasinya. Sepintas, dalam kemunculan berita di halaman satu *Koran Sindo* bias tersebut tidak begitu tampak menonjol dan hampir sama dengan harian *Kompas*. Akan tetapi, hasil observasi peneliti (PR2Media), di halaman-halaman dalam, berita mengenai pemilik di *Koran Sindo* lebih sering muncul terutama mengenai aktivitas pemilik dalam kegiatan politik. Di *okezone.com*, jumlah berita tentang pemilik lebih banyak dibanding di *kompas.com*. Pemberitaan mengenai pemilik juga banyak tampil di RCTI. Dari total 70 berita RCTI yang diteliti, sebanyak 4 berita (5.7%) yang mempublikasikan pemilik/kelompok afiliasinya. Berdasarkan hasil penelusuran data, PR2Media menemukan bahwa berita tentang pemilik media cenderung bias kepentingan pemilik dan/atau kelompok afiliasinya (Siregar, dkk, 2014: 11-14)

MPM yang meneliti tiga stasiun televisi, yaitu Trans TV, Metro TV, dan TV One menemukan adanya perbedaan yang signifikan antara media yang pemiliknya berafiliasi kepada Parpol/Capres/Cawapres dan yang tidak berafiliasi. Berita-berita tentang Pemilu 2014 di TV One lebih banyak menyebut Partai Golkar dibandingkan parpol lainnya. Demikian pula Ketua Umum Golkar Abu Rizal Bakrie (ARB) yang mencalonkan diri untuk menjadi Presiden paling banyak diberitakan TV One dibandingkan calon presiden lainnya. Kecenderungan yang sama terjadi dalam pemberitaan di Metro TV yang lebih banyak menampilkan narasumber dari kalangan partai Nasdem. Selain itu, pemilik Media Grup Surya Paloh yang mencalonkan diri sebagai presiden lebih banyak ditampilkan dibandingkan calon presiden lainnya. Hasil analisis isi pemberitaan terhadap *Koran Rakyat Merdeka* dan *Media Indonesia* yang dilakukan oleh MPM menunjukkan adanya kemiripan dengan televisi. Dari 94 item berita Pemilu 2014 di *Media Indonesia* ditemukan kecenderungan memberitakan partai Nasdem secara positif, sebaliknya bersikap sangat kritis terhadap kinerja KPU. Sementara *Rakyat Merdeka* memberi porsi dominan atas Dahlan Iskan selaku *owner* Jawa Pos Group yang merupakan induk perusahaan *Rakyat Merdeka* (Masduki, dkk,

2013: 49-52 dan Tim MPM, 2014: hal. 81-82).

Kecenderungan yang sama ditunjukkan oleh hasil riset terhadap stasiun penyiaran televisi, RCTI, yang dilakukan oleh Remotivi Jakarta. Temuan Remotivi menunjukkan bahwa RCTI memberikan durasi tayang berita yang cukup banyak untuk Jokowi, yakni 1.048 detik. Pada urutan kedua muncul nama Hari Tanoesoedibjo yang tidak lain ialah sang pemilik RCTI sekaligus pemimpin parpol Hanura dengan durasi 518 detik. Adapun Muhaimin Iskandar berada di urutan ketiga dengan durasi 314 detik. Dalam “durasi penonjolan”, Jokowi tetap terbanyak, yakni sepanjang 133 detik. Hary Tanoesoedibjo adalah tokoh kedua yang ditonjolkan paling banyak (119 detik). Di mana sisi menariknya temuan ini? Jika hanya melihat data dari sisi RCTI semata memang tidak tampak signifikansinya. Namun, ketika dilihat dari tampilan di stasiun televisi lainnya, ternyata hanya RCTI yang mempunyai durasi berita dan penonjolan berita untuk Hary Tanoesoedibjo. Tidak ada stasiun TV selain RCTI yang menjadikan Hary Tanoesoedibjo sebagai subjek berita (Heychael dan Dhona, 2014: 101).

Hasil penelitian terdahulu itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang hegemonik antara pemilik yang berstatus sebagai politisi (pengurus parpol) dengan media yang dikuasainya. Kondisi demikian itu menjadikan media massa pada posisi sangat dilematis. Pada satu sisi media massa mengemban tugas melakukan pendidikan politik bagi publik dengan memberitakan informasi yang objektif, akurat dan mencerahkan, tetapi pada sisi lain harus mengabdikan diri pada kepentingan (politik) pemilik dan sekaligus mencari keuntungan finansial bagi perusahaan media.

Penelitian yang disebutkan di muka semuanya dilakukan ketika masih suasana menjelang tahun politik (Pemilu 2014). Apakah kecenderungan yang sama terjadi pada waktu pelaksanaan Pemilu, terutama pada masa kampanye? Jawaban atas pertanyaan itu sangat diperlukan guna melihat kinerja media dalam usahanya untuk memenuhi hak publik dalam memperoleh informasi yang benar, objektif, akurat, dan mencerahkan sebagai amunisi dalam menentukan calon-calon wakil legislatif maupun eksekutif yang akan mereka pilih untuk periode lima tahun.

Studi mengenai media dan pemilu sebenarnya sudah relatif banyak dilakukan di Indonesia. Bahkan satu dasa warsa lalu, saat Indonesia memasuki Pemilu Presiden secara langsung yang pertama tahun 2004,

The South East Asian Press Alliance (SEAPA) Jakarta bekerja sama dengan Koalisi Media untuk Pemilu Bebas dan Adil telah menyampaikan laporan studinya kepada publik melalui penerbitan buku yang ditulis oleh Lukas Luwarso dan kawan-kawan (2004). Pada periode yang sama, Institut Studi Arus Informasi (ISAI) Jakarta juga melakukan monitoring terhadap kinerja media televisi dalam memberitakan pemilu 2004 (lihat Saptono, dkk, 2004). Akan tetapi, fokus kedua studi tersebut lebih terarah pada upaya untuk mengetahui kinerja media dalam memberitakan pemilu 2004. Isu tentang pengaruh kepemilikan terhadap independensi media dalam memberitakan Pemilu belum menjadi fokus perhatian. Dengan demikian, penelitian mengenai independensi media yang dikaitkan dengan kepemilikan masih sangat relevan untuk dilakukan.

Bertitik tolak dari situlah, Masyarakat Peduli Media (MPM) Yogyakarta bekerjasama dengan Yayasan Tifa telah melakukan studi mengenai independensi media dalam memberitakan Pemilu 2014, baik Pemilu Legislatif maupun Pemilu Presiden. Hasil penelitian tersebut kemudian disajikan dalam bentuk buku ini agar mudah diakses oleh masyarakat luas.

Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah sejauh mana independensi media massa Indonesia yang dimiliki oleh politisi dalam memberitakan Pemilu 2014. Namun, mengingat berbagai keterbatasan maka penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel lima surat kabar, yaitu: *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat*.

Untuk mempermudah proses kerja, maka fokus penelitian tersebut selanjutnya diturunkan ke dalam tiga pertanyaan pokok yang hendak dicarikan jawabannya melalui penelitian, yaitu: (1) Bagaimana surat kabar *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat* memberitakan Pemilu 2014; (2) bagaimana lima surat kabar tersebut membingkai berita Pemilu 2014; dan (3) bagaimana pengaruh kepemilikan terhadap manajemen redaksional dalam pemberitaan Pemilu 2014?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui independensi media massa, dalam hal ini surat kabar yang dimiliki oleh politisi dalam memberitakan Pemilu 2014. Indikator pemilik media disebut politisi jika yang

bersangkutan menjadi pengurus partai politik, dan atau karena mencalonkan diri sebagai presiden yang merupakan jabatan politis. Penelitian ini sekaligus dimaksudkan untuk mengonfirmasi antara realitas dengan pendapat Shoemaker dan Reese bahwa isi media dipengaruhi oleh lima faktor, salah satunya ialah pemilik media (*organization influences*).

Diharapkan, hasil penelitian ini akan dapat memberikan kontribusi bagi dunia ilmiah maupun sosial. Secara ilmiah, apa pun hasilnya penelitian ini tentu akan memberikan kontribusi bagi pengayaan dan pengembangan khasanah pengetahuan di bidang media massa, terutama terkait dengan isu politik dan media. Hasil penelitian dapat saja menjadi bahan koreksi atas temuan penelitian sebelumnya atau justru sebaliknya bersifat mendukung dan menguatkan temuan yang lalu. Adapun secara sosial, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi lembaga seperti Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia dalam membuat kebijakan di bidang media massa. Selain itu, hasil penelitian dapat juga dijadikan bahan refleksi bagi awak media dan organisasi kewartawanan dalam upayanya meningkatkan profesionalitas maupun kualitas produk media.

Selain Dewan Pers dan awak media yang bersangkutan, pihak-pihak yang diperkirakan sebagai penerima manfaat dari hasil penelitian ini, antara lain: kalangan akademisi atau Perguruan tinggi, khususnya yang mempunyai kajian bidang ilmu komunikasi, organisasi masyarakat sipil (OMS) yang menaruh perhatian pada isu demokratisasi, Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk bahan acuan dalam penyusunan peraturan perundangan tentang kampanye, publik (masyarakat luas) sebagai pertimbangan dalam menentukan pilihan media dan sikap politiknya, dan kalangan industri media massa pada umumnya. Bagi awak media, hasil penelitian dapat dipergunakan untuk memperkuat dan atau memperbaiki peran media dalam pendididkan politik bagi publik demi meningkatnya kualitas demokrasi di Indonesia.

Bagi MPM, hasil penelitian ini akan menjadi bahan untuk melakukan kegiatan literasi media, terutama dalam hal mendorong peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan pengawasan atas kinerja media. Masyarakat sebagai pihak yang dilayani oleh pers harus memiliki kesadaran dan kemampuan melakukan pengawasan terhadap media agar tetap menjaga independensi dan netralitas. Namun, tanpa memiliki dasar yang kuat, masyarakat tidak dapat berbuat banyak, oleh karena itu hasil penelitian ini bagaikan amunisi yang akan dapat menguatkan tindakan masyarakat untuk kritis pada media.

Konsep Independensi Media

Istilah independensi media sudah begitu akrab bagi kalangan pers maupun pengamat media. Namun, tidak mudah untuk menjelaskan apa yang dimaksudkan dengan independensi. Istilah independensi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris “*independence*” yang berarti merdeka. *Oxford Advanced Learner's Dictionary* mengartikan *independence* sebagai “*the freedom to organize your own life, make your own decisions, etc, without needing help from other people*” (Wehmeier, 2005: 789). Mengacu pada pengertian tersebut, independensi dapat diartikan sebagai kebebasan untuk menentukan atau mengelola diri sendiri tanpa memerlukan bantuan dari pihak lain. Dalam konteks media, Independen berarti merdeka menjalankan ideologi jurnalisme. Independen berbeda dengan netral yang mengandung arti berimbang, akurat, tak memihak, kecuali kepentingan publik. Meskipun independensi dan netralitas itu berbeda, tetapi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Siregar, 2013).

Pengertian tersebut di atas sesungguhnya sejalan dengan makna independensi yang tercantum dalam Kode Etik Jurnalistik dan penafsirannya. Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik (KEJ) bagi wartawan Indonesia yang disahkan berlakunya sejak 2006 menyebutkan bahwa Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Kemudian dalam penafsirannya disebutkan bahwa yang dimaksud Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.

McQuail dalam Luwarso dan Gayatri (2005: 14-15) mengatakan bahwa kebebasan dan independensi pers berarti berorientasi pada kepentingan masyarakat luas, bukan tunduk kepada kepentingan tertentu. Pendapat ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Kovach dan Rosenstiel bahwa loyalitas pertama jurnalisme adalah pada warga bukan pada pemilik media. Jika kepentingan industri dan pemilik yang diutamakan maka pemilik sejatinya telah mengebiri independensi jurnalis. Pada akhirnya kepentingan publik pula yang menjadi korban. Padahal jurnalis selayaknya menjadi pemantau independen terhadap kekuasaan. (Kovach dan Rosenstiel, 2006: 57-83).

Contoh paling fenomenal bahwa media seringkali tidak independen terhadap kepentingan politik adalah ketika media *mainstream* Amerika Serikat menjadi penyalur informasi Bush dan Kebijakan Pentagon untuk

menyerang Iraq pada 1991. Media seketika sangat jarang memosisikan diri sebagai kritikus, dan kemudian justru menjadi media Propaganda politik penguasa. Bukan media untuk public. Akibatnya, publik berbondong-bondong mendukung kebijakan penyerangan Iraq. (Kellner, 1995: 210)

Ada banyak faktor yang menyebabkan media menjadi tidak independen. Shoemaker dan Reese dalam bukunya *Mediating The Message* mengemukakan bahwa secara teoretik ada lima hal yang memengaruhi isi media, yaitu (1) faktor individu pekerja media, (2) rutinitas media termasuk di dalamnya proses dan mekanisme produksi berita, (3) pengaruh organisasi media, (4) eksternal media, termasuk di dalamnya adalah sumber berita, kalangan bisnis, pemerintah, dan lingkungan media (kultur), dan (5) ideologi. Menurut Shoemaker, faktor organisasi itu di dalamnya terkait dengan aspek kepemilikan. Pemilik media sebagai pemegang kuasa, memungkinkan dapat mempengaruhi kebijakan redaksional untuk menyuarakan kepentingannya. Bahkan jika pekerja tidak sepakat dengan sikap pemilik, meskipun dengan membentuk serikat pekerja, mereka bisa saja memecat atau mengeluarkan pekerja dari perusahaannya dengan menggunakan kekuasaan yang dimiliki dalam perusahaan media (1991: 155).

Herman dan Chomsky (2002: xi) mengingatkan adanya kemungkinan penguasa media memaksa para pekerja (jurnalis) untuk melayani dan mempropagandakan kepentingan kelompoknya. Kelompok itu sendiri berada pada posisi yang memungkinkan untuk membentuk dan memaksa lahirnya suatu kebijakan media yang sesuai dengan kepentingan mereka.

Media yang mengampanyekan kepentingan pemilik pada akhirnya melakukan konstruksi realitas sosial agar individu, dalam hal ini khalayak, akan menyepakati konstruksi yang dibentuk media. Bila media mengonstruksi opini publik pada citra politik tertentu, maka kesadaran publik sebenarnya adalah hasil dari konstruksi media. Sebab menurut Berger realitas sosial merupakan hasil konstruksi dan ciptaan individu satu dengan individu lain. Realitas sosial dan kesadaran publik diciptakan oleh individu dengan melalui proses dialektika: eksternalisasi, internalisasi, kemudian objektivikasi (Berger dan Luckmann, 1991: 78-79).

McQuail (2011: 213) mengatakan bahwa kebebasan adalah suatu kondisi. Ungkapan itu mengandung makna bahwa kebebasan dan independensi media tidak hadir begitu saja, tetapi situasional dan sangat

dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya, dan politik. Altschull dalam McQuail (*Ibid.* hal 254) menegaskan bahwa konten media selalu mencerminkan kepentingan yang membiayainya. Bentuk kepemilikan tidak dapat dilepaskan dari pengaruh terhadap isi media (*ibid.* hal 255).

Pengaruh kepemilikan terhadap kebebasan dan independensi media juga dikemukakan oleh Ketua Dewan Pers Bagir Manan. Menurutnya, ada lima faktor yang mempengaruhi kebebasan dan independensi media/pers, yaitu: peran demokrasi, perusahaan pers, pembentuk undang-undang, masyarakat, dan peran pers itu sendiri. Aktivitas wartawan dan kebijakan redaksional dapat sangat dipengaruhi oleh kepentingan perusahaan. Pengaruh terhadap kemerdekaan dan independensi pers akan semakin menajam apabila ada kolaborasi antara perusahaan pers dengan penguasa. (Manan, 2012: 126-129).

Merujuk pada sejumlah pendapat yang dikemukakan di muka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan independensi media adalah kondisi bebas, tanpa tekanan dari pihak manapun, yang dimiliki oleh jurnalis/redaksi untuk memproduksi isi media sesuai dengan hati nuraninya dan sepenuhnya diabdikan bagi kepentingan publik demi terpenuhinya hak sebagai warga negara. Semakin besar tingkat kebebasan yang dimiliki jurnalis/redaksi untuk memproduksi isi media sesuai hati nuraninya untuk memenuhi kepentingan publik, berarti semakin besar pula independensinya. Begitu sebaliknya, semakin rendah derajat kebebasan jurnalis/redaksi dalam memproduksi isi media akibat kondisi lingkungan organisasi media yang bersangkutan maupun akibat kondisi lingkungan eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, dan politik berarti media yang bersangkutan tidak independen.

Bertitik tolak dari kerangka konsep tersebut, maka dalam penelitian ini independensi akan dilihat dari seberapa besar kebebasan jurnalis/redaksi memproduksi berita-berita kampanye Pemilu Legislatif maupun kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014 sesuai dengan hati nuraninya demi melayani kepentingan publik dalam mendapatkan informasi yang objektif terkait dengan pemilu sehingga dapat menjadi acuan dalam menentukan pilihan calon wakil mereka di lembaga legislatif maupun calon presiden dan wakil presiden.

Melalui eksplorasi jawaban atas tiga pertanyaan pokok yang telah disampaikan di muka, potret independensi media Indonesia dalam memberitakan Pemilu 2014 akan didapatkan secara terang benderang.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Kombinasi ini dimaksudkan agar temuan yang diperoleh memberikan kesan kuat dan mendalam karena dilakukan analisis silang dengan menggunakan paradigma kuantitatif dan kualitatif. Terkait dengan pilihan pendekatan studi yang memadukan dua pendekatan, maka metode penelitian yang digunakan juga tidak hanya satu, tetapi triangulasi. Ada tiga metode yang digunakan, yaitu analisis isi (*content analysis*), analisis pembingkai (*framing analysis*), dan wawancara mendalam.

Objek penelitian ini adalah berita-berita tentang kampanye Pemilu Legislatif maupun kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden yang dimuat oleh lima surat kabar, yaitu *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat*.

Lima surat kabar tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa kepemilikannya ada di tangan politisi. Indikator pemilik media dikatakan sebagai politisi ialah karena yang bersangkutan selain menjadi pengusaha media juga menjabat sebagai pengurus partai politik, dan atau mencalonkan diri untuk menjadi presiden. Sebagaimana diketahui, jabatan presiden merupakan jabatan politis sehingga siapa pun orangnya yang mengajukan diri sebagai kandidat presiden maka pada dasarnya yang bersangkutan adalah seorang politisi.

Berdasarkan kriteria tersebut maka terpilihlah lima surat kabar yang ditetapkan sebagai sampel penelitian. *Jawa Pos* dipilih karena surat kabar itu milik Dahlan Iskan yang pada waktu penelitian ini dilakukan masih menjabat sebagai Menteri BUMN dan pernah mengikuti Konvensi Calon Presiden yang diselenggarakan oleh Partai Demokrat. Kemudian *Koran Sindo* sebagai bagian dari Grup MNC dimiliki oleh Hari Tanoesoedibyo yang merupakan salah satu pimpinan Partai Hanura dan sempat memproklamasikan diri sebagai kandidat Calon Wakil Presiden berpasangan dengan Wiranto. Surat kabar *Media Indonesia* dipilih karena merupakan bagian dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh yang menjabat Ketua Umum Partai Nasdem. Kemudian *Jurnal Nasional* dikenal sebagai medianya Partai Demokrat di bawah kepemimpinan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), dan disokong pendanaannya oleh Gita Wiryawan yang dikenal sebagai peserta konvensi Calon Presiden melalui Partai Demokrat. Adapun *Kedaulatan Rakyat* yang terbit di

Yogyakarta dikenal sebagai media lokal yang paling berpengaruh di Yogyakarta adalah milik Bupati Bantul dua periode (2000-2005 dan 2005-2010) Idham Samawi yang juga menjadi salah satu ketua DPP PDI Perjuangan.

Analisis isi dilakukan terhadap berita-berita Pemilu 2014 yang dimuat oleh surat kabar *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat* dengan melibatkan asisten peneliti sebagai koder dan menggunakan instrumen yang berupa lembar koding. Analisis isi yang digunakan di sini bersifat kuantitatif sehingga hasilnya disajikan dalam bentuk angka-angka. Dalam analisis kuantitatif yang menjadi pusat perhatian peneliti adalah menghitung dan mengukur secara akurat aspek atau dimensi dari teks (Eriyanto, 2013: 1-5). Penelitian tidak dilakukan terhadap semua berita tentang Pemilu 2014, melainkan dilakukan dengan cara sampling. Pengambilan sampel dilakukan secara bertahap.

Pertama, berita pemilu yang diambil sebagai sampel adalah berita-berita yang berkaitan dengan pelaksanaan kampanye terbuka melalui rapat-rapat umum maupun media massa yang dimuat oleh surat kabar yang diteliti. Berita tersebut ada yang dimuat dalam rubrik khusus tentang kampanye, tetapi ada pula yang dimuat di halaman lain seperti halaman satu, dan halaman atau rubrik politik.

Kedua, menetapkan bahwa sampel yang akan diteliti adalah berita-berita yang dimuat selama masa kampanye terbuka. Berdasarkan keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 07 Tahun 2012 pelaksanaan kampanye Pemilu Legislatif melalui rapat umum dan iklan media massa cetak dan elektronik berlangsung antara tanggal 16 Maret s.d. 5 April 2014. Adapun pelaksanaan kampanye terbuka untuk Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden berlangsung antara tanggal 04 Juni sampai dengan 03 Juli 2014.

Ketiga, sampel untuk analisis isi pemberitaan Pemilu Legislatif diambil dari berita-berita yang diturunkan pada dua minggu terakhir atau 12 hari. Mengapa memilih dua minggu terakhir? Pertimbangannya, pada minggu-minggu pertama, masing-masing media tentu masih dalam proses penemuan *angle* yang tepat untuk memberitakan kampanye Pemilu Legislatif sesuai dengan kebijakan redaksional mereka. Pada dua minggu terakhir asumsinya masing-masing media sudah menemukan “performa” yang tepat dalam memberitakan Pemilu Legislatif sehingga

sampel yang diteliti diharapkan lebih mendekati yang sebenarnya.

Keempat, sampel untuk berita Pemilu Presiden dan Wakil Presiden dilakukan melalui acak. Pertama-tama dilakukan dengan mengundi untuk menentukan tanggal penerbitan surat kabar yang akan dikoding. Pilihannya ada dua, yaitu tanggal ganjil dan genap. Jadi hanya surat kabar yang terbit pada tanggal genap yang berita kampanyenya diambil sebagai sampel.

Selanjutnya untuk analisis pembingkai (*Framing Analysis*), disepakati masing-masing media diambil lima item terkait berita kampanye Pemilu Legislatif dan lima item berita kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Penentuan topik berita yang diambil sebagai sampel diserahkan sepenuhnya kepada masing-masing peneliti.

Demikian juga perangkat framing yang digunakan sepenuhnya diserahkan kepada kesepakatan para peneliti yang dapat memilih model Robert N. Entman atau Kosicki. Mengapa tidak menggunakan pendekatan yang sama? Dengan menggunakan pendekatan yang berbeda diharapkan dapat memperoleh temuan yang justru lebih menarik. Di samping itu, untuk mendapatkan kedalaman makna dari hasil temuan analisis isi dan analisis framing, maka dilengkapi dengan hasil wawancara mendalam, terutama terkait dengan pertanyaan penelitian yang ketiga, yakni bagaimana pengaruh kepemilikan terhadap manajemen redaksional dalam memberitakan Pemilu 2014. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan wakil dari masing-masing media. Untuk kepentingan wawancara mendalam, ternyata prosesnya tidak semua mulus. Ada media yang sangat responsif, tetapi ada pula yang membutuhkan kesabaran dan ketelatenan untuk menguber dan meminta kesempatan wawancara sampai berkali-kali. Bahkan untuk *Koran Sindo*, tidak memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan wawancara meskipun sudah berkali-kali dihubungi baik secara tertulis maupun melalui handphone. Kondisi demikian tentu sedikit banyak mempengaruhi kualitas hasil studi ini karena tidak bisa memperoleh data primer yang sebenarnya sangat dibutuhkan.

Foucault dan Media Terpenjara

Penerbitan buku hasil penelitian ini mengambil judul “*Media Terpenjara*” mendapat inspirasi dari karya Michel Foucault berjudul *Dicipline and Punish: The Birth of The Prison* hasil terjemahan dari

bahasa Perancis oleh Alan Sheridan tahun 1979. Foucault mengungkap istilah *panopticon* yang pada mulanya merupakan arsitektural penjara hasil karya J. Bentham.

Struktur *panopticon* adalah penjara dengan ruang-ruang bilik yang setiap ruangan dapat dipantau oleh menara yang posisinya di tengah bangunan penjara. Posisi menara ini memungkinkan sipir memantau dan mengawasi secara efektif setiap penghuni bilik dengan lampu sorot tanpa harus turun mengawasi ke setiap bilik. Efek lampu sorot ini membuat penghuni bilik dapat diawasi tanpa bisa melihat pengawas yang berada di menara. Salah satu pihak dapat diawasi secara total tanpa bisa sedikitpun melihat si pengawas. Satu pihak yang lain, di sebuah menara pengawas, dapat melihat apapun, siapapun, tanpa bisa terlihat atau tanpa bisa diawasi oleh pihak lain (Foucault, 1979: 202). Setiap individu dalam bilik penjara dapat terpantau dan dengan mudah diawasi oleh seorang pengawas di menara, dan tembok-tembok pembatas di antara bilik mencegah penghuninya untuk saling berkomunikasi antar sesama penghuni (*ibid.* hal 200).

Efek utama dari mekanisme *Panoptic* adalah menginduksi kesadaran individu bahwa ia sedang diawasi dan memastikan bahwa kuasa dan kontrol sedang berjalan terhadapnya bahkan jikapun kontrol/pengawasan itu tidak dilakukan terus menerus (*ibid.* hal 201). *Panoptic* menciptakan kondisi yang efektif agar individu merasa diawasi sehingga pengawas punya kuasa untuk mengontrol individu tersebut. Individu yang diawasi akan secara serta merta bertindak sesuai perintah/aturan (*order*) karena ia merasa selalu diawasi bahkan tanpa kehadiran si pengawas. Ini menciptakan relasi kuasa antara pengawas dan dia yang diawasi. Relasi yang terjadi pun bukan lagi relasi kesejahteraan melainkan relasi kedisiplinan (*ibid.* hal 208). Secara teknis, ini disebabkan karena penghuni bilik tidak bisa melihat ke arah pengawas bahkan bayangannya pun tidak. Mekanisme ini menciptakan sistem pengawasan yang efektif. (*ibid.* hal 201).

Mekanisme *panoptic* menghadirkan pengawasan yang pada tujuan akhirnya menciptakan apa yang disebut pendisiplinan, yaitu sebuah perubahan drastis yang sebelumnya selalu dilakukan dengan hukuman yang sarat kekerasan. Mekanisme panoptic dapat menciptakan pendisiplinan yang ekonomis dan efektif (*ibid.* hal 207-208). Foucault mengatakan dalam pandangannya tentang pengawasan (*surveillance*) mekanisme *panopticon* adalah sistem yang bisa menciptakan 'normalisasi'

sesuai kepentingan penggunanya/pengawas. (*ibid.* hal 203).

Dengan mekanisme *panoptic* ini memungkinkan sebuah pengawasan yang efektif. Misalnya jika ia seorang pasien jiwa maka akan tidak ada resiko ia melakukan kekerasan. Jika ia siswa sekolah maka akan tidak ada yang mencontek, ribut, dan kecurangan dalam kelas. Jika ia adalah pekerja maka mekanisme ini memungkinkan tidak ada pelanggaran aturan, pencurian, koalisi atau serikat pekerja, bahkan tidak akan ada gangguan yang menurunkan ritme kerja. Dalam konteks ini akan tercipta pekerjaan yang efektif dan minim kecelakaan kerja. (*ibid.* hal 201).

Setelah membaca paparan hasil penelitian atas lima surat kabar, ternyata hasilnya memberikan gambaran yang mirip dengan konsep panoptic yang dikemukakan Foucault. Pemantau di atas menara dengan sorot lampu yang setiap saat siap diarahkan ke bilik-bilik ruang itu ibaratnya adalah sang pemilik media, sedangkan mereka yang ada di bilik-bilik itu adalah para jurnalis. Pada kenyataannya, jurnalis telah terkungkung oleh mekanisme panoptic yang diciptakan oleh para pemilik media sehingga tidak dapat berbuat banyak kecuali hanya tunduk sepenuhnya.

Sistematika Penyajian

Buku yang substansinya merupakan hasil penelitian mengenai independensi media milik politisi dalam memberitakan Pemilu 2014 ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut.

Pendahuluan. Bagian ini berisi paparan latar belakang dilakukannya penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat, kerangka konsep, metode penelitian, dan sistematika penyajian.

Jawa Pos. Bagian ini memaparkan hasil penelitian atas surat kabar *Jawa Pos* milik Dahlan Iskan, Menteri BUMN periode 2011-2014, dan pernah mengikuti konvensi Calon Presiden yang diselenggarakan oleh Parta Demokrat.

Koran Sindo. Bagian ini berisi laporan hasil penelitian atas surat kabar *Koran Sindo* yang merupakan bagian dari kelompok MNC milik Hary Tanoesoedibyo (HT). Seperti diketahui, HT adalah petinggi Partai Hanura dan pernah mendeklarasikan sebagai kandidat Calon Wakil Presiden berpasangan Wiranto.

Media Indonesia. Bagian ini merupakan pemaparan hasil penelitian atas surat kabar *Media Indonesia* yang merupakan miliknya Surya Paloh, Ketua Umum Partai Nasdem.

Jurnal Nasional. Bagian ini berisi laporan atas surat kabar *Jurnal Nasional* (Jurnas) yang didirikan untuk menjadi media penyuara pihak pemerintah di bawah kepemimpinan Susilo Bambang Yudoyono (SBY) periode 2004-2009 dan 2009-2014. Menjelang akhir kepemimpinan SBY, keuangan Jurnas banyak ditopang oleh Gita Wiryawan yang tidak lain adalah peserta konvensi Calon Presiden dari Partai Demokrat.

Kedaulatan Rakyat. Bagian ini adalah paparan hasil riset atas surat kabar *Kedaulatan Rakyat* sebagai satu-satunya koran lokal yang menjadi sampel penelitian. *Kedaulatan Rakyat* dikenal sebagai koran milik Bupari Bantul periode 2000-2005 dan 2005-2010 Idham Samawi yang kini menjabat sebagai salah satu Ketua DPP PDIP.

Penutup. Bagian ini merupakan catatan yang merupakan simpulan umum atas temuan penelitian terhadap lima surat kabar.

JAWA POS

MENEGAKKAN INDEPENDENSI DAN BAYANG-BAYANG SANG GURU

Di Balik Imperium^{*)}

Hingga tahun 2014, *Jawa Pos* dengan jaringan bisnis multimedia di seluruh Indonesia menjadi *best practices* dalam industri media. Dari koran beromplah kecil dan terbit di Surabaya, menjadi koran dengan jaringan terbesar di Indonesia. Sukses secara bisnis berdampak pada penguatan kredibilitas dan popularitas diri pemilik dan guru jurnalistik semua awak *Jawa Pos*, Dahlan Iskan. Konstelasi ekonomi dan politik yang melibatkan politisi-pengusaha media pada tahun 2014 menempatkan *Jawa Pos* dalam dilema krusial selaku media massa yang seharusnya independen.

Jawa Pos merupakan salah satu harian yang didirikan di luar ibukota Jakarta dengan oplah harian terbesar di Indonesia. Secara historis, koran ini mengalami beberapa kali pergantian kepemilikan. *Jawa Pos* pertama kali didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949 dengan nama *Djava-Post*, di Surabaya, Jawa Timur. Pada saat itu, The Chung Shen adalah seorang pegawai bagian iklan sebuah bioskop di Surabaya. Dalam perkembangannya, *Jawa Pos* mengalami pasang surut. Pada akhir 1970-

* Sebagian tulisan dari sub judul ini bersumber dari http://id.wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos

an, omzet *Jawa Pos* mengalami kemerosotan tajam, dan pada tahun 1982, oplahnya tinggal 6.800 eksemplar perhari. Ketika usianya menginjak 80 tahun, The Chung Shen akhirnya memutuskan menjual *Jawa Pos*.

Memasuki tahun 1982, Eric F.H. Samola, waktu itu Direktur Utama PT Grafiti Pers (penerbit majalah *Tempo*), mengambil alih *Jawa Pos*. Dengan manajemen baru, Eric mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya kepala biro *Tempo* Surabaya untuk memimpin *Jawa Pos*. Di bawah kepemimpinan Dahlan Iskan, *Jawa Pos* mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam waktu 5 tahun, oplah *Jawa Pos* mencapai 300.000 eksemplar, dan terus berkembang pesat.

Saat ini, kelompok *Jawa Pos* tidak hanya mempunyai bisnis surat kabar, tetapi juga televisi lokal. Untuk mengantisipasi perkembangan bisnis media, *Jawa Pos* mendirikan *Jawa Pos News Network (JPNN)*, salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia, yang memiliki lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia. *Jawa Pos* dengan slogan Surat Kabar Nasional dari Timur, kemudian berkembang menjadi entitas konglomerasi media dan multiusaha yang besar dan berskala nasional.

Mengantisipasi jaringan grup medianya yang terus berkembang, pada tahun 1997, *Jawa Pos* telah mempunyai gedung yang jauh lebih megah, berlantai 21, yang diberi nama Graha Pena, dan menjadi salah satu gedung pencakar langit di kota Surabaya yang juga disewakan untuk perkantoran umum dan bisnis. Gedung serupa juga didirikan di Jakarta pada tahun 2002. Kini, bermunculan gedung-gedung Graha Pena di hampir semua wilayah di Indonesia.

Bisnis *Jawa Pos* terus melaju. Tahun 2002, Group ini membangun pabrik kertas koran yang kedua dengan kapasitas dua kali lebih besar dari pabrik yang pertama. PT Adiprima Sura Perinta, perusahaan baru tersebut, mampu memproduksi kertas koran 450 ton/hari, berlokasi di Kabupaten Gresik. Setelah sukses mengembangkan media cetak di seluruh Indonesia, pada tahun 2002, *Jawa Pos* Grup mendirikan stasiun televisi lokal JTV di Surabaya, diikuti puluhan kota besar lainnya. Pada tahun 2008, Group ini menambah stasiun televisi baru: *Mahkamah Konstitusi Televisi (MKtv)* yang berkantor di Gedung Mahkamah Konstitusi Jakarta dan tahun 2009, mendirikan data center baru: *Fangbian Iskan Corporindo (FIC)* yang berkantor di Gedung Graha Pena Surabaya. Secara bisnis, *Jawa Pos* adalah *role model* sukses media.

Prestasi Dahlan Iskan dalam mengembangkan imperium bisnis *Jawa Pos* Grup berdampak pada peningkatan popularitasnya sebagai tokoh pers dan pengusaha media. Sebagai wartawan dan penulis kolom yang produktif, Dahlan membangun kredibilitas dirinya melalui publikasi berbagai aktivitas pribadi pada Koran *Jawa Pos*. Salah satu rubrik *Jawa Pos* yang populer adalah *Manufacturing Hope*, yang menampilkan tulisan inspiratif Dahlan Iskan semasa menjabat sebagai Direktur Utama PLN dan menteri BUMN. Jauh sebelumnya, berbagai kiprah dan pemikiran Dahlan kerap kali dimuat di halaman pertama *Jawa Pos*, sebuah kebijakan redaksional yang menarik, karena tidak banyak pemilik media yang menempuh jalan serupa.

Kiprah politik dan keterlibatan Dahlan Iskan selaku pemilik *Jawa Pos* mulai menonjol ketika ia dipercaya Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menjadi Direktur Perusahaan Listrik Negara (23 Desember 2009) dan hampir dua tahun kemudian diangkat menjadi Menteri BUMN (19 Oktober 2011). Transformasi figur Dahlan dari pengusaha media menjadi politisi berlangsung cepat dan dikelola secara sistematis dengan tanpa bisa dihindari melibatkan *Jawa Pos*. Pada musim Pemilu 2014, Dahlan Iskan mengikuti konvensi calon presiden dari Partai Demokrat bersama beberapa tokoh nasional lainnya. Bersamaan dengan keterlibatan yang makin intensif pada dunia politik, maka kelompok media *Jawa Pos* pun memasuki babak baru. Wajah independen *Jawa Pos* dan anggota media lainnya dalam kelompok ini disorot berbagai pihak karena cenderung menjadi ruang pencitraan politisi Dahlan Iskan.

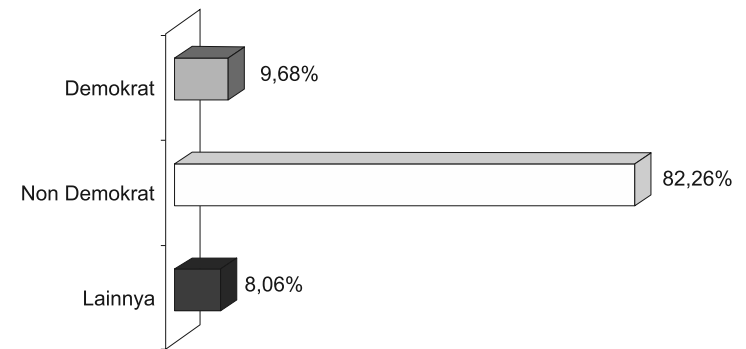
Pemberitaan Pemilu Legislatif

Liputan media atas pelaksanaan Pemilu Legislatif (Pileg) 2014 menarik dicermati, termasuk yang dilakukan oleh salah satu koran dengan oplah terbesar di Indonesia, *Jawa Pos*. Koran ini terbit setiap hari, bermarkas di Surabaya, Jawa Timur dan dimiliki oleh pengusaha sekaligus politisi dan pejabat Negara, Dahlan Iskan, menteri BUMN yang mencalonkan diri sebagai kandidat Capres dalam Konvensi Calon Presiden Partai Demokrat sepanjang tahun 2014. Penelusuran ilmiah atas isi berita *Jawa Pos* yang terbit antara tanggal 22 Maret-5 April 2014 dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), dilakukan tim Masyarakat Peduli Media Yogyakarta (MPM) dan hasilnya dapat diuraikan sebagai berikut:

Dari total 62 judul berita *Jawa Pos* terkait Pemilu legislatif yang dianalisis dalam penelitian ini, ada 12 item berita (19.35%) yang merupakan berita utama (*Head Line*), dan 50 berita (80.65%) merupakan berita biasa.

Dari sisi nilai berita, ada sebanyak 30 berita (48.39%) yang mengandung *single news value*, dan 32 berita (51.61%) yang mengandung *multi news berita*. Ini memberi makna bahwa nilai berita di *Jawa Pos* tidaklah bagus karena banyaknya berita yang hanya mengandung satu nilai berita. Berita yang bagus, idealnya mengandung banyak nilai berita. Dilihat dari tipe berita, sebagian besar merupakan berita *hard news*. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *hard news* ialah berita teraktual yang dianggap menjadi topik paling menarik pada saat diberitakan, biasanya ditempatkan pada halaman pertama surat kabar. Dari 62 berita terdapat 54 (87,01%) berita yang masuk ke dalam kategori *hard news*, dan hanya 8 (12.90%) berita yang masuk ke dalam kategori *soft news*. Adapun yang dimaksud dengan tipe berita *soft news* ialah berita yang aspek aktualitasnya rendah, tetapi menarik untuk dibaca karena menyajikan aspek-aspek kemanusiaan (*human interest*).

Dilihat dari nama partai, porsi terbesar yang diberitakan adalah Partai Demokrat sebanyak 6 (9.68%) berita dengan kategori *hard lead* 4 item dan *soft lead* 2 berita. Berita tentang partai non Demokrat secara keseluruhan mencapai 51 (82.26%) item, sedangkan topik lainnya sebanyak 5 (8.06%). Penonjolan kegiatan Partai Demokrat ini selaras dengan posisi pemilik *Jawa Pos* sebagai kandidat presiden Partai Demokrat. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *hard lead* ialah berita yang berisi ringkasan fakta-fakta esensial yang mengandung unsur 5W dan 1H (*what, who, when, where, why, dan how*). Sementara itu yang dimaksud dengan *soft lead* ialah berita yang berisi pengenalan terhadap pihak atau sesuatu yang diberitakan.



Gambar 1: Frekuensi Berita Partai Politik pada Pileg 2014

Hal serupa juga terjadi untuk berita-berita terkait tokoh yang menjadi sumber berita. Dahlan Iskan menempati posisi tertinggi yang ditempatkan pada *hard lead* (4) dan *soft lead* (2), disusul tokoh-tokoh politik lainnya dengan jumlah berita yang jauh lebih rendah. Penonjolan kegiatan dan pernyataan Dahlan Iskan dalam berita menunjukkan bias pemberitaan karena hal itu bisa dimaknai sebagai promosi pemilik *Jawa Pos* itu sebagai kandidat presiden Partai Demokrat dan pencitraan sebagai menteri BUMN.

Dari segi ruang lingkup berita, pada berita terdapat 48 (77.42%) berita yang lingkup isinya adalah peristiwa berskala nasional, 9 (14.52%) berita merupakan peristiwa lokal, dan 5 (8,06%) berita berskala internasional. Data tersebut menunjukkan bahwa *Jawa Pos* lebih memberi porsi liputan pemilu legislatif pada peristiwa berskala nasional, yang secara bersamaan kurang memberi perhatian pada isu atau peristiwa lokal.

Dilihat dari asal usul berita penelitian ini membedakan dalam tiga kategori. Pertama, jenis berita yang berasal dari peristiwa yang secara alamiah (natural) terjadi, misalnya bencana alam dan kecelakaan. Kedua, berita buatan, yaitu berita yang berasal dari aktivitas yang telah direncanakan atau peristiwa teragenda, seperti konferensi pers, pertemuan, seminar, dan press release. Ketiga, berita yang berasal dari hasil usaha yang dilakukan atas inisiatif jurnalis seperti wawancara dengan pihak tertentu atas dasar inisiatif sendiri. Berdasarkan konsep tersebut, berita yang sifatnya natural hanya ada 7 (11.29%) item, berita buatan sebanyak 22 (35.48%), dan berita yang dibuat atas inisiatif

wartawan mencapai 33 (53.23%).

Hasil tabulasi silang antara nama partai dan asal usul berita dapat diketahui sebagai berikut. Partai Demokrat diberitakan sebanyak 6 (9.68%) kali dengan rincian 3 item merupakan berita hasil inisiatif jurnalis dan yang diproduksi langsung mengikuti undangan atau permintaan di lapangan ada 3 berita. Menarik dicatat, untuk Partai Demokrat tidak ada berita yang berasal dari peristiwa natural atau insidental. Untuk Partai Non Demokrat seluruhnya terdapat 52 (83.87%) item berita dengan rincian 29 berita dibuat dari inisiatif wartawan dan 17 berita merupakan buatan langsung, sedangkan berita yang bersifat insidental ada 6 berita. Selain itu terdapat 4 (6.45%) item berita yang topiknya di luar parpol dengan rincian 1 item berita berasal dari peristiwa (natural), 2 item berita buatan, dan 1 item merupakan berita hasil inisiatif jurnalis. Data tersebut menunjukkan bahwa *Jawa Pos* lebih mengutamakan penyajian berita yang dikendalikan penuh dari ruang redaksi.

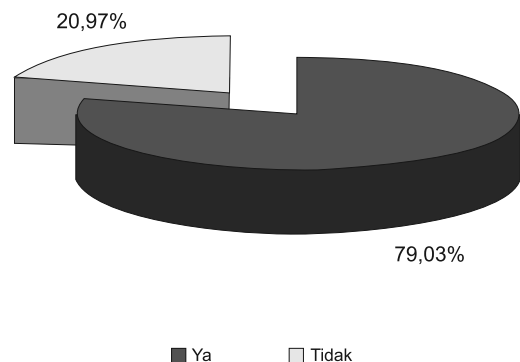
Dilihat dari cara mendapatkan berita, penelitian ini menggunakan batasan sebagai berikut. Pertama, berita yang ditulis berdasarkan wawancara jurnalis dengan narasumber. Kedua, berita yang dibuat berdasarkan observasi atau pengamatan/liputan wartawan. Ketiga, berita yang ditulis berdasarkan hasil studi dokumen atau riset. Keempat, berita yang ditulis merupakan gabungan dari cara pertama, kedua, dan atau cara ketiga. Berita yang ditulis hanya berdasarkan satu metode menunjukkan kurang adanya intensitas jurnalis dalam menggeluti permasalahan. Sebaliknya, berita yang ditulis dengan menggunakan berbagai metode menunjukkan adanya profesionalisme yang tinggi.

Hasil tabulasi silang antara nama parpol dan topik berita lainnya dengan cara mendapatkan berita dapat diketahui sebagai berikut. Partai Demokrat diberitakan sebanyak 6 kali dengan rincian menggunakan campuran (lengkap) sebanyak 3 berita atau 4.84% dan hanya menggunakan satu metode (tidak lengkap) ada 3 berita atau 4.84%. Partai Non Demokrat diberitakan sebanyak 52 berita dengan rincian 22 berita menggunakan metode lengkap, sedangkan 30 berita tidak lengkap. Kemudian berita mengenai topik lain ada 4 item dengan rincian 1 item lengkap dan 3 berita menggunakan metode tidak lengkap. Data ini menunjukkan bahwa *Jawa Pos* masih mengandalkan pola khas, tradisional, minimalis dalam produksi berita. Belum tampak upaya untuk menyajikan berita yang profesional, berita yang utuh kepada

publik dengan menggunakan beragam sumber bukti.

Sementara itu, untuk tokoh politik Dahlan Iskan, dari segi produksi berita, ada 5 berita yang bersifat buatan langsung dan 1 berita yang sifatnya inisiatif, tidak ada berita yang dikerjakan secara natural. Untuk tokoh lain, ada 6 berita yang natural, 14 berita buatan dan 31 berita hasil inisiatif. Sedangkan untuk berita non tokoh ada 5 berita. Dari segi mendapatkan berita, untuk Dahlan Iskan, ada 6 berita yang lengkap dalam arti menggunakan beragam sumber, dan 18 berita non-Dahlan Iskan yang menggunakan cara yang sama. Sisanya, 33 berita tidak lengkap (hanya disajikan dengan hasil yang menunjukkan penggalan dengan satu teknik: wawancara saja, observasi atau data saja). Selebihnya adalah 5 berita non tokoh. Terkait Dahlan Iskan, temuan ini mengkonfirmasi bahwa *Jawa Pos* secara sadar melakukan kerja *agenda setting* untuk menempatkan Dahlan secara positif dan menonjol.

Dari segi independensi redaksi yang dilihat dari berita, untuk berita terkait Partai Demokrat, ada 6 berita yang menempatkan posisi *Jawa Pos* relatif independen, sisanya untuk bukan Demokrat ada 39 berita yang bersifat independen, dan 12 berita dapat dikategorikan tidak. 5 berita sisanya adalah berita non partai. Terkait tokoh politik Dahlan Iskan, dari jumlah 6 berita yang dimuat, posisinya berimbang antara yang bersifat independen dengan tidak. Untuk yang di luar tokoh politik Dahlan Iskan, ada 42 independen, 9 sisanya tidak. Sedangkan 5 berita lain adalah berita non tokoh. Secara umum, terkait berita aktivitas politik Parpol, profil tokoh, janji politik dan kegiatan kampanye, maka ada 49 berita yang dari segi prinsip keberimbangan dan akurasi tergolong independen, sedangkan 13 berita berkategori tidak. Dengan kata lain, pada periode berita yang diteliti di harian *Jawa Pos*, dapat disimpulkan ada upaya-upaya redaksional yang tidak mengindahkan prinsip independensi dengan selalu menonjolkan Parpol Demokrat dan figur Dahlan Iskan melalui pemberitaan harian pada Pemilu legislatif, meskipun dari segi kuantitas berita relatif berimbang. Analisis ini belum memeriksa konten berita secara mendalam dan substansial.



Gambar 2: Tingkat Independensi dalam Memberitakan Pileg 2014

Posisi Dahlan Iskan yang menjadi kandidat calon presiden dari Partai Demokrat seperti telah diuraikan sebelumnya ternyata mempengaruhi independensi berita. Hasil tabulasi silang mengukuhkan kecenderungan tersebut. Dari 6 berita terkait Partai Demokrat, semuanya independen. Namun, tidak demikian dengan berita non-Partai Demokrat. Dari 51 berita, 39 berita masuk ke dalam kategori independen, sedangkan sisanya sebanyak 12 berita tidak independen. 5 berita lain masuk dalam kategori berita non partai.

Hasil tabulasi silang untuk berita tokoh dan independensi juga demikian. Dari 6 berita terkait Dahlan Iskan, 3 berita masuk ke dalam kategori berita independen, dan 3 berita lainnya tidak independen. Sementara itu, untuk berita non Dahlan Iskan, dari 51 berita, yang masuk ke dalam berita yang tidak independen sebanyak 9 berita, sedangkan 42 berita masuk kategori independen. Berita yang masuk kategori non tokoh sejumlah 5 berita. Data ini menunjukkan besaran bias berita ketika menyangkut Dahlan Iskan.

Foto dan Tipografi Berita Pileg

Pada berita tentang pemilu legislatif yang diteliti tim MPM, sebagian besar berita di *Jawa Pos* menggunakan judul berita dengan tulisan huruf tebal (*bold*) berwarna hitam. Dari 62 berita yang diteliti, hanya ada satu berita yang menggunakan tulisan huruf berwarna, yaitu pada berita berjudul “Tekan Golput, Sosialisasi di Rutan.” Dari judul berita ini, kandungan fakta bernilai keras, tapi peristiwanya sebenarnya bersifat rutin, sosialisasi. Oleh karena itu, diperlukan penekanan melalui pewarnaan teks. Dari temuan di

atas, bisa disimpulkan bahwa dalam penyajian berita Pemilu, redaksi *Jawa Pos* cenderung memilih pendekatan penulisan konvensional.

Sementara itu, berita yang menggunakan data berupa foto sebagai bagian dari teks ada 22 berita. Sisanya, 40 berita tidak disertai foto. Salah satu berita yang disertai foto berjudul, “Diskusi kebangsaan Forum Guru Besar di Rumah Dahlan Iskan.” Judul berita ini mengindikasikan upaya *Jawa Pos* menonjolkan peristiwa diskusi tersebut secara utuh kepada pembaca. Ini bisa dilihat dari suasana yang direkam dalam foto sehingga tampak menonjol dengan teks sebagai abstraksi atas peristiwa yang dilakukan jurnalis.

Dalam hal keberadaan foto yang mendukung berita, dari 62 berita, *Jawa Pos* menyertakan 21 berita yang dilengkapi foto. Keseluruhan foto ini ditempatkan sebagai bentuk informasi visual pendukung, tambahan data visual dan penguat informasi teks. Ini menunjukkan bahwa tim redaksi *Jawa Pos* telah mulai menerapkan kaidah pemberitaan media pada umumnya yang mengkombinasikan antara teks dan visual meskipun berita yang tidak disertai foto jumlahnya masih lebih besar.

Pemberitaan Pemilu Presiden

Untuk pemberitaan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres), ada 14 berita dalam posisi *headline*, dan 59 berita non-*headline*. Artinya, berita Pilpres ditempatkan sebagai isu yang setara dengan isu lain untuk bertarung di halaman utama meskipun ada rubrik khusus.

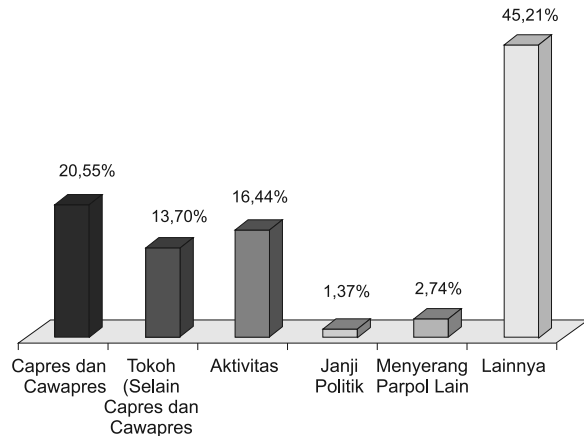
Ada 73 berita terkait Pilpres. Dari total jumlah tersebut, sebagian besar mengandung *multi news value*. Meskipun begitu, berita yang mengandung hanya *satu news value* juga signifikan. Dari total 73 berita, sebanyak 36 berita (49.3%) berita mengandung *single news value*, dan 37 berita (50.7%) mengandung *multi news value*. Dari sini, terlihat bahwa berita-berita terkait kampanye Pilpres di *Jawa Pos* tidak begitu bagus karena banyaknya berita yang hanya mengandung satu nilai berita. Dalam kaitan ini, terlihat bahwa *Jawa Pos* tidak konsisten dalam menjaga keseimbangan publikasi isu. Karya jurnalistik yang hanya bermuatan satu nilai berita adalah praktik terendah karena hanya mengejar kecepatan atau mengutamakan hasrat atas sumber tertentu dari pada kelengkapan dan keberimbangan. Nilai berita tunggal sebagai alasan pemuatan suatu isu berarti juga kelemahan dalam mengelaborasi fakta lapangan.

Dari segi isi berita, mayoritas berkategori *hard news*, yakni

sebanyak 67 (91.78%) berita dan hanya 6 (8.22%) berita yang masuk kategori *soft news*. Untuk isi berita, berita capres-cawapres menempati porsi paling besar. Dari 73 berita, sebanyak 15 berita (20.55%) terkait capres-cawapres, 10 berita (13.70%) terkait dengan tokoh (selain capres-cawapres), dan aktivitas sebanyak 12 berita (16.44%). Isi berita lainnya terkait janji politik 1,37% (1 berita), menyerang parpol lain 2.74% (2 berita) dan lainnya sebanyak 33 berita (45.21%).

Dari segi lingkup ada sekitar 59 berita berskala nasional dan 14 berita berita memiliki isu berdimensi lokal. Data ini memberi informasi bahwa *Jawa Pos* menempatkan diri sebagai media nasional dengan Jakarta sebagai pusat produksi berita, tidak hanya Jawa Timur sebagai basis utama pembacanya. *Jawa Pos* juga mengedepankan isu Pilpres sebagai isu yang harus diperhatikan secara segera, karena mengolahnya dengan format *hard news* lebih dominan ketimbang *soft news*.

Persentase keterangan capres-cawapres terbanyak dimiliki pasangan Prabowo-Hatta. Ada 8 berita yang memuat keterangan capres-cawapres Prabowo-Hatta, sedangkan yang memuat keterangan pasangan Jokowi-JK ada 7 berita. 2 berita memuat keterangan dua pasangan capres-cawapres. Sisanya ada 56 berita lainnya.

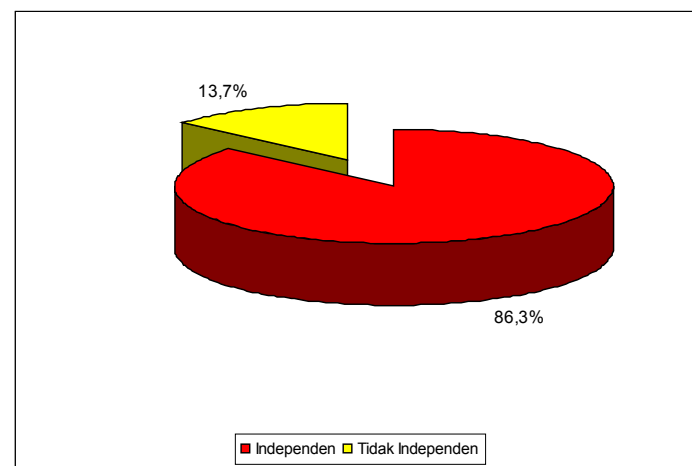


Gambar 3: Berita Pilpres Berdasarkan Keterangan Capres-cawapres

Dilihat dari cara mendapatkan berita, terdapat 44 (60.27%) berita selama masa Pilpres buatan sendiri, 23 (31.51%) berita merupakan inisiatif dan hanya 6 (8.22%) berita yang bersifat natural, mengikuti kejadian. Data ini menunjukkan *Jawa Pos* cenderung mengutamakan agenda seting redaksi atas isu Pilpres dari pada situasi aktual lapangan.

Dari segi cara mendapatkan berita, ada 22 (30.14%) berita yang masuk ke dalam kategori berita yang didapatkan secara lengkap dengan menggunakan data, observasi dan wawancara. Untuk berita yang didapatkan dengan cara yang tidak lengkap, sebanyak 51(69.86%) berita. Kelengkapan cara mendapatkan berita menyangkut kreativitas dan kerja keras jurnalis *Jawa Pos* saat di lapangan sekaligus upaya untuk menyajikan berita yang memadai. Dalam aspek ini, *Jawa Pos* masih sangat lemah. Media ini masih menonjolkan *talking news* atau berita yang dominan berisi opini antar timses, kandidat yang relatif bernada 'perang psikologis' dibandingkan publikasi data atau fakta dan amatan langsung yang bersifat empiris.

Penelitian ini menemukan ada 63 (86.30%) item berita yang dapat dikategorikan independen seiring dengan pendekatan produksi berita *Jawa Pos* yang dominan dirancang dari redaksi, sedangkan sisanya, yaitu 10 (13.70%) berita tidak independen.



Gambar 4: Independensi Berita dalam Pilpres 2014

Tabulasi silang terkait keterangan capres-cawapres dengan posisi berita mendapatkan data sebagai berikut. Dari total 8 berita terkait keterangan Prabowo-Hatta, sebanyak 2 berita ditempatkan di *headline*, sedangkan yang bukan *headline* sebanyak 6 berita. Ini berbeda dengan Jokowi-JK yang beritanya tidak ada satupun yang menjadi *headline*. Dari total 7 berita terkait keterangan Jokowi-Jk, semuanya merupakan berita biasa. Berita yang memuat keterangan keduanya ada 2 buah berita, satu *headline* dan satu bukan *headline*.

Ada 8 berita terkait keterangan capres-cawapres Prabowo-Hatta, dan semuanya masuk ke dalam kategori *hard news*. Untuk Jokowi-JK, dari total 7 berita, semuanya masuk ke dalam kategori *hard news*. Kategori berita lainnya sebanyak 49 berita merupakan *hard news*, dan 5 berita bukan *hard news*.

Dalam konteks prinsip independen, ada 63 item berita lainnya yang dinilai independen. Kemudian, dari total 8 berita terkait pernyataan Prabowo, semuanya masuk ke dalam kategori independen. Berita terkait keterangan Jokowi-JK, total ada 7 berita. Sebanyak 5 dinyatakan independen, dan 2 berita tidak independen. Untuk kategori lainnya, ada 10 berita yang tidak independen. Mencermati berbagai temuan penting di atas, maka dapat disimpulkan, dalam konteks manajemen reportase jurnalistik, *Jawa Pos* masih memiliki banyak persoalan kompetensi, sedangkan dari sisi independensi relatif baik.

Foto dan Tipografi Berita Pilpres

Pada berita liputan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden oleh *Jawa Pos* yang diteliti tim MPM, maka ada 73 berita yang memakai pola *single colour* atau tidak menggunakan penulisan dengan warna selain hitam sebagai warna standar. Penulisan dilakukan dengan cetak tebal (*bold*) yang menunjukkan upaya memenuhi standar penulisan berita pada umumnya. Berita juga tidak menggunakan huruf berwarna khusus, semuanya hitam, tetapi semua judul diberi cetak tebal. Artinya, redaksi memperlakukan isu Pilpres sebagai berita standar sebagaimana berita lain pada umumnya.

Jika dilihat keberadaan foto yang menyertai berita, maka ada 23 berita (31.50%) yang menggunakan foto dan 50 (68.50%) berita yang tidak disertai foto. Ini menunjukkan *Jawa Pos* lebih mengutamakan berita tulis atau data statistik ketimbang aspek visual atau foto. Secara umum, dari keseluruhan berita yang diteliti selama periode penelitian, *Jawa Pos* menempatkan foto jurnalistik sebagai bagian dari penyajian berita, bukan suatu sajian tersendiri yang secara utuh menjadi karya jurnalistik foto.

Dari segi proporsi dan penempatan foto, *Jawa Pos* mengutamakan penempatan di atas teks berita. Dengan penempatan foto seperti ini, *Jawa Pos* ingin ‘memandu’ pembaca mengonsumsi foto sebelum teks berita. Foto, dengan demikian, menjadi informasi yang penting dan setara bahkan diprioritaskan sebagai ‘informasi’ jurnalistik visual yang layak

dicermati pembaca sebelum teks berita meskipun ia tidak berdiri sendiri. Dengan kata lain, suatu foto bukan sebagai pelengkap atau dokumen artistik, tetapi bagian penting dari berita itu sendiri.

Bingkai (*framing*) Berita Pemilu Legislatif

Bingkai Berita “Parpol Terus Langgar Regulasi Kampanye”

Define problems. Judul ini cukup lugas menyatakan bahwa partai politik terus menerus melakukan pelanggaran terkait regulasi kampanye. Masalah diletakkan sebagai pelanggaran kampanye. Untuk memperkuat argumen bahwa partai politik sebagai pelaku pelanggaran kampanye, berita dilengkapi dengan penyajian data Bawaslu terkait pelanggaran kampanye. Sebanyak 287 pelanggaran kampanye partai politik peserta pemilu tercatat oleh Badan Pengawas Pemilu, dan dalam berita itu, disebutkan Hanura menjadi partai paling banyak melakukan pelanggaran (48 kasus). Seluruh parpol memiliki catatan pelanggaran, baik di pelaksanaan kampanye tingkat nasional maupun tingkat daerah.

Diagnose causes. Secara implisit atau tersirat, penyebab pelanggaran yang terus-menerus dilakukan oleh partai politik dilihat oleh *Jawa Pos* sebagai lemahnya kontrol Bawaslu. Dalam berita tersebut, wartawan tidak cukup jelas menguraikan penyebab masalahnya. Berita ini hanya menyajikan data kumulatif, contoh kasus, dan wawancara. Berita memuat pernyataan anggota Bawaslu yang dikutip terkait sedang dilakukannya pengkajian pelanggaran keterlibatan Bupati Palalawan dalam kampanye Golkar dan Bupati Sumbawa dalam kampanye PKB.

Make moral judgement. Pelanggaran Pemilu telah dianggap massif, dan terjadi karena beragam aspek. Lemahnya kontrol lembaga pengawas pemilu seperti Bawaslu membuat pelanggaran banyak terjadi.

Treatment recommendation. Untuk mengatasi persoalan pelanggaran partai politik yang acapkali terjadi, saran yang dikemukakan wartawan dalam berita itu adalah pentingnya lembaga terkait bekerja mengatasi masalah pelanggaran. Untuk memperkuat rekomendasi ini, berita memuat langkah-langkah Bawaslu yang telah mengirimkan rekomendasi pelanggaran administrasi kepada KPU terkait dengan kasus pelibatan anak di kampanye PKS, sejumlah kasus pelibatan pejabat negara, dan juga kampanye. Wartawan juga menuliskan kegiatan Bawaslu yang sedang menangani pelanggaran dalam kampanye terselubung Menteri

Bingkai Berita “Parpol Tidak Akurat Lapor Dana Kampanye”

Define problems. Lead berita, “Parpol tidak Akurat Lapor Dana Kampanye,” secara jelas, wartawan mendefinisikan masalah sebagai ketidakakuratan laporan keuangan. Ini bisa lihat dari, seperti ditulis dalam berita itu, ketidaksesuaian antara pengeluaran dan pemasukan. Dalam *lead* berita, dituliskan sebagai berikut.

JPPR Temukan Pengeluaran Lebih Besar daripada Penerimaan. Implisit ada temuan pelanggaran oleh Caleg dan Parpol dalam pendanaan kampanye yang ditemukan LSM. Berdasar temuan JPPR, terdapat selisih pengeluaran dana kampanye lima parpol yang lebih besar jika dibandingkan dengan laporan penerimaan. Ada dugaan Parpol bertindak tidak transparan dan akuntabel.

Dari kutipan di atas, wartawan menyajikan temuan LSM terkait dengan selisih dana kampanye sehingga terjadi ketidakakuratan dalam pelaporan dana kampanye.

Diagnose causes. Masalah ketidakakuratan pelaporan keuangan dana kampanye partai politik oleh wartawan dilihat sebagai kurangnya persiapan partai politik untuk melakukan pembukaan secara benar. Dengan mengutip Sunarto, aktivis JPPR, jurnalis *Jawa Pos* menguraikan penyebab masalah ketidakakuratan pelaporan dana kampanye dengan menulis, “Hampir semua Parpol tidak memiliki kesiapan pembukuan dan rekening khusus dana kampanye. Parpol lemah dan memang lalai menyiapkan laporannya.” Namun, kurangnya kesiapan itu bukan disebabkan ketidakpahaman atau kurangnya sumber daya yang dimiliki partai politik, tapi lebih pada ‘niat tidak baik’ partai politik yang bersangkutan. Ini ditegaskan dalam berita tersebut lebih lanjut dengan menuliskan bahwa keterlambatan pelaporan sebagai sesuatu yang sengaja dilakukan pihak parpol untuk menghindari pencatatan dana kampanye.

Make moral judgement. *Jawa Pos* menyajikan lebih lanjut analisis JPPR dan dugaan laporan tersebut dibuat asal jadi saja. Ada selisih senilai Rp 69 miliar dari laporan itu. Ada kesengajaan.

Treatment recommendation. *Jawa Pos* menekankan bagaimana KPU bekerja untuk mengatasi persoalan tersebut. Di sini, *Jawa Pos* terlihat menyandarkan penyelesaian pelanggaran kepada lembaga yang berwenang, dalam hal ini KPU menyatakan sudah bekerja semaksimal mungkin. Dalam

Bingkai Berita “Beber Prioritas Lima Tahun ke Depan, Sindir Idiom Perubahan Pihak Lain”

Define problems. Dalam berita “Beber Prioritas Lima Tahun ke Depan,....”, persoalan diletakkan pada kemampuan Partai Demokrat untuk melanjutkan pemerintahan lima tahun ke depan. Dalam berita itu, dituliskan optimisme Partai Demokrat untuk melanjutkan pemerintahan yang telah dibangun selama dua periode. Oleh karena itu, partai yang dipimpin Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) tersebut telah menetapkan 11 sasaran dalam meningkatkan kehidupan masyarakat di tanah air. Berita didukung dengan memaparkan pidato SBY yang membeberkan prioritas lima tahun ke depan.

Diagnose causes. Optimisme Partai Demokrat itu dilatarbelakangi oleh alasan bahwa banyak perubahan telah dilakukan oleh pemerintahan SBY. Sejumlah kebijakan di masa lalu dan rencana ke depan diungkapkan sebagai penguat untuk meneguhkan perubahan-perubahan yang dimaksud, termasuk janji lima tahun ke depan bahwa gaji pegawai negeri minimal Rp. 5 juta.

Make moral judgement. *Jawa Pos* ingin menyampaikan pesan bahwa publik jangan terbuai dengan janji kosong, janji yang masih harus diuji. Ini diungkapkan dalam kutipan berita, “Kita tak boleh melakukan eksperimen, coba-coba soal ini. Ini negara, rakyat punya harapan, punya masa depan, jangan coba-coba.”

Treatment recommendation. Berita ini ingin menyampaikan bahwa perubahan yang dipilih oleh partai Demokrat selama pemerintahan SBY sudah terarah dan jelas agendanya. Oleh karena itu, Partai Demokrat lebih siap dibandingkan partai lain karena perubahan-perubahan yang telah dilakukan oleh Partai Demokrat nyata adanya.

Bingkai Berita: “Jadi Embrio Koalisi”

Define problem. Dalam konteks berita, “Jadi Embrio Koalisi”, *Jawa Pos* mencoba mendefinisikan masalah koalisi sebagai kehadiran atau tidak kehadiran Ketua Umum Partai Politik. Oleh karena itu, kehadiran Ketua Umum PPP Suryadharma Ali (SDA) dianggap menjadi embrio koalisi Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dengan Partai Gerindra. Ini dipertegas melalui konfirmasi kepada Wakil Ketua Partai Gerindra, Fadli Zon, yang tidak membantah adanya harapan untuk kerja sama lebih lanjut antara Gerindra dan PPP.

Diagnose causes. Suryadharma Ali merupakan tokoh kunci dalam Partai Persatuan Pembangunan karena posisinya sebagai ketua umum. Kehadiran ketua umum inilah yang dianggap sebagai penyebab sebagai cikal bakal koalisi. Meskipun demikian, berita ini juga mengungkapkan kemungkinan perpecahan di tubuh PPP. Pada satu sisi, disebutkan bahwa koalisi mulai terbentuk, tetapi memicu perpecahan di internal partai politik, dalam hal ini PPP. *Jawa Pos* mengutip pernyataan Sekjen PPP, “Siapa pun yang mengundang, PPP siap hadir. PPP akan berkoalisi dengan parpol yang bisa menerima sembilan tema pokok perjuangan PPP.” Dalam berita itu, disebutkan bahwa Wakil Ketua Umum Partai Gerindra, Fadli Zon, tidak membantah adanya harapan untuk kerja sama lebih lanjut antara Gerindra dan PPP. Partai Gerindra bersikap terbuka terhadap partai lain yang hendak melakukan kerja sama. Berita juga mengutip pernyataan Sekjen DPP PPP, M. Romahurmuziy, belum adanya komitmen apa pun terkait dengan kedatangan SDA.

Make moral judgement. Adanya koalisi antarpol dinilai baik. Namun, proses koalisi digambarkan tidak mulus. Ketidamulusan terjadi karena koalisi itu memunculkan konflik internal.

Treatment recommendation. *Jawa Pos* tidak memberikan rekomendasi yang jelas terkait dengan masalah dikemukakan. Berita ditutup dengan kehadiran Suryadharma Ali bersama Wakil Ketua Dewan Pakar PPP Djan Faridz dan Ketua Majelis Syariah PPP, Nur Muhammad Iskandar S.Q, dalam kampanye Partai Gerindra di GBK. Disebutkan pula, Suryadharma Ali diberi kesempatan untuk orasi dalam kampanye tersebut yang mengindikasikan semakin kuatnya koalisi.

Bingkai Berita: “All Out di Kampanye Terakhir”

Define problem. Dalam berita, “All Out di Kampanye Terakhir,” masalah dirumuskan sebagai kampanye. Kampanye hari terakhir sehingga partai politik harus *all out* untuk berkampanye. *Jawa Pos* menguraikan adanya beberapa partai politik yang berusaha semaksimal mungkin dalam hari terakhir kampanye untuk menarik dukungan pemilih. Sumber yang diwawancarai antara lain: Ketua Harian DPP Partai Demokrat, Syarif Hasan; Ketua Bappilu PDIP, Puan Maharani; Ketua Bappilu Nasdem, Ferry Musyidan Baldan; dan info lainnya yang diambil sisi parpol.

Diagnose causes. Penyebab *all out* kampanye partai politik karena itu merupakan hari terakhir sehingga harus lebih serius dalam melakukan

kampanye. Ini dipertegas oleh pernyataan tokoh Parpol PDIP. “Pemilu 1999 kita meraih suara terbesar.” Pernyataan lainnya yang dikutip *Jawa Pos* adalah “*Finishing Touch* kampanye terbuka ini semoga bisa menjadi alternatif.”

Make moral judgement. Beberapa partai melakukan kegiatan yang bersifat *all-out* dalam masa terakhir berkampanye. Ini persoalan penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki guna menarik simpati. *Moral judgement* ini dipertegas dengan menampilkan Ketua Umum Partai Politik seperti Partai Demokrat dengan SBY, Gerindra dengan Prabowo, PDIP dengan Megawati, dan PKS dengan Anis Matta. Beberapa partai lain yang tidak menggunakan ketua umum seperti PPP dan Nasdem memfokuskan kegiatan bertepatan lingkungan dalam berkampanye.

Treatment recommendation. Secara implisit, *Jawa Pos* memberikan rekomendasi pentingnya kerja keras di hari terakhir kampanye. Ini bisa dibaca dari berbagai kegiatan Parpol sebagai bagian dari proses kampanye Pileg dengan beragam aktivitas.

Bingkai Berita Pemilihan Presiden

Bingkai Berita: “Jokowi-JK Unggul Dana Kampanye”

Define Problems. *Jawa Pos* melihat bahwa persoalan dana kampanye adalah persoalan transparansi dan akuntabilitas. Disebutkan dalam berita itu adanya dua pasangan calon pemilu Presiden dan Wakil Presiden yang secara resmi menyampaikan laporan awal penerimaan dana kampanye. Pasangan Prabowo Subianto dan Hatta Radjasa menyampaikan laporan penerimaan awal sebesar Rp 10 miliar, sedangkan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla melaporkan Rp 42 miliar.

Diagnose causes. Berita ini tidak secara tegas menguraikan penyebab masalah. Namun, lumrah diketahui publik bahwa pelaporan ini merupakan kewajiban Calon Presiden dan Wapres dalam Pemilu dan secara teknis laporan dana kampanye disampaikan tim pendukung kedua capres-cawapres.

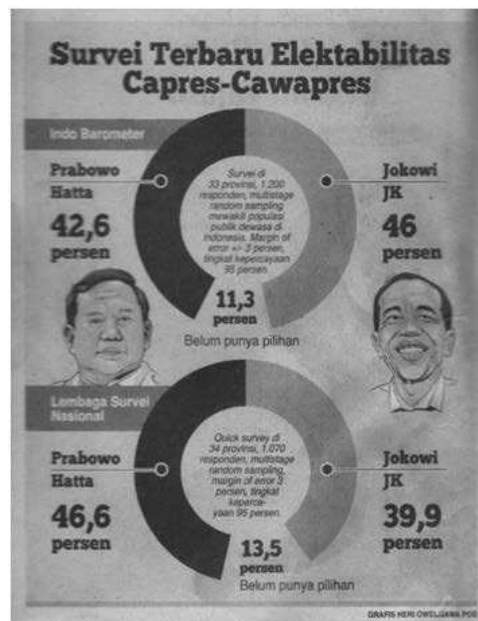
Make moral judgement. *Jawa Pos* mengedepankan isu upaya memenuhi prinsip kepatuhan dan transparansi dalam pelaksanaan Pilpres dengan mengutip pernyataan tim sukses bahwa tindakan ini merupakan laporan penerimaan tahap pertama dari relawan tim Prabowo sesuai dengan aturan KPU, sebesar Rp. 10 miliar. Jumlah itu diyakini pasti akan ada penambahan. Diuraikan juga adanya tiga nomor rekening timses Prabowo dan yang paling banyak di BRI. Ditonjolkan secara

husus adanya penyumbang dengan angka seribu rupiah sebagai bentuk partisipasi kelompok masyarakat miskin. Paling besar sekitar 200 ribu. *Jawa Pos* menekankan aspek isu akuntabilitas identitas penyumbang dengan mengutip kalimat dari Tim sukses sebagai berikut.

“Kalau ada sumber yang tidak jelas, kami akan minta untuk melengkapi. Kalau sampai di akhir masa kampanye tidak juga ditemukan identitasnya, maka dana itu tidak boleh digunakan.”

Treatment recommendation. *Jawa Pos* mengambil posisi memberikan rekomendasi pada perlunya membuka data sumbangan kepada publik, mendorong transparansi dana kampanye calon presiden dan wakil presiden melalui publikasi aksi laporan ke KPU. Soal jumlah tidak penting, tetapi kesediaan untuk melaporkan dana kampanye dan terbuka nominalnya kepada publik diperlukan.

Bingkai Berita: “Bersaing Ketat Jelang Pemilihan”



Gambar 5. Hasil Survei tentang Elektabilitas Capres - Cawapres
(Sumber: *Jawa Pos*, 30 Juni 2014 hal. 2)

Define problems. *Define problem* diungkapkan secara tegas berupa publikasi *rating* pemilih dalam pendekatan scoring ‘olah raga’ dalam judul

dan *lead*: lembaga riset Indo Barometer rilis selisih elektabilitas 3,4 persen. Persaingan elektabilitas pasangan capres-cawapres semakin seru menjelang hari pemilihan. Jokowi-JK yang sempat unggul dengan margin di atas 10 persen sebelum masa kampanye kini terus dikejar Prabowo-Hatta. Selisih pun semakin tipis. Di sini, tampak jelas bahwa persoalan utama yang ditekankan *Jawa Pos* adalah persoalan kompetisi antarkandidat.

Diagnose causes. *Jawa Pos* tidak merinci aspek *diagnose causes* atau penyebab masalahnya. Sebaliknya, koran ini hanya menguraikan lebih rinci dengan menyajikan angka-angka *trend* positif dukungan ke Prabowo Hatta seperti dapat dilihat pada kutipan berita berikut.

Selisih elektabilitas dua pasangan calon 3,4 persen. Prabowo mengalami kenaikan 6,1 persen, sebaliknya terjadi penurunan 3,9 persen untuk pasangan Jokowi-JK. PKS yang sebelumnya hanya 52,8 persen kini sudah 80,6 persen ke Prabowo-Hatta. Golkar yang tadinya 43,2 persen kini menjadi 55,9 persen. Kubu Hanura yang mendukung Jokowi-JK hanya 42,9 persen, sementara Prabowo-Hatta malah mencapai 50 persen.

Jawa Pos mengutip secara khusus pernyataan bernada memberi semangat tim sukses Jokowi JK, Anies Baswedan, kepada tim relawan agar jangan pernah merasa nyaman, terus kerja intensif.

Make moral judgement. *Rating* keterpilihan penting bagi kandidat Capres dan Cawapres, meskipun perilaku pemilih yang belum jelas masih tinggi. Oleh karena itu, perang opini dan psikologi seperti bisa dilihat dalam berita itu sedang berlangsung untuk meraih simpati pemilih.

Treatment recommendation. *Jawa Pos* menekankan bagaimana sengitnya persaingan dan konstelasi dukungan atas Capres Cawapres, *rating* pemilih itu penting dan semuanya harus bekerja semaksimal mungkin.

Bingkai Berita: “Capres Tenang, Pengacara Saling Laporkan”

Define problems. *Jawa Pos* merilis aksi saling lapor tim pengacara kandidat terkait isu-isu yang mayoritas urusan kampanye hitam di tengah adanya sikap dua kubu capres-cawapres selama masa kampanye yang tampak masih adem ayem. Di sini, masalah diletakkan pada saling lapor kuasa hukum masing-masing pihak yang hampir setiap hari mendatangi Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) untuk melaporkan dugaan pelanggaran.

Diagnose causes. Adanya dugaan tindakan pelanggaran oleh kedua belah pihak berdasarkan klaim masing-masing dijadikan pendorong aksi gugatan hukum. Di samping itu, aksi ini diposisikan sebagai upaya

mendorong regulator Pemilu bekerja maksimal melalui pernyataan: “Kami hanya ingin Bawaslu aktif melihat adanya dugaan pelanggaran ini. Kami hanya tiga kali melapor dan semua dugaan kampanye hitam, tidak asal lapor.” Dikutip pula tanggapan Bawaslu sebagai respon atas pengaduan dengan melihat secara normatif bahwa sudah ada deklarasi damai beberapa waktu lalu, dan, untuk itu, Bawaslu akan memutuskan sesuai dengan keterangan dan barang bukti.

Make moral judgement. Saling melapor dilihat sebagai bentuk saling koreksi dan sekaligus upaya pencitraan buruk terhadap masing-masing kandidat.

Saling Serang lewat Kuasa Hukum	
LAPORAN KUBU PRABOWO	LAPORAN KUBU JOKOWI
1. Iklan produk jamu yang dinilai secara terselubung mengarahkan pada sosok Jokowi melalui penggunaan baju kotak-kotak, gestur tubuh yang mengarahkan pemilih mencoblos nomor dua, menampilkan setting pasar tradisional, kalimat blusukan, dan dikelilingi pedagang kecil	1. Pemalsuan tanda-tangan Jokowi dalam surat penolakan panggilan pemeriksaan kepada Jaksa Agung dalam kasus dugaan korupsi pengadaan bus Trans Jakarta yang diduga dilakukan salah satu kader Partai Gerindra (Kejaksaan Agung membantah telah melakukan panggilan pemeriksaan pada Jokowi)
2. Pertemuan Kalemidkopol Komjen Budi Gunawan dengan anggota tim pemenangan Jokowi dan anggota KPU Hadar Nafis Gumay (Bawaslu menyatakan tidak ada pelanggaran)	2. Dugaan ketidaknetralan Babinsa di Jakarta Pusat dengan menanyakan preferensi pemilih sembari melakukan simulasi pencoblosan nomor urut satu (Mabes TNI telah diklanifikasi dan membantah, namun mengakui menghukum dua anggotanya)
3. Dugaan kampanye hitam yang dilakukan Direktur Lembaga Survey Indonesia Saiful Mujani dengan menuduh Prabowo sebagai capres pembunuh (Saiful telah diperiksa di Bawaslu Banten pada 16/6)	3. Kampanye hitam yang dilakukan tabloid Obor Rakyat dalam edisi laporan utama Capres Boneka dengan gambar sampul Jokowi mencium tangan Ketum PDIP Megawati Soekarnoputri (Bawaslu telah memanggil Pemred Obor Rakyat, namun terkendala alamat palsu dan nomor telepon fiktif)
4. Dugaan pencurian start kampanye yang dilakukan Jokowi dengan mengajak memilih nomor dua dalam pengundian nomor urut sebelum putaran kampanye pemilu (Bawaslu menyatakan tidak ada pelanggaran)	

Gambar 6. Data Laporan Pengaduan dari Dua Pasang Capres-Cawapres
(Sumber: Jawa Pos, 18 Juni 2014 hal. 2)

Anggota tim kuasa hukum Prabowo-Hatta, Habiburakhman, melaporkan iklan sebuah produk jamu yang dianggap memuat kampanye terselubung. Tim kuasa hukum Jokowi-Jusuf Kalla selama masa kampanye juga melaporkan tiga kasus. Kuasa hukum tim Jokowi-JK, Sirra Prayuna, menjelaskan pihaknya mengakui bahwa memang ada kesan saling lapor antarkuasa hukum.

Treatment recommendation. Pada sisi lain, ingin ditonjolkan bahwa pihak terkait harus tetap menunggu Bawaslu yang akan menindaklanjuti aduan. Melalui pernyataan anggota Bawaslu Nelson Simanjuntak, Jawa Pos ingin menghimbau bahwa dan juga mengingatkan bahwa Pilpres kali ini hanya diikuti dua pasangan calon sehingga diharapkan kampanye hitam segera berakhir, terutama oleh masing-masing timses.

Bingkai Berita: “Wajah Baru Tak Jamin Perubahan DPR”

Define problems. Berita ini tidak terkait langsung dengan isu Pilpres. Meskipun demikian, Jawa Pos memuat berita itu karena mungkin, menurut penilaian wartawan, penting diketahui oleh publik. Dalam berita, “Wajah Baru Tak Jamin Perubahan DPR”, Jawa Pos dengan jelas menempatkan masalah pada bahwa perubahan di DPR tidak ditentukan oleh kehadiran wajah-wajah baru atau kehadiran wakil rakyat yang baru di lembaga tersebut. Dengan mengutip Formappi, Jawa Pos memaparkan dominasi wajah baru di parlemen sebesar 56,6 persen, sedangkan incumbent hanya 43,4 persen. Bahkan, dikemukakan pula jika ada caleg terpilih yang merahasiakan/tidak diketahui pekerjaannya sebanyak 15 orang atau 3,8 persen. Ada tiga pasang suami istri yang menjadi caleg terpilih di DPR. Mayoritas pendatang baru adalah pengusaha, dan rata-rata uang yang dikeluarkan caleg terpilih dinilai tidak sedikit. Formappi melihat, seperti dikutip dalam berita itu, akan ada gambaran suram di masa mendatang.

Diagnose causes. Proses pemilihan langsung dan kebutuhan dana untuk menjadi Caleg yang besar membuat peta keterpilihan menjadi dominan wajah baru dari pengusaha. Faktor pragmatisme menguat dan akan mengancam idealisme. Aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah adalah wajah-wajah baru yang sebagian besar dari pengusaha. Alasannya, mereka sudah mengeluarkan uang yang tidak sedikit sehingga akan mendorong munculnya pragmatisme. Akibatnya, produktivitas akan turun. Jawa Pos menulis dalam berita itu dengan mengutip Formappi, “Kalau sekarang saja produktivitas kerja DPR RI rendah, jangan-jangan nanti lebih rendah.”

Make moral judgement. Moral yang disajikan dalam berita ini bahwa besarnya dana yang dikeluarkan oleh caleg menjadi penghambat kinerja. Besarnya dana yang harus dikeluarkan melalui pemilu menghambat calon-calon yang mungkin idealis dan punya produktivitas tinggi.

Treatment recommendation. Melalui publikasi riset Formappi, Jawa Pos ingin menggambarkan adanya kekhawatiran kinerja menurun, dan ini harus diantisipasi oleh Capres Cawapres sebagai mitra DPR. Mengutip pernyataan Ketua Formappi, Sebastian Salang, “upaya untuk memperbaiki DPR bisa terwujud melalui penentuan Calon Presiden terpilih nanti. Capres terpilih diharapkan tidak punya keinginan untuk bernegosiasi dengan keinginan sejumlah elite di DPR.”

Bingkai Berita: “Capres Masih Dianggap Normatif”

Define Problems. Berita ini merumuskan persoalan pada konteks penilaian debat Pilpres di televisi yang masih normatif dan abstrak. Debat pemilu presiden tahap ketiga yang menyuguhkan pertarungan ide dan gagasan dua kandidat calon presiden dinilai belum maksimal. Prabowo Subianto maupun Joko Widodo dianggap masih bicara dalam tataran normatif dan belum menyentuh keseluruhan tema debat, yakni politik internasional dan ketahanan nasional.

Diagnose causes. Penyebab debat presiden yang masih normatif itu disebabkan minimnya persiapan sekaligus pemahaman kandidat terhadap isu yang dikupas. Untuk menegaskan hal itu, *Jawa Pos* merujuk pada sejumlah kasus aktual dan posisi isu yang memiliki relevansi yang baik karena Indonesia satu-satunya negara di ASEAN yang menjadi anggota G-20. *Jawa Pos* menonjolkan adanya pemahaman yang tidak lengkap dari kedua kandidat atas kasus ancaman penguasaan pulau yang dinilai kandidat sebagai hanya disebabkan lemahnya kedaulatan. Padahal, hilangnya (Pulau) Sipadan dan Ligitan tidak terkait pengakuan kedaulatan. Sementara itu, peran Indonesia tak terlihat dalam isu perubahan iklim dan tidak ada kandidat yang membicarakan itu.

Make moral judgement. Moral yang disajikan dalam keseluruhan berita bahwa seorang kandidat calon presiden seyogianya menguasai persoalan dengan baik. Ini karena mereka akan mempunyai peran dalam menyelesaikan masalah-masalah tersebut.

Treatment recommendation. Rekomendasi yang disarankan *Jawa Pos* adalah kandidat Capres dan Cawapres harusnya memiliki pemahaman yang holistik atas isu keamanan dan pertahanan, menawarkan solusi dan kebijakan baru, tidak sekedar *copy paste* kebijakan rezim yang lama. *Jawa Pos* mengutip pernyataan ketua Dewan Pemina Kesatuan Nelayan Tradisional Indonesia, M. Riza Damanik, bahwa kedua kandidat telah meletakkan politik internasional dan ketahanan nasional dalam satu pembahasan, dan hal tersebut merupakan hal yang keliru. Implisit *Jawa Pos* juga memberikan saran kepada publik agar bersikap kritis dan mengolah segala pernyataan kandidat Capres atas isu-isu yang dibahas.

Kepemilikan dan Kebijakan Redaksi

Jawa Pos tidak membuat panduan khusus terkait peliputan berita Pileg dan Pilpres. Buku panduan adalah saat awal masuk ke *Jawa Pos*, KEJ sebagai

‘rukun iman’. Dalam proses kerja harian, wartawan dibimbing redaktur dalam menentukan dan mengolah liputan. Ada kecenderungan untuk memberikan kepercayaan penuh kepada wartawan dalam menulis. Di *Jawa Pos*, ada kualifikasi wartawan senior dan junior, di mana yang senior membimbing junior. Pilihan isu untuk diberitakan sangat bergantung dinamika dan target khalayak. Bagi *Jawa Pos*, yang harus bersaing ketat dengan *Kompas*, tujuan memilih berita adalah apa yang dibutuhkan khalayak, bukan *figure* atau organisasi tertentu. Makin besar kepentingannya bagi khalayak pembaca, maka akan makin tinggi nilai beritanya. Untuk di Jawa Timur, misalnya, sebagai basis utama pembaca *Jawa Pos*, maka gerak langkah PKB sangat penting disorot. Tidak ada evaluasi tahunan untuk isi koran yang didasarkan pada riset, hanya mengamati kecenderungan.

Berkenaan liputan Pemilu, dua bulan sebelum tanggal coblosan, *Jawa Pos* membuat rubrik khusus sebagai bentuk layanan kepada pembaca. Evaluasi dan penentuan isi berita, tidak khusus kepada berita politik saja, dan dilakukan setiap jam 5 sore. Evaluasi lebih fokus ke distribusi berita antarrubrik dan *trend* pembaca. *Jawa Pos* memiliki 3 wartawan khusus politik alumni bukan hanya ilmu politik, yang tinggal di Jakarta, dan memiliki ratusan wartawan pemerintahan yang menopang di berbagai daerah. Mereka mengerjakan berita dengan variatif sesuai isu daerahnya.

Khusus terkait *figure* Dahlan Iskan, harus diakui Dahlan Iskan adalah pendiri/pemilik dan sekaligus guru bagi wartawan *Jawa Pos*. Ini jelas mempengaruhi model kerja wartawan di *Jawa Pos*, karena Dahlan Iskan dinilai sukses membawa format *Jawa Pos* sebagai Koran nasional. Namun, harus dipisahkan antara *Jawa Pos* dengan Dahlan Iskan dalam konteks kiprah politik. Saat mulai terjun ke politik, Dahlan Iskan sudah menyatakan mundur dari *Jawa Pos* dan tidak akan kembali ke redaksi. Selama pelaksanaan Pemilu 2014, ada sekitar 10 kali Dahlan Iskan ke redaksi *Jawa Pos* tetapi tidak ada pemberian arahan, rapat redaksi dll. Hanya mampir-bersalaman. Dahlan Iskan pernah mengatakan jangan korbankan *Jawa Pos* untuk orang tertentu, karena *Jawa Pos* akan menghadapi sanksi dari banyak orang. *Jawa Pos* dibaca karena independensinya. Redaksi menyadari bahwa Koran partisan akan mempengaruhi pembaca. Artikel Dahlan Iskan hanya muncul dalam rubrik “*Manufacturing Hope*” yang khusus untuk BUMN, yang sekarang sudah berhenti terbit. Setelah Dahlan Iskan tidak lagi di politik, tidak ada perubahan berarti di tubuh *Jawa Pos* dalam pemberitaan.

Redaksi menganut prinsip memilih berita yang akan dibaca, bukan isu yang dibuat buat. Dalam kasus kisruh DPR, *Jawa Pos* mendorong semua anggota DPR segera bekerja, tidak pro KIH atau KMP. SBY meskipun ketua Demokrat yang mengusung Dahlan Iskan sebagai kandidat Capres, tetap dikritik lamban. Berita politisi Demokrat terlibat korupsi gencar. Di halaman 2 terakut berita Pemilu, diberikan porsi seimbang antarpol. Soal giliran saja. Kesulitannya, jika tidak ada acara kampanye parpol tertentu sehingga stok berita minim. Golkar dan Demokrat paling sering kampanye di Jawa Timur sehingga ketersediaan foto-fotonya banyak.

Jawa Pos sering menggunakan berita *hard news* karena *soft* atau *indepth news* lebih rumit pembuatannya. Ia juga memerlukan waktu lebih lama dan membutuhkan analisis dan intelektualitas. *Hard news* lebih cepat dan pas untuk harian. Kadangkala, *Jawa Pos* membuat survei sendiri dan dimuat dalam format *soft*. Redaksi tidak pernah membuat desain ide atau *grand strategy* untuk menonjolkan tokoh atau parpol tertentu. Adalah blunder jika menentukan berita dari kepentingan redaksi. Meskipun demikian, *Jawa Pos* memiliki pendekatan dalam merumuskan ide liputan. Kerap kali, *Jawa Pos* memiliki berita berdasarkan wawancara *door stop*, bukan dirancang dari awal. Khusus mengapa Dahlan Iskan lebih dominan karena diakui redaksi aksi aksi personal Dahlan Iskan cenderung baru dan inovatif. Relasi wartawan *Jawa Pos* dengan politisi panas dingin, tetapi itu dinamika biasa.

Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari hasil analisis *Jawa Pos* adalah bias berita terlihat jelas selama pemilu legislatif. Pada pemilu itu, Dahlan Iskan masih bersaing ketat menjadi calon presiden dari Partai Demokrat. Oleh karena itu, baik analisis kuantitatif ataupun analisis framing berita memberikan porsi yang lebih besar kepada Partai Demokrat. Namun, hal ini mulai mengalami perubahan selama Pilpres. Isu-isu yang dibawa oleh *Jawa Pos* lebih beragam, dan tidak secara langsung menempatkan salah satu kandidat mendapatkan dukungan. Ini bisa dilihat dari banyaknya isu yang diangkat oleh *Jawa Pos* dan tidak terkait langsung dengan kandidat. Di sini, *Jawa Pos* tampak lebih independen dalam menyiarkan berita. *Frame* berita *Jawa Pos* selama pemilu pilpres bahkan lebih cenderung kritis dalam melihat persoalan baik terkait caleg maupun capres.

KORAN SINDO

DEMI KAPITAL, POLITIK, DAN PEMILIK

Koran Sindo dalam sejarah

Harian *Koran Sindo* yang sebelumnya bernama *Harian Seputar Indonesia* terbit perdana pada 29 Juni 2005. Nama surat kabar yang mirip dengan nama sebuah program berita di televisi swasta, *Seputar Indonesia*, ini merupakan bagian dari sebuah grup besar korporasi media yang berafiliasi pada MNC Group (Nugroho, 2012: 5) yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibyo (selanjutnya ditulis HT), seorang pengusaha besar di Indonesia yang kemudian terjun dalam dunia politik. Di awal karier politiknya, HT masuk dalam organisasi kemasyarakatan Nasional Demokrat, sebelum akhirnya bergabung dengan Partai Nasdem. Sekitar setahun sebelum pemilu 2014, HT memutuskan keluar dari Partai Nasdem, dan akhirnya bergabung dengan Partai Hanura. Bersama Partai Hanura, HT bahkan diresmikan menjadi calon wakil presiden untuk mendampingi Calon Presiden Jenderal (purn) Wiranto.

Turunnya pengusaha HT ke gelanggang politik menjelang pemilu 2014, ditambah dengan dicalonkannya sebagai wakil presiden, membawa konsekuensi logis bagi kelompok perusahaan media yang dipimpinnya. Intervensi pemilik pada institusi media sangat mungkin terjadi sebagai usaha untuk melanggengkan kepentingan pemilik media, terutama terkait

kepentingan politik.

Penelitian Arum Sari mengenai obyektivitas *Seputar Indonesia* menunjukkan bahwa untuk aspek imparialitas (ketidakberpihakan) sebagai salah satu elemen obyektivitas selain aspek faktualitas, tampak belum dipenuhi oleh *Seputar Indonesia*. Pemberitaan *Seputar Indonesia* ditinjau dari aspek keseimbangan akses lebih memberikan porsi dominan kepada HT yang saat itu masih aktif di Partai Nasdem. Sebanyak 58,3% dari 60 berita yang diteliti mengarah pada pemberitaan yang sifatnya hanya satu sisi.

Adapun aspek *even handed evaluation* atau evaluasi sisi positif dan negatif dalam pemberitaan, menunjukkan bahwa pemberitaan *Seputar Indonesia* memberikan nuansa positif pada Partai Nasdem. Akan tetapi sebaliknya, pemberitaan tentang partai Nasdem menjadi bernuansa negatif pasca pengunduran diri HT dari partai tersebut pada Januari 2013 (Arum Sari, 2014: 12-13).

Penelitian yang dilakukan oleh Remotivi (Heychael, 2014 : 5) menemukan beberapa data, diantaranya pada masa sebelum kampanye terbuka Pemilu 2014 resmi dimulai. *Global TV*, *RCTI*, dan *MNC TV* secara eksklusif menayangkan iklan dan program non-berita dari pasangan capres-cawapres, Wiranto dan HT. Di *Global TV*, kuis *Indonesia Cerdas* yang memuat slogan dan atribut pasangan tersebut ditayangkan sehari sekali. Tidak hanya itu, *RCTI* pun menayangkan *reality show Mewujudkan Mimpi Indonesia*, yang juga memuat atribut pasangan ini.

Selain melalui kuis dan *reality show*, pasangan ini juga beriklan di stasiun televisi milik MNC Group. Kalkulasi iklan mereka di tiga televisi ini mencapai 99 (100%) kali dan menghabiskan durasi 6.765 detik (100%). Selain itu, melalui tiga stasiun televisi miliknya (*RCTI*, *MNC TV*, dan *Global TV*), HT sering muncul dalam berita-berita mengenai kinerja positif dari bisnisnya, misalnya kerja sama MNC Group dengan ABC (*Australia Broadcasting Commission*) atau bahkan rapat RUPS PT Global Mediatama. Melalui berita-berita ini, MNC Group melakukan dua hal sekaligus. *Pertama*, memanfaatkan berita sebagai ajang promosi silang perusahaan. *Kedua*, membentuk citra HT, selaku calon wapres dari Hanura sebagai pengusaha sukses di bidang bisnis (Heychael, 2014: 6).

Hal yang sama terjadi pada masa kampanye terbuka Pemilu Presiden bulan Juni-Juli 2014. Setelah HT resmi berkoalisi dengan Prabowo Subianto, mulai terlihat perubahan pada praktik siaran, porsi dominan yang diberikan pada Partai Hanura sebelum pemilu, kini dihibahkan

pada Prabowo. Hal ini terlihat gamblang dalam praktik siaran *RCTI*. Perubahan serupa juga terjadi pada dua stasiun televisi milik grup MNC lainnya, yakni *MNC TV* dan *Global TV*. Berita bernada positif mengenai Prabowo di *MNC TV* meningkat dari periode sebelumnya yang berjumlah 33% menjadi 55% (Heychael, 2014: 7)

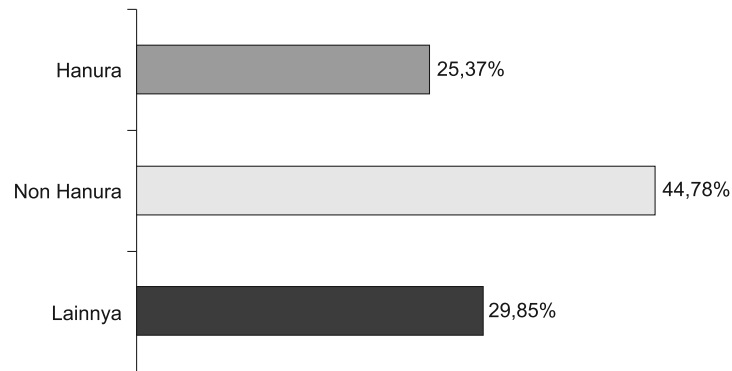
Pemberitaan Pemilu Legislatif

Koran Sindo memiliki rubrik khusus untuk memberitakan peristiwa Pemilu Legislatif 2014. Rubrik tersebut diberi nama *Rakyat Memilih*. Analisis isi dilakukan pada berita-berita kampanye pemilu legislatif yang muncul di 12 hari masa kampanye. Pada masa 12 hari kampanye tersebut, *Koran Sindo* menurunkan sebanyak 67 berita, termasuk *headline* dan *nonheadline*. Dari 67 berita yang dianalisis dalam penelitian ini, sebanyak 20 berita (29.85%) merupakan *headline*, dan sebanyak 47 berita (70.15%) *nonheadline*.

Dilihat dari kandungan nilai berita, *Koran Sindo* bisa dikatakan relatif bagus. Dari total berita yang dianalisis, 64 berita (95.5%) mengandung banyak nilai berita (*multi news value*), dan hanya 3 berita yang mengandung hanya satu nilai berita (*single news value*).

Dilihat dari tipe atau format berita, *Koran Sindo* menurunkan 21 (31.34%) berita *hard news*, 25 (37.32%) berita *soft news*, dan 21 *feature*. Data ini menunjukkan bahwa dalam memberitakan peristiwa kampanye Pemilu Legislatif 2014, *Koran Sindo* relatif bervariasi. Peristiwa-peristiwa tersebut diberitakan berimbang dalam format *hard news*, *soft news* dan *feature*. Bila dikaitkan dengan karakteristik format berita, *Koran Sindo* memandang peristiwa kampanye Pemilu Legislatif 2014 sebagai rangkaian peristiwa yang penting sekaligus menarik untuk khalayak.

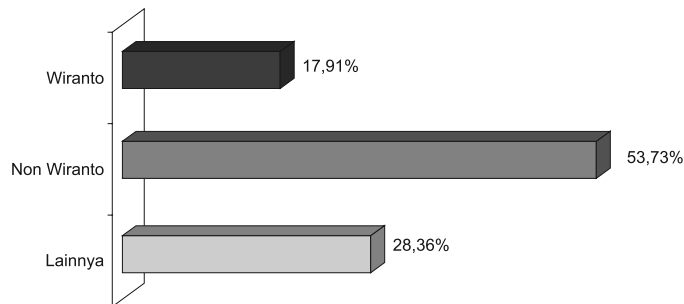
Jika dilihat dari isi berita maka tampak bahwa Partai Hanura menjadi yang paling dominan. Ini tentu tidak bisa dilepaskan dari keberadaan *Koran Sindo* yang berafiliasi pada MNC Media Group yang dimiliki oleh HT. Sejak tahun 2013, HT masuk dalam Partai Hanura dan mendapat posisi sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Hanura. Tidak lama kemudian, HT dicalonkan secara resmi sebagai calon wakil presiden dari partai Hanura, mendampingi Wiranto sebagai calon presiden.



Gambar 7. Isi Berita Pemilu 2014 Berdasarkan Partai Politik

Dengan demikian, menjadi tidak mengherankan jika Partai Hanura lebih banyak muncul di koran ini dibandingkan dengan partai lainnya. Dari 67 berita, pemberitaan mengenai Partai Hanura mencapai 17 berita (25,37%), partai lain atau nonHanura sebanyak 30 berita (44,78%), dan lainnya 20 berita (29,85%).

Berita mengenai sosok Wiranto mencapai 12 berita (17,91%), tokoh lain selain Wiranto atau non-Wiranto mencapai 36 berita (53,73%), dan lainnya sebanyak 19 berita (28,36%).

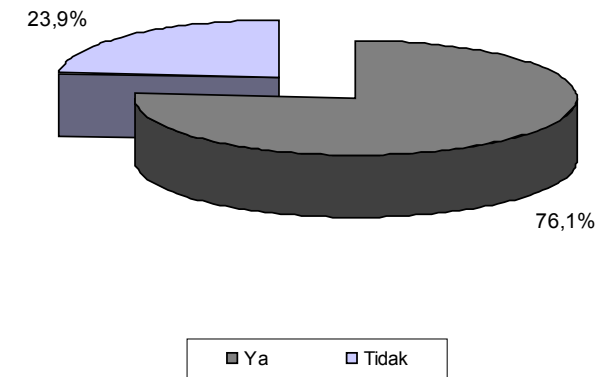


Gambar 8. Isi Berita Pemilu 2014 Berdasarkan Tokoh

Ditinjau dari lingkup berita, data penelitian menunjukkan *Koran Sindo* memberitakan peristiwa-peristiwa tersebut dengan rincian 39 berita (58.20%) lingkup nasional dan 28 berita (41.80%) lingkup lokal. Walaupun merupakan salah satu koran nasional, tetapi karena memiliki suplemen daerah maka isu lokal tetap mendapatkan porsi yang seimbang dengan isu nasional. Hal ini tentu dilakukan dengan tujuan untuk lebih mendekatkan diri dengan pasar pembaca (*proximity*).

Dari 67 berita, 44 berita (65.67%) merupakan berita yang didapatkan dengan menggunakan beragam cara, yakni wawancara, observasi dan juga riset. Berita-berita ini masuk ke dalam kategori berita yang didapatkan dengan lengkap. Sebaliknya, ada sebanyak 23 berita (34.33%) yang didapatkan secara tidak lengkap atau hanya mengandalkan satu cara mendapatkan berita. Di sini, terlihat bahwa meskipun sebagian besar merupakan berita yang digali dengan beragam sumber, tapi berita-berita dengan satu sumber masih cukup signifikan.

Dari analisis statistik, terlihat bahwa berita-berita yang masuk ke dalam kategori independen cukup dominan. Dari 67 berita, sebanyak 51 berita (76.11%) merupakan berita independen, sedangkan 16 berita (23.89%) merupakan berita yang tidak independen.



Gambar 9. Independensi Berita Pemilu Legislatif 2014

Untuk memperoleh data yang lebih rinci mengenai pemberitaan kampanye Pemilu Legislatif 2014 di *Koran Sindo* analisis dilakukan pula dengan menggunakan tabulasi silang (*crosstabulations*). Tabulasi silang yang dapat dilakukan di antaranya adalah berita partai politik dan berita tokoh politik dengan posisi berita (*headline* dan *nonheadline*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 17 berita mengenai partai Hanura, terdapat 10 (58.82%) berita di antaranya yang menempati posisi *headline*, sedangkan 7 (41.18%) berita bukan *headline*. Berita partai politik non-Hanura hanya terdapat 3 (10%) berita yang menempati posisi sebagai *headline*, sedangkan 27 (90%) berita lainnya merupakan berita *non-headline*.

Tabulasi silang berikutnya dilakukan untuk data antara pemberita-

an partai politik dan tokoh politik dengan aspek independensi. Hal ini dimaksudkan untuk mengecek apakah terdapat faktor keberpihakan surat kabar dengan subjek yang diberitakan. Secara etis, hal ini tidak diperkenankan dalam praktik jurnalistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 17 berita mengenai partai politik Hanura, terdapat 8 berita (47,05%) yang independen dan terdapat 9 berita (52,95%) yang tidak independen. Pada saat *Koran Sindo* memberitakan partai politik lain sebanyak 30 item, terdapat 26 berita (86,66%) yang independen dan 4 berita yang tidak independen (13,34%).

Terkait berita mengenai tokoh politik, dari 12 berita mengenai Wiranto, 9 (75%) berita diantaranya menempati posisi sebagai *headline*, dan hanya 3 (25%) berita yang bukan *headline*. Di sini, terlihat bagaimana Wiranto selalu berusaha ditempatkan di posisi yang penting dalam berita. Sementara itu, sosok-sosok dari partai politik lainnya, hanya 4 berita yang menempati posisi sebagai *headline*, 30 berita lainnya menempati posisi sebagai *nonheadline*.

Dari 12 pemberitaan *Koran Sindo* mengenai sosok Wiranto, terdapat 5 (41,66%) berita yang dapat dinyatakan independen dan terdapat 7 (58,33%) berita yang tidak independen, sedangkan pada saat memberitakan sosok selain Wiranto, terdapat 29 berita (82,85%) yang independen dan 6 berita (17,15%) yang tidak independen. Dengan demikian, independensi *Koran Sindo* hanya mencapai 47,05% pada saat memberitakan mengenai partai politik Hanura. Namun, ketika memberitakan partai politik lain, independensi *Koran Sindo* mencapai 86,66%. Begitu pula saat *Koran Sindo* memberitakan sosok Wiranto, independensi mencapai 41,66%. Sebaliknya, ketika memberitakan sosok selain Wiranto, independensi *Koran Sindo* mencapai 82,85%. Data ini menunjukkan bahwa *Koran Sindo* memang memiliki kedekatan dengan Hanura dan Wiranto sehingga tidak mampu menjaga jarak ketika memberitakan keduanya dibandingkan ketika *Koran Sindo* memberitakan partai politik lain atau sosok partai politik lain pada Pemilu Legislatif 2014.

Data hasil tabulasi silang di atas menunjukkan bahwa *Koran Sindo* memberikan porsi dominan bagi Hanura dan sosok Wiranto dalam pemberitaan Pemilu Legislatif 2014, terutama penempatannya dalam *headline*. Berita *headline* merupakan berita utama dari sebuah surat kabar atau sebuah rubrik tertentu pada surat kabar. Posisinya yang berada di

bagian atas di halaman pertama atau di sebuah rubrik tertentu, membuat posisi berita ini strategis untuk segera mendapatkan perhatian khalayak (*eye catching*).

Kaidah jurnalistik menunjukkan bahwa berita *headline* biasanya memuat peristiwa-peristiwa yang diyakini merupakan peristiwa yang penting untuk diketahui khalayak. Dibandingkan dengan berita *nonheadline*, berita *headline* biasanya mempunyai volume yang lebih besar. Di samping itu, berita *headline* biasanya dilengkapi dengan ilustrasi berupa foto, gambar, diagram, dan data untuk memperkuat argumen bahwa berita-berita tersebut merupakan berita yang penting untuk diketahui oleh khalayak. Data juga menunjukkan bahwa semua berita mengenai Hanura dan sosok Wiranto selalu dilengkapi foto untuk melengkapi berita tersebut.

Kesimpulan ini diperkuat dengan tabulasi silang antara berita partai politik dan tokoh politik dengan metode pengumpulan fakta yang digunakan oleh *Koran Sindo* ketika meliput peristiwa kampanye pemilu 2014. Terdapat tiga metode pengumpulan fakta dalam jurnalistik, yakni observasi, wawancara, dan riset dokumentasi. Semakin banyak metode yang digunakan wartawan dalam meliput berita, diharapkan berita yang diperoleh pun semakin lengkap dan semakin dalam. Penggunaan metode pengumpulan fakta juga menunjukkan atensi atau perhatian wartawan terhadap peristiwa. Artinya, semakin banyak metode yang digunakan, semakin tinggi perhatian yang diberikan oleh wartawan untuk sebuah peristiwa.

Data tabulasi silang penelitian menunjukkan bahwa dari 17 berita mengenai Partai Hanura, *Koran Sindo* menggunakan metode pengumpulan fakta secara lengkap untuk 14 berita (82,35%) dan hanya 3 berita (17,65%) yang menggunakan satu metode, sedangkan ketika meliput partai politik lain, *Koran Sindo* menggunakan semua metode pengumpulan fakta untuk 16 (53,33%) berita dari 30 berita. Sementara itu, terdapat 14 berita lainnya (46,67%) disusun dengan hanya menggunakan satu metode. Data yang tidak jauh berbeda juga terdapat pada saat *Koran Sindo* ketika meliput sosok Wiranto. Surat kabar ini menggunakan metode pengumpulan fakta secara lengkap untuk 10 berita (83,33%) dari 12 berita yang ada. Sisanya, yakni 2 berita (16,67%), diliput oleh *Koran Sindo* dengan hanya menggunakan satu metode. Sebaliknya, pada saat meliput sosok partai politik lain selain Wiranto, *Koran Sindo*

menggunakan metode pengumpulan fakta secara lengkap untuk 20 berita (57,14%) dari 35 berita yang ada. Sebanyak 15 berita lainnya (42,86%) diliput *Koran Sindo* dengan tidak menggunakan metode pengumpulan data yang lengkap.

Data ini menunjukkan bahwa *Koran Sindo* memberikan perhatian yang lebih besar ketika melakukan peliputan mengenai partai politik Hanura dan sosok Wiranto. Atensi yang besar ini membuat *Koran Sindo* dapat melaporkan peristiwa kampanye Pemilu Legislatif 2014 yang melibatkan partai politik Hanura dan sosok Wiranto dengan lebih lengkap dan mendalam dibandingkan ketika memberitakan parati politik dan sosok selain Hanura dan Wiranto.

Pemberitaan Pemilihan Presiden

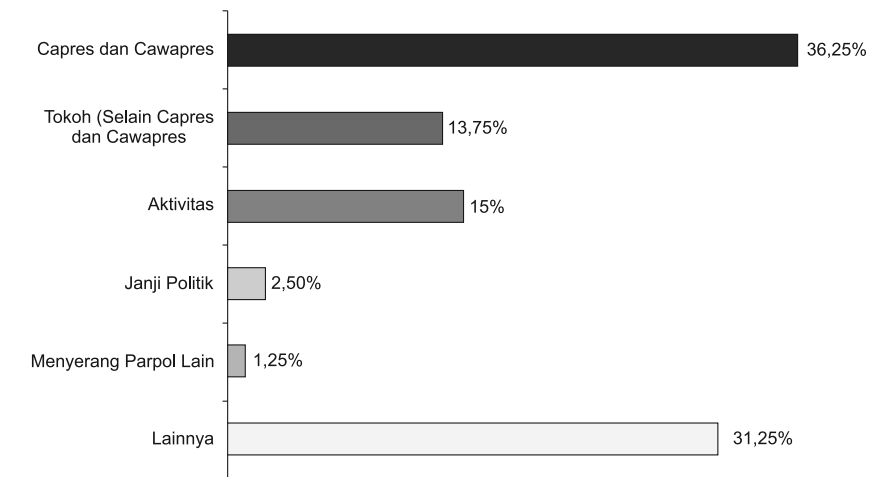
Seperti halnya pada Pemilu Legislatif, pada Pemilu Presiden *Koran Sindo* juga memiliki rubrik khusus. Rubrik tersebut bernama *Rakyat Memilih*. Analisis isi dilakukan pada berita-berita kampanye Pilpres yang muncul di 14 hari masa kampanye. Pada masa 14 hari kampanye tersebut, *Koran Sindo* menurunkan berita sejumlah 80 berita, termasuk berita *headline* dan berita *nonheadline*.

Sebagian besar berita di *Koran Sindo* selama masa kampanye Pilpres mempunyai banyak nilai berita. Sebanyak 76 (95%) berita terkait kampanye Pilpres mengandung banyak nilai berita (*multi news value*) dan hanya 4 (5%) item berita yang mengandung satu nilai berita (*single news value*).

Dilihat dari tipe atau format berita, *Koran Sindo* menurunkan 61 (76,25%) berita *hard news*, 18 (22,50%) berita *soft news*, dan 1 (1,25%) berita *feature*. Melihat komposisi ini, tampak *Koran Sindo* memperlakukan peristiwa kampanye pemilu presiden 2014 sebagai peristiwa yang penting. Ini tampak dari persentase tipe berita *hard news* yang mencapai 76,25%. Sisanya, sebesar 22,50% digunakan *Koran Sindo* untuk memberitakan sisi lain atau sisi menarik dari peristiwa kampanye presiden 2014 dengan format berita *non-hardnews*.

Isi berita *Koran Sindo* didominasi oleh berita mengenai kampanye kedua sosok pasangan capres dan cawapres beserta aktivitasnya. Dominasi berita ini mencapai 55 berita (68,75%), sedangkan berita di luar kampanye kedua sosok pasangan presiden tersebut seperti pemberitaan tentang KPU, persiapan pencoblosan, dan beberapa berita

ringan mencapai 25 berita (31,25%).



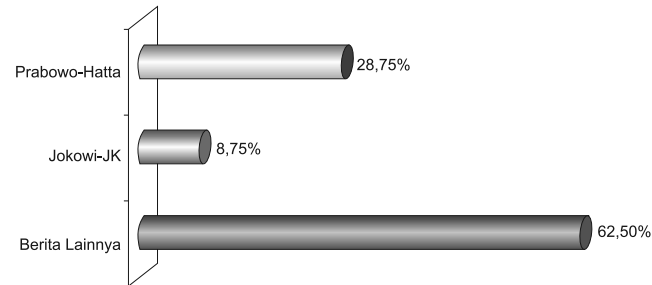
Gambar 10. Isi Berita Pemilu Presiden 2014

Bila fokus pada sosok pasangan capres-cawapres, maka berita tentang pasangan Prabowo-Hatta mendapat porsi sebanyak 23 berita (76,67%), sedangkan Jokowi-Jusuf Kalla mendapat porsi hanya 7 berita (23,33%). Besarnya porsi pemberitaan Prabowo-Hatta yang mencapai lebih dari 70% dapat dipahami karena pasca pemilu legislatif, pasangan capres dan cawapres Partai Hanura, yakni Wiranto dan HT pecah kongsi. Wiranto selaku Ketua Umum Partai Hanura, mengarahkan dukungan ke pasangan capres-cawapres Jokowi-Jusuf Kalla, sedangkan HT lebih mengarahkan dukungan ke Prabowo-Hatta. Padahal, *Koran Sindo* berada dalam grup media di bawah HT sehingga menjadi masuk akal, bila *Koran Sindo* lebih berpihak kepada pasangan Prabowo-Hatta dibandingkan dengan Jokowi-Jusuf Kalla.

Lingkup berita yang dimuat oleh *Koran Sindo* didominasi 52 berita skala nasional (65%) dan hanya 28 berita lokal (35%). Hal ini bisa dipahami karena pada saat pemilu presiden subjek berita berfokus pada dua sosok, yakni sosok pasangan Prabowo-Hatta dan pasangan Jokowi-Jusuf Kalla. Otomatis pemberitaan akan mengikuti ke mana saja kedua pasangan ini melakukan kampanye, yang sangat mungkin tidak selalu berada di Yogyakarta dan Jawa Tengah. Data ini berbeda dengan data lingkup berita pada pemberitaan kampanye Pileg. Pada saat memberitakan kampanye Pileg *Koran Sindo* relatif berimbang antara lingkup nasional dengan lingkup lokalnya.

Terkait dengan keterangan capres-cawapres, tampak jelas keberpihakan *Koran Sindo*. Dari total 80 item berita, ada 23 berita (28,75%)

yang memuat keterangan capres-cawapres Prabowo-Hatta, sedangkan Jokowi-JK hanya 7 berita (8.75%). Di sini, terlihat porsi Prabowo-Hatta jauh lebih besar dibandingkan dengan Jokowi-JK. Berita lainnya mendapatkan porsi sebanyak 50 berita (62.5%).



Gambar 11. Berita Pilpres Berdasarkan Keterangan Capres-Cawapres

Semua berita yang dianalisis dalam penelitian ini, sebanyak 80 item merupakan hasil buatan. Untuk cara mendapatkan berita, sebagian besar berita didapatkan dari beragam sumber. Ada sebanyak 55 berita (68.75%) merupakan berita yang didapatkan secara lengkap dalam arti didapatkan dari beragam cara, yakni wawancara, observasi, dan riset. Meskipun demikian, berita yang didapatkan dengan hanya mengandalkan satu cara jumlahnya signifikan. Dari total 80 berita terkait kampanye Pilpres, sebanyak 25 berita (31.25%) didapatkan hanya dengan satu cara.

Independensi wartawan *Koran Sindo* ketika berhadapan dengan kedua kandidat ternyata jauh dari yang diharapkan. Sebanyak 91,30% dari 23 berita mengenai pasangan Prabowo-Hatta masuk ke dalam kategori tidak independen. *Koran Sindo* hanya menyisakan 2 (8,70%) berita yang independen. Berkebalikan dengan data ini, wartawan terlihat menjaga independensi ketika berhadapan dengan pasangan Jokowi-Jusuf Kalla. Sebanyak 6 dari 7 berita (85,71%) berita mengenai pasangan ini diliput dengan independen. Hanya 1 berita (14,29%) yang diindikasikan diliput dengan tidak independen. Data ini menguatkan asumsi bahwa *Koran Sindo* tampak melakukan keberpihakan dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2014, dengan memberikan dukungan kepada pasangan Prabowo-Hatta.

Perbedaan antara pemberitaan pasangan Prabowo-Hatta dengan Jokowi-Jusuf Kalla juga tampak bila dicermati dari posisi berita. Pasangan Prabowo-Hatta lebih mendapatkan tempat sebagai *headline* (berita utama) di rubrik *Rakyat Memilih - Koran Sindo* dibandingkan dengan

pasangan Jokowi-Jusuf Kalla. Sepuluh berita (43,47%) dari 23 berita mengenai pasangan Prabowo-Hatta menempati posisi sebagai *headline*, sedangkan pasangan Jokowi-Jusuf Kalla tidak satu kali pun mendapatkan kesempatan sebagai *headline* rubrik di *Koran Sindo*.

Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa berita terkait keterangan capres-cawapres juga menunjukkan ketidakseimbangan yang menyolok. Dari total 80 berita, 18 berita yang memuat keterangan capres-cawapres Prabowo-Hatta ditempatkan sebagai *hard news*, dan hanya 4 berita yang masuk ke dalam kategori *soft news*. Ini menunjukkan bagaimana wartawan melihat bahwa setiap keterangan Prabowo-Hatta mengandung unsur kesegeraan, sesuatu yang seyogianya segera dibaca atau diketahui publik. Sementara untuk Jokowi-JK, hanya ada 5 berita yang masuk kategori *hardnews*, sedangkan *softnews* sebanyak 2 berita. Berita-berita lainnya sebanyak 38 berita *hard news*, dan 1 *soft news*.

Analisis tabulasi silang terkait keterangan capres-cawapres menunjukkan kecenderungan keberpihakan yang semakin signifikan. Dari total 23 berita terkait keterangan Prabowo-Hatta, sebanyak 21 (91.30%) berita dinyatakan tidak independen, dan hanya 2 (8.70%) berita yang dinyatakan independen. Angka ini tentu cukup besar. Sementara untuk keterangan capres-cawapres Jokowi-JK, dari 7 berita, 6 (85.71%) berita dinyatakan independen, dan 1 (14.29%) berita dinyatakan tidak independen. Berita lainnya sebanyak 50 berita, dan 14 (28%) diantaranya dinyatakan tidak independen. Dari hasil tabulasi silang, tampak bahwa berita-berita menyangkut keterangan capres-cawapres Prabowo-Hatta cenderung tidak independen.

Foto dan Tipografi Berita Pemilu 2014

Koran Sindo menggunakan tipografi *bold* (cetak tebal) untuk sebagian judul berita dalam Pileg dan Pilpres. Data kuantitatif menunjukkan tipografi *bold* digunakan untuk 31% berita baik pada saat Pileg maupun pada saat Pilpres. Pada saat pemberitaan Pileg, tipografi digunakan untuk 21 dari 67 berita, sedangkan pada saat pemberitaan Pilpres digunakan untuk 25 dari 80 berita. Judul berita dengan menggunakan tipografi *bold* memberikan kesan penting pada berita.

Dalam kaidah jurnalistik, pemberian unsur *bold* (disertai dengan besar huruf), ditambah juga menjadi berita utama atau *headline* halaman, membuat posisi suatu berita menjadi berbeda dengan berita yang lain di halaman yang sama. Berita seperti ini diyakini sebagai berita yang penting, di

mana bobot pentingnya lebih tinggi dibandingkan dengan berita yang tidak menggunakan unsur *bold* (dan besar huruf). Berita ini pun tampak menjadi *eye-catching* di mata pembaca. Dengan demikian *Koran Sindo* berupaya menempatkan peristiwa pemilihan legiuslatif dan juga pemilihan presiden sebagai peristiwa penting yang layak diketahui oleh pembaca.

Selain tipografi huruf, elemen yang juga menjadi pembahasan pada penelitian ini adalah elemen foto berita. *Koran Sindo* menggunakan kelengkapan berita berupa foto berita di hampir 50% pemberitaan pemilu 2014, baik di pemilu legislatif dan pemilu presiden. *Koran Sindo* menggunakan 43,3% foto berita dari 67 berita pemilu legislatif, sedangkan untuk berita pemilu presiden, *Koran Sindo* menggunakan 46,2% foto berita dari 80 berita pemilu presiden.

Sebagian foto-foto berita ini juga dilengkapi *caption* atau kalimat-kalimat yang berfungsi menjelaskan isi foto. Sekitar 40,3% foto berita pemilu legislatif dilengkapi *caption*, sedangkan untuk foto berita pemilu presiden, sebanyak 43,8% dilengkapi *caption*. Sebagian kecil foto-foto berita tersebut ditampilkan berwarna. Foto berwarna pada berita pemilu legislatif ditampilkan sebanyak 37,3%, sedangkan pada pemilu presiden ditampilkan sebanyak 27,5%.

Dalam kaidah jurnalistik, foto berita bertugas untuk menjelaskan berita. Pembaca dapat mudah membayangkan atmosfir suasana dari peristiwa pemilu yang sedang diberitakan bila surat kabar melengkapinya dengan foto berita. Foto berita berwarna juga memberikan kesan menarik dibandingkan dengan foto hitam putih (*black-white* atau B/W). Meskipun demikian, *Koran Sindo* tampak berusaha proposional dalam menampilkan foto berita, dalam arti tidak berupaya menampilkan berita-berita pemilu dengan dominasi foto berita.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dari 67 berita selama pemilu legislatif, 29 berita di antaranya (43,4%) menggunakan ilustrasi foto, 4 berita di antaranya (6%) menggunakan ilustrasi grafik, dan 8 berita di antaranya (11,9%) menggunakan ilustrasi kartun. Ini berarti bahwa melalui ilustrasi foto, diagram atau grafik, dan gambar kartun, *Koran Sindo* berupaya menampilkan berita semenarik mungkin sekaligus meyakinkan pembaca bahwa berita yang diangkat benar adanya (berbasis pada fakta lapangan dan bukan rekaan semata dari si wartawan). Adapun 24 (35,82%) berita tanpa foto, grafik, maupun ilustrasi.

Bingkai (*framing*) Berita Pemilu Legislatif

Bingkai Berita, “Win-HT Potensial Pimpin Indonesia”

Define problems. Pendefinisian masalah dari berita yang dimuat tanggal 24 Maret 2014 ini adalah pasangan Capres-Cawapres Wiranto dan HT merupakan calon pasangan potensial untuk memimpin Indonesia. Selain tampak jelas di *headline* berita, pernyataan ini juga tampak jelas di *lead* berita.

Diagnose causes. Keunikan dari berita ini bila ditinjau dari perangkat analisis *bingkai* model Entman adalah tidak munculnya secara eksplisit perangkat *diagnose caused*. Dengan demikian, sulit untuk melacak siapa atau apa yang menjadi penyebab dan siapa atau apa yang menjadi akibat dari fakta-fakta yang dideskripsikan oleh wartawan *Koran Sindo* pada peristiwa ini.

Make moral judgement. Penilaian moral muncul hampir di seluruh *body* berita. *Make moral judgement* atau penguat argumentasi *define problems* muncul berupa hasil riset polling yang dilansir oleh Pol-Tracking Institute, hasil riset kualitatif Institute for Transformation Studies (Intrans), dan Political Communication (Pol-Comm). Ini artinya *Koran Sindo* berupaya meyakinkan pembaca bahwa pernyataan yang mengatakan bahwa pasangan Wiranto dan HT merupakan pasangan ideal capres dan cawapres untuk memimpin Indonesia bukanlah omong kosong belaka, tapi dilandasi oleh riset ilmiah yang diyakini kebenarannya.

Deskripsi hasil riset Pol-Tracking Institue langsung muncul pada paragraf kedua yang menyatakan bahwa Wiranto memiliki kompetensi, integritas, pengalaman dan keberanian dalam mengambil keputusan dan kepemimpinan yang tegas. Paragraf ke-9 memunculkan hasil riset kualitatif dari Intrans yang bergantian menyatakan bahwa cawapres Hanura HT merupakan tokoh yang paling berpengaruh pada elektabilitas Partai Hanura karena merupakan sosok yang muda dan inovatif, sedangkan hasil riset Political Communication (Pol-Comm) menilai pasangan Wiranto-HT merupakan pasangan tua-muda yang berlatar belakang militer dan pengusaha sehingga diharapkan saling melengkapi.

Treatment Recommendation. Berita ini juga tidak memunculkan kesimpulan atau solusi atau yang dalam perangkat *bingkai* disebut sebagai *suggest remedies* karena sepanjang berita hanya merupakan tuturan hasil penelitian yang mengunggulkan pasangan Wiranto-HT. Paragraf penutup malah diisi dengan deskripsi keunggulan dan kelemahan Jokowi sebagai capres. Dinyatakan bahwa keunggulan Jokowi adalah penerimaan

publik yang sangat luas, tapi, di sisi lain, kelemahannya adalah diragukan kapabilitasnya untuk memimpin Indonesia dengan persoalan yang rumit dan kompleks. Dengan demikian, *bingkai* pada berita ini adalah pasangan Wiranto dan HT yang layak memimpin Indonesia karena merupakan variasi yang saling melengkapi.

Bingkai berita: “Hanura Dorong Pembangunan KTI”



Gambar 12. Harry Tanoesodibyo memperagakan cara mencoblos tanda gambar Pemilu Legislatif (Sumber: Koran Sindo, 25 Maret 2014)

Define problems. Berbeda dengan berita sebelumnya, berita tanggal 25 Maret 2014 yang berjudul “Hanura Dorong Pembangunan KTI” sebenarnya mendeskripsikan dua buah peristiwa, yakni kampanye HT di Kupang-Nusa Tenggara Timur, Balikpapan-Kalimantan Timur, dan kampanye Wiranto di Palembang Sumatera Selatan. Kedua kampanye Hanura ini mengritisi masalah pembangunan di Indonesia.

Define problems dari berita ini adalah Partai Hanura akan terus mendorong pembangunan di Indonesia agar tercapai masyarakat yang sejahtera. Ini tampak dari *lead* berita yang mendeskripsikan bahwa Partai Hanura berkomitmen untuk terus mendorong pembangunan di kawasan Timur Indonesia (KTI) dan paragraf 11 yang mendeskripsikan tiga prioritas utama Partai Hanura untuk pembangunan Indonesia lima tahun ke depan, yakni perlindungan masyarakat, kecerdasan, dan kesejahteraan masyarakat.

Diagnose causes. Pemerintah dianggap sebagai penyebab masalah karena belum mengelola pembangunan dengan baik sehingga pemerataan pembangunan belum terjadi. Ini tampak dari pernyataan HT pada paragraf ke-2 yang menyatakan bahwa kawasan Timur Indonesia sebenarnya memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan dalam pembangunan, tetapi karena tidak dikelola dengan baik menyebabkan perkembangan Indonesia Timur berjalan lebih lambat bila dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia. Selain itu, Partai Hanura menilai bahwa pemerintah masih sibuk dengan urusan dan kepentingannya sendiri-sendiri sehingga belum fokus untuk melakukan pembangunan bagi masyarakat. Ini tampak dari pernyataan Wiranto di paragraf ke-15 (pada subberita *Prioritaskan Tiga Tugas Bangsa*) yang menyatakan bahwa ukuran kesejahteraan adalah bagaimana masyarakat dapat hidup berkecukupan, dan merasa dipentingkan serta didahulukan dalam setiap kebijakan yang diambil pemerintah.

Make moral judgement. Penguat argumentasi yang ditampilkan dalam berita ini adalah beberapa pernyataan baik dari HT maupun Wiranto yang mengacu pada sisi historis dan amanat perundangan di Indonesia. Pada paragraf ke-3, HT menyatakan bahwa reformasi di Indonesia sudah berlangsung selama 16 tahun, tetapi tidak banyak kemajuan yang dicapai Indonesia, khususnya kawasan Timur Indonesia. Kondisi ini tentu tidak baik bagi sebuah bangsa seperti Indonesia. Wiranto, di sisi lain, dalam berita tersebut, menggunakan peraturan perundangan dasar sebagai argumen perlunya pembangunan di Indonesia. Wiranto menyatakan bahwa tiga tugas utama untuk membangun Indonesia, yakni perlindungan warga negara, meningkatkan kecerdasan, dan kesejahteraan masyarakat pada dasarnya merupakan amanat langsung dari UUD 1945. Artinya, amanat mengenai pembangunan ini sudah dicatat dalam sejarah dan wajib dilakukan oleh pemerintah sebagai tulang punggung penggerak pembangunan.

Treatment recommendation. Suggest remedies atau solusi yang ditawarkan dalam berita itu bahwa Partai Hanura siap mengemban tanggung jawab pembangunan tersebut bila diberikan kepercayaan masyarakat untuk memimpin Indonesia dalam lima tahun ke depan. Ini tampak dalam pernyataan HT dan Wiranto pada paragraf ke 5 dan ke 13. Pada paragraf ke 5, HT menyatakan bahwa ia berjanji bila Hanura memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka Hanura akan memperjuangkan terwujudnya tatanan kehidupan bangsa yang lebih adil dimana pembangunan dapat berjalan merata dan masyarakat

menjadi sejahtera tanpa melihat di manapun mereka tinggal. Dengan demikian, *bingkai* berita ini adalah Partai Hanura akan terus mendorong pembangunan di seluruh wilayah Indonesia agar tercipta masyarakat yang sejahtera sesuai dengan amanat UUD 1945 dan reformasi 1998.

Bingkai Berita “Hanura Fokus pada Pemerataan Ekonomi”

Define problems. Berita dengan judul, “Hanura Fokus pada Pemerataan Ekonomi” mendeskripsikan kampanye nasional Partai Hanura di Gedung Graha Di Surabaya, Jawa Timur, yang berlangsung pada Selasa, 25 Maret 2014. Kampanye nasional ini dihadiri langsung oleh capres dan cawapres Partai Hanura, yakni Wiranto dan HT. Berita ini merupakan *headline* rubrik *Rakyat Memilih* dengan volume sekitar setengah halaman dilengkapi dengan foto berwarna.

Adapun *define problems* berita ini adalah Partai Hanura akan fokus pada masalah pemerataan ekonomi untuk mengurangi atau menekan kesenjangan ekonomi yang terjadi di masyarakat Indonesia. Selain tampak pada judul utama, *define problems* juga nampak pada *lead* berita (paragraf pertama). Dalam *lead* berita, dinyatakan bahwa salah satu persoalan penting yang harus segera diselesaikan oleh bangsa Indonesia adalah kesenjangan ekonomi. Oleh karena itu, Partai Hanura akan fokus pada permasalahan kesenjangan ekonomi agar perekonomian Indonesia dapat berkembang pesat.



Gambar 13. Kegiatan Kampanye Nasional Partai Hanura mendapatkan tempat tersendiri dalam liputan Koran Sindo (Koran Sindo, Rabu, 26 Maret 2014)

Diagnose causes. Faktor penyebab dan akibat yang merupakan elemen penting dalam *diagnose causes* pada berita ini adalah belum adanya perubahan yang cepat dan menyeluruh di Indonesia yang mengakibatkan masih adanya persoalan-persoalan korupsi, pendidikan, kesehatan, dan tenaga kerja di masyarakat. Ini tampak dari pernyataan HT di paragraf ketiga yang mengatakan bahwa bila ada perbaikan ekonomi, permasalahan yang ada di Indonesia dapat segera diatasi.

Make moral judgement. Penilaian moral atau argumentasi lebih jauh yang diajukan *Sindo* dalam berita ini tampak jelas ketika HT memberikan analogi berupa perbandingan antara perekonomian Indonesia dengan perekonomian di negara maju (paragraf ke-4 sampai dengan 8). Analogi perbandingan ini muncul lagi pada paragraf ke-9 dan 10 ketika HT membandingkan subsidi pupuk untuk petani antara Tiongkok, India, dan Indonesia. Pada paragraf ke-4 sampai dengan 8, HT menyatakan bahwa di negara maju, pendidikan, kesehatan, bahkan fasilitas perumahan mendapatkan subsidi dari negara dengan cara memberikan keadilan, rasa aman, dan tentram bagi seluruh warganya sehingga warga terhindar dari kecemburuan sosial. Pada paragraf ke-9 dan 10, HT menyatakan bahwa di Tiongkok dan India, subsidi kepada petani terus meningkat. Ini berbanding terbalik dengan apa yang terjadi di Indonesia. Aspek *make moral judgement* ini diperkuat dengan tampilnya foto berwarna yang menggambarkan suasana kampanye nasional Partai Hanura yang berlangsung di Surabaya. Pada foto tersebut, tampak capres dan cawapres Partai Hanura, Wiranto dan HT, bersama dengan para petinggi Partai Hanura memberi salam kepada para kader yang menghadiri acara tersebut.

Treatment recommendation. Berita menampilkan dengan pendek solusi atau kesimpulan atas masalah yang diajukan. Rekomendasi yang ditonjolkan bahwa, melalui pernyataan Wiranto dalam kampanye tersebut, untuk mengatasi permasalahan ekonomi, Indonesia perlu berubah menjadi bangsa yang lebih berdaulat secara ekonomi. Ini tampak dari pernyataan Wiranto di paragraf 11 dan 12 dari berita tersebut. Dengan demikian, *bingkai* berita ini adalah Partai Hanura akan fokus pada pemerataan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan melakukan perubahan di berbagai bidang sehingga kesenjangan ekonomi dapat semakin dikurangi. Oleh karena itu, adalah penting agar rakyat memilih Partai Hanura.

Bingkai Berita “Hanura Janji 10 Tahun Indonesia Maju”

Define problems. Berita ini berisi tentang dua peristiwa kampanye Partai Hanura. *Pertama*, kampanye yang berlangsung di Medan Sumatera Utara yang dihadiri oleh cawapres Partai Hanura, HT. *Kedua*, kampanye yang dilakukan oleh Wiranto, Ketua Umum DPP Partai Hanura, yang sekaligus menjadi capres, di Kota Bandung-Jawa Barat.

Walaupun berita ini berjudul “Hanura Janji 10 Tahun Indonesia Maju,” tapi bila dicermati dengan baik, *define problems* berita ini adalah antusiasme masyarakat dalam mengikuti kampanye Partai Hanura. Ini tampak dari *lead* berita tersebut yang mengetengahkan apresiasi HT selaku cawapres Partai Hanura ketika melihat antusiasme ribuan masyarakat yang menghadiri kampanye partai tersebut di Medan. Ini diperkuat lagi dengan paragraf pertama subberita “Bersih dan Peduli” yang berisi pernyataan Wiranto yang mengatakan bahwa masyarakat selalu tampak antusias untuk mengikuti kampanye Partai Hanura.

Diagnose causes. Adapun faktor penyebab antusiasme warga masyarakat yang mengikuti kampanye Partai Hanura bahwa warga negara sedang mencari partai yang benar-benar bersih dari praktik korupsi, dan peduli terhadap masyarakat. Ini tampak dari paragraf kedua dan keempat sub berita “Bersih dan Peduli” melalui pernyataan Wiranto. Ia mengatakan bahwa saat ini warga masyarakat benar-benar merasa muak kepada partai-partai politik yang terlibat korupsi. Masyarakat menginginkan partai politik yang benar-benar mau peduli terhadap nasib rakyat.

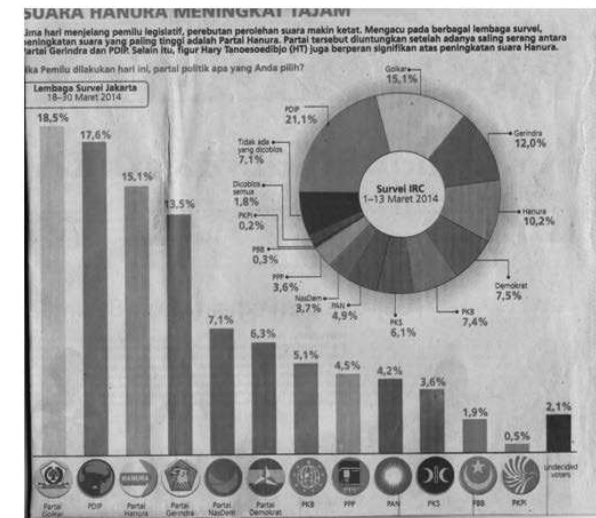
Make Moral Judgement. Munculnya dua foto suasana kampanye Partai Hanura dalam berita ini seakan turut menguatkan argumentasi bahwa antusiasme masyarakat terhadap Partai Hanura memang benar-benar tinggi. Foto pertama mengetengahkan kampanye Partai Hanura di Medan Sumatera Utara yang dihadiri oleh HT. Foto tersebut memperlihatkan antusiasme para kader dan simpatisan Partai Hanura. Foto kedua merupakan foto dengan gambar Wiranto yang tengah tersenyum dan bersalaman dengan para kader dan simpatisan ketika melakukan kampanye di Bandung-Jawa Barat.

Treatment recommendation. Berita ini tidak secara khusus menampilkan simpulan atau solusi yang merupakan elemen *suggest remedies* dalam analisis bingkai. Berita ini murni menceritakan tentang bagaimana antusiasme masyarakat menyambut kampanye Partai Hanura. Secara keseluruhan, bingkai dari berita ini adalah antusiasme warga

masyarakat dalam mengikuti kampanye, baik di Medan Sumatera Utara maupun di Bandung Jawa Barat pada Partai Hanura.

Bingkai berita “Posisi Hanura Terus Naik”

Define problems. Dari berita “Posisi Hanura Terus Naik”, masalah dinyatakan sebagai peringkat Partai politik Hanura yang terus meningkat dari hari ke hari selama masa kampanye Pemilu Legislatif berlangsung. Hal ini tampak dari judul berita yang berbunyi “Posisi Hanura Terus Naik”, dan *lead* yang mendeskripsikan mengenai kepercayaan masyarakat yang terus meningkat. Berita juga memuat hasil survei dari lembaga survei (LSJ) yang menyatakan bahwa elektabilitas partai politik tersebut mencapai 15%.



Gambar 14. Paparan data hasil jajak pendapat menjelang pelaksanaan Pemilu Legislatif, 9 April 2014 (Sumber: Koran Sindo, 5 April 2014)

Diagnose Causes. Pemahaman masyarakat akan visi dan misi yang diperjuangkan oleh Partai Hanura merupakan faktor penyebab meningkatnya popularitas partai ini di masyarakat. Ini ditunjukkan dengan pernyataan Ketua umum DPP Partai Hanura, Wiranto, pada saat kampanye di daerah Jepara-Jawa Tengah (paragraf ke-2).

Pemahaman masyarakat pada visi dan misi Partai Hanura menyebabkan bangkitnya kepercayaan masyarakat terhadap Partai Hanura itu sendiri. Pernyataan Wiranto pada paragraf ke-3 yang menyatakan bahwa

peringkat Partai Hanura berada pada posisi ketiga dari semua partai politik yang mengikuti Pemilu Legislatif 2014. Wiranto menyatakan bahwa Partai Hanura mendapatkan elektabilitas 15%, di bawah partai PDI Perjuangan dan Partai Golkar yang mendapatkan tingkat elektabilitas masing-masing 18% dan 17%.

Make moral judgement. *Koran Sindo* membangun kerangka argumentasi guna menguatkan *define problems* dan *diagnose causes* dengan beberapa cara. *Pertama*, menggunakan riset survei publik dari Lembaga Survey Jakarta (LSJ). Porsi berita mengenai LSJ yang hasil surveinya menempatkan Partai Hanura berada pada posisi tiga besar dengan tingkat elektabilitas 15% mendominasi *body* berita. Dari 19 paragraf berita ini, 10 paragraf diantaranya berisi deskripsi hasil survei LSJ. Ini menunjukkan bahwa *Koran Sindo* terlihat ingin meyakinkan pembaca bahwa naiknya tingkat elektabilitas Partai Hanura bukanlah omong kosong semata, tapi merupakan hasil riset ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Deskripsi narasi riset LSJ ini masih dilengkapi dengan ilustrasi berupa diagram batang dan diagram lingkaran yang ditampilkan secara berwarna. Diagram tersebut melukiskan posisi Partai Hanura yang berada di peringkat ketiga dari 13 partai politik peserta Pemilu Pileg 2014.

Dari teknis jurnalistik, *make moral judgement* pada berita ini juga diperkuat dengan besarnya volume pemberitaan. Volume berita ini mencapai lebih dari dua per tiga halaman (ilustrasi diagram dan gambar gedung MPR/DPR). Tiga berita lainnya di halaman yang sama hanya mendapatkan porsi yang sedikit. Ini berarti ada perhatian besar yang diberikan oleh *Koran Sindo* terhadap Partai Hanura. Perhatian yang besar ini sebenarnya tidaklah mengherankan mengingat tanggal 5 April 2014 merupakan kampanye hari terakhir pada Pemilu Legislatif 2014. Selain itu, narasumber yang digunakan adalah Wiranto (Ketua Umum Partai Hanura dan Capres), Saleh Husin (Ketua DPP Hanura), dan Syaiful Sam (Peneliti LSJ). Penggunaan narasumber ini merupakan cara meyakinkan pembaca karena narasumber seperti ini biasanya akrab di pikiran pembaca.

Treatment recommendation. Berita ini tidak memunculkan *suggest remedies* atau kesimpulan ataupun solusi karena hanya merupakan deskripsi dari hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga survey Jakarta (LSJ) yang menempatkan Partai Hanura sebagai partai dengan elektabilitas tiga besar dari seluruh partai politik yang ada. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *bingkai* dari berita ini adalah popularitas Partai

Hanura yang terus meningkat karena kepercayaan masyarakat yang semakin tumbuh seiring dengan pemahaman yang baik dari masyarakat pada visi dan misi Partai Hanura. Secara implisit, masyarakat diharapkan memilih partai ini karena popularitas yang semakin meningkat.

Bingkai Berita Pemilu Presiden

Bingkai Berita, “Sultan Minta TNI Tetap Netral”

Define problems. Berita ini mengetengahkan pernyataan Sri Sultan Hamengku Buwono X selaku Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta yang meminta aparat TNI-Polri untuk tetap netral dalam Pemilu Presiden 2014. Deskripsi berita ini sekaligus merupakan *define problems* *Koran Sindo* untuk berita ini. *Define problems* tampak pada *lead* atau paragraf pertama berita. Pernyataan ini disampaikan Sri Sultan di sela-sela acara pamitan Taruna Akademi Angkatan Udara di Bangsal Kepatihan Yogyakarta.

Diagnose causes. Penyebab atau aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah muncul pada paragraf kedua berita tersebut. *Koran Sindo* menyebutkan posisi TNI-Polri yang harus tetap netral karena adanya gelaran pemilihan presiden 2014. Pernyataan Sri Sultan ini secara implisit menyatakan bahwa peristiwa pemilihan presiden merupakan situasi yang rawan akan konflik sehingga diperlukan posisi netral (tidak berpihak) dari TNI-Polri ketika berhadapan dengan kedua kubu yang sedang berkompetisi.

Make moral judgement. Posisi TNI-Polri harus netral adalah adanya tata hukum yang berlaku dan mengharuskan TNI dan Polri berada dalam posisi netral dalam pemilu, yakni Undang-Undang tentang TNI-Polri (paragraf 1). Disamping itu, posisi netral TNI dan Polri harus tetap dipegang meskipun sudah purnawirawan karena terikat dengan Sapta Marga dan Sumpah Prajurit (paragraf 3), bahkan juga sudah harus tumbuh sejak masih dalam proses pendidikan atau taruna (paragraf 4).

Treatment recommendation. Berita ini tidak menampilkan secara jelas *suggest remedies* (solusi atau kesimpulan) karena di bagian akhir berita justru diceritakan mengenai upacara pamitan 104 taruna TNI akademi angkatan udara yang akan dilantik oleh Presiden RI pada 26 Juni 2014. Secara keseluruhan, *bingkai* dari berita ini adalah harapan Sri Sultan Hamengku Buwono X agar TNI dan Polri dapat bertindak netral dalam Pemilu Presiden 2014 sesuai dengan UU TNI-Polri dan Sapta Marga serta Sumpah Prajurit.

Bingkai Berita: “Prabowo Dorong Ekonomi Rakyat”

Define problems. Berita ini mendeskripsikan mengenai acara dialog ekonomi yang digelar oleh Calon Wakil Presiden Hatta Rajasa di hadapan para kader yang diselenggarakan oleh Laskar HT sebagai bagian dari rangkaian kampanye di Medan, Sumatera Utara. Adapun *define problems* berita ini adalah tentang komitmen atau janji pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo-Hatta untuk mendorong ekonomi kerakyatan dengan memudahkan akses perbankan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil. Ini tampak jelas dari judul berita dan *lead* atau paragraf pertama.

Diagnose Causes. Aktor atau sesuatu yang dianggap sebagai penyebab perlunya perekonomian kerakyatan didorong adalah masih adanya bagian masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat ekonomi lemah yang belum hidup dengan nyaman, seperti pelaku usaha kecil, para buruh *outsourcing* (alih daya), dan masyarakat perbatasan. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi, diharapkan masyarakat dapat hidup sejahtera. Oleh karena itu, Prabowo-Hatta berkomitmen untuk membuat masyarakat dapat hidup nyaman, memiliki kepastian bekerja tanpa harus khawatir akan diberhentikan atau dipecat. Ini tampak dari beberapa paragraf awal berita yang kemudian ditegaskan pada paragraf 8 berita tersebut.

Make moral judgement. Argumentasi lanjut yang ditampilkan oleh *Koran Sindo* mengenai perlunya mendorong ekonomi kerakyatan adalah fakta yang dituturkan oleh Calon Wakil Presiden Hatta Rajasa mengenai datangnya tantangan dari Masyarakat Ekonomi ASEAN yang akan segera diberlakukan pada tahun 2015 mendatang. Hal ini memunculkan situasi kompetisi yang ketat di bidang Sumber Daya Manusia (paragraf 9). Untuk mendorong pemberdayaan ekonomi kerakyatan, perlu adanya proteksi bagi usaha skala kecil. Negara masih perlu melakukan campur tangan (*hands on*) dalam bidang ekonomi kerakyatan (paragraf 10).

Selain dari sudut substansi berita, *make moral judgement* yang dibangun oleh *Koran Sindo* juga tampak dari sisi teknis berita. Berita mengenai komitmen pasangan Prabowo-Hatta untuk mendorong ekonomi kerakyatan mendapat porsi yang dominan (setengah halaman dari rubrik khusus kampanye pemilu 2014 di *Koran Sindo*). Panjang berita mencapai 17 paragraf. Bagian akhir berita mendeskripsikan perjalanan kampanye calon wakil presiden Hatta Rajasa di wilayah Sumatera Utara.

Disamping itu, berita ini masih dilengkapi dengan foto (dilengkapi *caption*) yang mendeskripsikan calon wakil presiden Hatta Rajasa yang tengah berdiri bersama para petinggi Tim Kampanye Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo-Hatta.

Treatment recommendation. Penutup atau solusi (*suggest remedies*) untuk mendorong ekonomi kerakyatan adalah janji pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo-Hatta untuk membuka akses perbankan yang didirikan khusus untuk nelayan, petani, dan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). Ini tampak dari kutipan khusus dari Hatta Rajasa di tengah berita, yang ditulis dengan besar huruf lebih besar dan dicetak tebal.

Secara keseluruhan, *bingkai* berita “Prabowo Dorong Ekonomi Rakyat” adalah komitmen pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo-Hatta untuk mendorong ekonomi kerakyatan bagi petani, nelayan, buruh, dan masyarakat di perbatasan dengan mendirikan perbankan khusus bagi kelompok masyarakat ini.

Bingkai Berita, “Prabowo Hatta Masuki Fase Tren Positif”

Define problems. Berita ini memiliki subjudul “Mahfud MD Optimistis Mampu Memenangkan Pilpres 2014.” Berita mendeskripsikan pernyataan dari Ketua Tim Pemenangan Nasional Pemilu Presiden Prabowo-Hatta, yakni Mahfud MD yang menyatakan bahwa elektabilitas pasangan Capres dan Cawapres Prabowo-Hatta terus meningkat sehingga menunjukkan *tren* positif bahkan diprediksi mampu mengalahkan calon pasangan Jokowi-Jusuf Kalla.

Define problems berita tersebut bahwa pasangan Capres dan Cawapres Prabowo-Hatta semakin hari semakin mendapatkan respon positif dari masyarakat sehingga membuat kompetisi dalam pemilu presiden 2014 semakin tinggi. Ini tampak dari *lead* berita yang menyatakan bahwa selisih elektabilitas antara kedua calon presiden dan wakil presiden semakin hari semakin tipis.

Diagnose causes. *Koran Sindo* menyatakan bahwa penyebab (*diagnose causes*) semakin naiknya elektabilitas pasangan Capres dan Cawapres Prabowo-Hatta adalah karena pasangan ini sedang memasuki *tren* positif, sedangkan pasangan Jokowi-Jusuf Kalla ditengarai mengalami stagnasi dukungan bahkan cenderung memasuki fase negatif (paragraf 3).

Make moral judgement. Argumentasi lebih lanjut yang diajukan

oleh *Koran Sindo* dibangun dengan menampilkan data dari lembaga survei Pusat Kajian Kebijakan dan Pembangunan Strategis (Puskaptis) yang menyatakan bahwa pasangan Prabowo-Hatta unggul 2,39% dari pasangan Jokowi-Jusuf Kalla (paragraf 2). Ini tentu merupakan upaya *Koran Sindo* untuk meyakinkan pembaca bahwa fakta berita ini bukanlah fakta berita yang dapat diragukan karena bersumber dari lembaga survei yang merupakan salah satu bentuk lembaga ilmiah.

Angka atau selisih 2,39% ini kemudian dinyatakan sebagai 'kemungkinan psikologis' oleh Mahfud MD. Istilah ini muncul dua kali dan menjadi semacam *key words* atau kata kunci (paragraf 3 dan 4). *Key words* atau kata kunci juga muncul menyolok di subjudul berita, yakni 'optimistis'. Kata optimistis menunjukkan sebuah kemungkinan besar bahwa pasangan Prabowo-Hatta dinilai mampu memenangkan kompetisi pemilu presiden 2014. Selain itu, *make moral judgement* juga dibangun dengan 'meminjam' narasumber pengamat politik dari Universitas Padjajaran Bandung, Idil Akbar, yang mencermati peningkatan signifikan perolehan angka yang diraih pasangan Prabowo Hatta. Idil Akbar juga mencermati stagnannya elektabilitas Jokowi-Jusuf Kalla karena yang dilakukan oleh Tim Pemenangan pasangan ini tidak banyak berubah dalam melakukan inovasi kampanye (paragraf 11-14).

Treatment recommendation. Berita ini menawarkan *suggest remedies* atau solusi atau kesimpulan. Dengan mengutip pendapat dari Mahfud MD, *Koran Sindo* menyatakan bahwa dengan elektabilitas yang naik semakin signifikan, maka langkah selanjutnya yang diperlukan adalah mengawal proses pencoblosan dan penghitungan suara di lapangan untuk mendapatkan kemenangan yuridis (paragraf ke-6-10).

Bingkai berita ini adalah elektabilitas pasangan Prabowo-Hatta semakin meningkat karena adanya tren positif dari masyarakat hingga perlu pengawalan agar memperoleh kemenangan pada saat pemilu presiden 9 Juli 2014.

Bingkai Berita, "Revolusi Mental Jokowi Jadi Polemik"

Define problems. Sesuai judulnya, berita ini mendeskripsikan polemik atau perdebatan yang terjadi pasca-Calon Presiden Jokowi melontarkan ide mengenai revolusi mental. Revolusi mental sebenarnya merupakan ajakan Jokowi untuk melakukan perubahan perilaku besar-besaran, meninggalkan kebiasaan lama yang buruk untuk kemudian menuju kebiasaan perilaku

yang baik, yang lebih bermanfaat bagi masyarakat.

Define problems yang disampaikan berita ini adalah ide revolusi mental yang diperkenalkan Jokowi, diduga memiliki akar sejarah dalam pemikiran sosialis-komunis. *Define problems* ini tampak jelas dari paragraf pertama atau *lead* yang ditampilkan oleh berita ini. Selain itu, diperkuat pula pada beberapa paragraf berikutnya, mulai dari paragraf kedua sampai dengan empat belas.

Berita ini menempatkan Jokowi pada posisi sebagai aktor penyebab atau pelaku (*diagnose causes*) karena memperkenalkan ide mengenai revolusi mental yang diduga dekat dengan ajaran sosialisme-komunisme. Ini tampak dari paparan pendapat para narasumber yang ada di berita tersebut. Setiap narasumber yang dimintai pendapatnya (mulai dari Habib Alatas, Fadli Zon, dan Fahri Hamzah) selalu memberikan komentar negatif pada ide Jokowi mengenai revolusi mental.

Make moral judgement. Penilaian moral yang dilakukan oleh *Koran Sindo* tampak dari penggunaan narasumber pihak ketiga (di luar kubu Prabowo-Hatta dan di luar kubu Jokowi-Jusuf Kalla) di bagian awal berita. Ini tentu dilakukan sebagai dalih bahwa *Koran Sindo* tetap berupaya menjaga netralitas pemberitaan. Sosok narasumber yang ditampilkan *Koran Sindo* dalam berita ini adalah Habib Alatas sebagai peneliti dari Pusat Kajian Politik Islam dan Pancasila.

Make moral judgement juga tampak dilakukan oleh *Koran Sindo* dengan menggunakan analogi (perbandingan) antara konsep revolusi mental yang diusung oleh Jokowi dengan konsep revolusi mental yang juga diusung oleh para tokoh-tokoh komunisme yang pernah ada dalam sejarah, baik yang ada di Indonesia maupun yang ada di beberapa belahan dunia yang lain. Ini dilakukan melalui paparan pendapat dari narasumber berita seperti narasumber Habib Alatas yang membandingkan ide revolusi mental Jokowi dengan ide yang diperkenalkan oleh Partai Komunis Cina di RRC dalam rangka mencuci otak para buruh dan petani di sana untuk menolak pemerintah kekaisaran yang berlangsung di sana. Selain itu, Habib Alatas juga melakukan perbandingan antara ide revolusi mental Jokowi dengan revolusi mental yang juga diperkenalkan oleh DN Aidit sebagai salah satu tokoh petinggi PKI tanah air di tahun 1950-1960-an (paragraf ke-3-5).

Pendapat senada juga disampaikan oleh Fadli Zon, selaku Sekretaris Tim Pemenangan Prabowo-Hatta. Fadli Zon bahkan memperbandingkan

antara ide revolusi mental Jokowi dengan pemikiran yang sama yang diusung oleh tokoh komunisme Karl Marx. Seperti juga Habib Alatas, Fadli Zon juga memperbandingkan ide Jokowi ini dengan Chen Duxiu dan DN Aidit yang merupakan tokoh-tokoh Partai Komunis di Cina dan Indonesia. Ini tampak jelas pada paragraf 6-12).

Fahri Hamzah, selaku politikus dari PKS, mengungkapkan bahwa ide mengenai revolusi mental yang diusung Jokowi bukanlah merupakan ide original dari Jokowi, melainkan dari orang-orang yang berada di sekitar Jokowi (paragraf ke-13-14). Tentu, hal ini menunjukkan secara implisit, selain bahwa sebenarnya Jokowi sebagai calon pemimpin nasional tidak memiliki ide orisinal, juga menunjukkan bahwa orang-orang di sekitar Jokowi perlu diwaspadai karena membawa paham komunisme.

Akhirnya, *make moral judgement* dibangun oleh *Koran Sindo* dengan berupaya meyakinkan pembaca bahwa komunisme merupakan paham yang bertentangan dengan agama dan Pancasila (paragraf 1 dan 12). Tentu saja, ini dilakukan dengan mengutip pendapat dari narasumber Habib Alatas dan Fadli Zon.

Untuk menjaga keberimbangan berita, *Koran Sindo* tetap berupaya menampilkan pendapat dari kubu Calon Presiden dan Wakil Presiden Jokowi-Jusuf Kalla. Namun, sanggahan dari kubu Jokowi-JK ini dimunculkan di bagian akhir berita (paragraf ke-15-19). Padahal, format berita yang digunakan adalah berita langsung (*straight news*). Sesuai dengan kaidah jurnalistik, urutan penyajian fakta dalam berita langsung dimulai dari yang paling penting menuju yang tidak penting. Artinya, ketika sanggahan dari kubu Jokowi-JK disampaikan di bagian akhir berita, maka *Koran Sindo* secara implisit menyatakan bahwa fakta-fakta ini berada dalam posisi tidak penting.

Sanggahan yang muncul pada akhir berita ini juga didukung substansi sanggahan yang sifatnya emosional. Bila pada narasumber kubu Prabowo-Hatta disampaikan pendapat yang rasional, melakukan perbandingan dengan sejarah sebaliknya dari kubu Jokowi-JK justru menyampaikan pendapat yang irasional, yakni dengan menyatakan bahwa kubu Prabowo-Hatta semata hanya panik dan tidak siap dengan Jokowi-JK yang semakin lama semakin menunjukkan kemenangan dalam pemilu presiden.

Treatment recommendation. Suggest remedies atau solusi atau kesimpulan yang ditawarkan oleh berita ini adalah mengajak masyarakat untuk berhati-hati dalam menerima ide revolusi mental Jokowi. Ini

tampak jelas dari pernyataan Fadli Zon pada paragraf 11.

Secara keseluruhan, bila dilihat dari sisi bingkai berita atau *bingkai*, maka *bingkai* berita ini adalah ide tentang revolusi mental yang diusung oleh Jokowi diduga masih berkait dengan ajaran sosialisme dan komunisme sehingga masyarakat perlu berhati-hati untuk menerimanya.

Bingkai Berita: “Mega Beri Perhatian Khusus ke Jateng”

Define Problems. Berita ini memiliki subjudul “Berharap Suara Pileg Bisa Tetap Dipertahankan.” Berita ini mendeskripsikan mengenai kampanye Megawati Soekarnoputri di Semarang Jawa Tengah. Megawati mengharapkan pasangan capres dan cawapres Jokowi-Jusuf Kalla dapat memenangkan pemilihan umum presiden di wilayah ini, sama seperti pada saat pemilu legislatif 9 April 2014 sebelumnya dan pemilu Gubernur Jawa Tengah yang berhasil memenangkan Ganjar Pranowo dan Heru Sudjatmoko.

Define problems berita ini menunjukkan bahwa Megawati tengah memberikan perhatian khusus kepada wilayah Jawa Tengah yang merupakan lumbung suara PDI Perjuangan untuk memenangkan pasangan capres-cawapres Jokowi-Jusuf Kalla. Ini tampak jelas selain pada *lead* berita juga paragraf kedua berita tersebut. Melalui pernyataan Megawati Soekarnoputri, *Koran Sindo* juga mengemukakan aspek *diagnose causes*, yakni dengan menyatakan bahwa alasan Megawati datang ke Jawa Tengah adalah karena wilayah ini merupakan salah satu basis suara PDI Perjuangan sehingga perlu untuk dipertahankan.

Walaupun berita ini terkesan memiliki *tone* positif, tapi bila dibandingkan dengan berita “Prabowo-Hatta Masuki Fase Tren Positif,” “Mahfud MD Optimistis Mampu Menangi Pilpres 2014,” berita ini justru terkesan sebaliknya. Berita Prabowo-Hatta menunjukkan sisi optimistis untuk memenangi pilpres 2014, sedangkan berita Megawati justru menunjukkan semacam kekhawatiran atau keraguan, apakah pasangan Capres-Cawapres Jokowi-Jusuf Kalla mampu memenangkan suara di wilayah Jawa Tengah.

Ini terlihat dari pilihan kata yang digunakan oleh wartawan. Frase *beri perhatian khusus* di judul berita, kemudian pilihan kata *berharap* di judul berita menunjukkan hal ini. Frase *memberikan perhatian khusus* dan pilihan kata *berharap* kemudian muncul kembali di awal *body* berita, yakni *lead* dan paragraf kedua. Pertanyaannya adalah mengapa harus

menggunakan frase *beri perhatian khusus* dan *berharap* bila benar Jawa Tengah merupakan lumbung suara? Secara implisit, hal ini menunjukkan bahwa Jawa Tengah justru menjadi wilayah yang tidak stabil bagi suara PDI Perjuangan dan pasangan Jokowi-Jusuf Kalla. Walaupun masih ada kemungkinan pasangan ini menang, tapi kekalahan juga sedang mengintai wilayah ini.

Paragraf ke-4 berita mendeskripsikan mengenai keterlibatan Megawati untuk menyuskseskan pilpres 2014. Megawati memantau langsung persiapan penghitungan suara pilpres pada 9 Juli 2014. Meskipun ini menunjukkan keterlibatan Megawati pada pilpres, tapi haruskah pemantauan persiapan penghitungan suara di level *grass roots* dipantau langsung oleh seorang Ketua Umum Partai Politik? Di mana para kader PDI Perjuangan? Ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan berita Prabowo-Hatta sebelumnya. Berita Prabowo-Hatta yang menunjukkan optimisme kemenangan mendeskripsikan bahwa Prabowo menginstruksikan pemantauan penghitungan suara akan dilakukan oleh kader-kader dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Dengan demikian, paragraf ke4 justru hendak menegaskan bahwa PDI Perjuangan tidak pada posisi siap menang di Jawa Tengah akibat tidak berjalannya mekanisme partai politik dalam mengawal penghitungan suara.

Bila pada berita “Prabowo-Hatta Masuki Fase Tren Positif” menggunakan argumen ilmiah berupa hasil *polling*, berita tentang kampanye Megawati ini juga menggunakan *polling* serupa. Namun, bila *polling* di berita Prabowo-Hatta dilakukan oleh sebuah Pusat Studi atau Pusat Kajian (mengesankan lembaga *polling* ilmiah), maka *polling* untuk berita kampanye Megawati justru dilakukan oleh sebuah lembaga yang namanya tidak mencerminkan lembaga ilmiah, yakni Perhimpunan Masyarakat Madani Jawa Tengah (paragraf ke-8). Kata *perhimpunan* mengesankan sebuah paguyuban yang biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk lembaga-lembaga kultural. Kata ini tidak lazim digunakan untuk lembaga-lembaga ilmiah. Dengan demikian, hasil *polling*-nya pun tentu bisa diragukan. Terlebih, *Koran Sindo* juga membeberkan mekanisme *polling* yang dilakukan oleh perhimpunan ini, yakni menyebarkan 1000 kusioner untuk 35 kabupaten di Jawa Tengah (paragraf ke-8-10). Dari sisi metodologi, pertanyaannya adalah dari mana datangnya angka 1000 ini? Berapa populasi masyarakat Jawa Tengah sehingga respondennya hanya 1000 orang? Deskripsi ini justru menguatkan bahwa hasil *polling* ini harus diragukan keilmiahannya.

Berita ini dilengkapi dengan foto ber-*caption*. Foto yang ditampilkan berupa sosok Megawati (dengan *medium closed-up*) mengenakan pakaian kotak-kotak tengah memberi orasi. Bila dicermati foto ini bukan termasuk foto berita atau foto jurnalistik. Foto ini lebih mengarah pada foto dokumentasi biasa. Foto ini tidak nampak berbicara karena yang muncul hanya sosok Megawati seorang diri. Dalam foto tersebut, tidak nampak Megawati berada di tengah para kader PDI Perjuangan Jawa Tengah sehingga meskipun berita ini dilengkapi dengan foto, tapi foto berita ini tidak bisa banyak berbicara untuk memberikan dukungan terhadap narasi berita.

Treatment recommendation. Suggest remedies tidak nampak jelas dalam berita ini. Meskipun demikian, bisa disimpulkan berdasar pemaparan *define problems, diagnose causes, dan make moral judgement* bahwa meskipun Jokowi-Kalla ada peluang memenangkan pilpres 2014 di Jawa Tengah, tapi peluang tersebut tidaklah besar. Peluang pasangan Prabowo-Hatta untuk menanggung suara di Jawa Tengah masih terbuka lebar akibat ketidaksiapan PDI Perjuangan dalam mengonsolidasikan suara.

Kepemilikan dan Kebijakan Redaksi

Upaya MPM untuk mendapatkan konfirmasi dari pihak redaksi *Koran Sindo* terkait dengan penelitian ini sampai batas akhir penulisan laporan tidak memperoleh hasil. Permohonan wawancara secara tertulis telah diajukan sebanyak tiga kali, tetapi tidak juga mendapatkan layanan. Dari lima surat kabar yang diteliti, hanya *Koran Sindo* yang tidak memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan wawancara. Akibatnya, tidak diperoleh gambaran yang langsung diberikan oleh pihak redaksi sehingga memaksa peneliti menggunakan sumber sekunder untuk menjelaskan hubungan kepemilikan media *Koran Sindo* dengan independensi. Satu-satunya sumber yang diacu untuk menjelaskan permasalahan independensi yang dihadapi oleh *Koran Sindo* ialah laporan Widiyanto yang berjudul, “Geger di Sisminbakum, Sunyi di RCTI dan Okezone”, sebagaimana dimuat dalam buku *Wajah Retak Media Kumpulan Laporan Penelusuran* yang diterbitkan atas kerjasama AJI Indonesia dan Yayasan Tifa tahun 2009.

Merujuk laporan Widiyanto dapat dikatakan bahwa intervensi pemilik media pada perusahaan media yang dimiliki elit partai politik seperti yang terjadi pada *Koran Sindo* dan MNC Group ini bukanlah

hal baru. Pada tahun 2008, ketika indikasi korupsi dalam pengadaan Sistem Administrasi Badan Hukum atau yang disingkat Sisminbakum terbongkar, intervensi terhadap media yang dilakukan oleh pemilik MNC Group tidak terelakkan. Intervensi terjadi tidak hanya di ruang redaksi pemberitaan, tetapi bahkan sampai pada saat reporter melakukan liputan di lapangan. Pada waktu itu, hampir semua media massa di tanah air, baik media cetak, media elektronik, dan media *online* memberitakan kasus korupsi Sisminbakum yang menyeret salah satu mantan Dirjen Departemen Hukum dan HAM, Romli Atmasasmita. Namun, beberapa media tidak memberitakan peristiwa ini, yakni televisi swasta *RCTI*, *Koran Sindo*, dan *Okezone.com*. Ketiga media tersebut merupakan anak perusahaan MNC Group yang dimiliki oleh HT.

Intervensi pemilik medialah yang menyebabkan ketiga media tersebut tidak memberitakan kasus korupsi Sisminbakum yang merugikan negara hingga milyaran rupiah. Dituturkan oleh Dandhy Dwi Laksono, selaku Koordinator Liputan *RCTI*, intervensi tersebut bahkan dilakukan mulai dari ketika reporter melakukan liputan di lapangan. Ini dialami oleh Bima Marzuki, reporter *Seputar Indonesia RCTI*, ketika melakukan wawancara dengan Menteri Keuangan Sri Mulyani mengenai permasalahan Sisminbakum. HT yang kebetulan juga berada di lokasi wawancara Bima Marzuki, melalui Sururi Alfaruq (pemimpin redaksi *Sindo*), melarang reporter *RCTI* tersebut menayangkan hasil wawancara (Widiyanto, 2009: 2-4).

Sebelumnya, Dandhy Dwi Laksono juga sempat menemukan fakta bahwa reporternya yang bertugas di Kejaksaan Agung, telah secara sengaja tidak melakukan peliputan tentang masalah Sisminbakum. Setelah didesak, reporter *RCTI* yang bertugas, yakni Tunggal Siregar, akhirnya mengakui bahwa pelarangan tersebut datang langsung dari pemimpin redaksi Arief Suditomo (*Ibid.* hal. 2). Situs berita online *Okezone.com* pun setali tiga uang dalam pemberitaan Sisminbakum ini. Walau pemberitaan awalnya relatif berimbang, pada akhirnya *Okezone.com* menyerah. *Okezone.com* bahkan sampai pada pencabutan beberapa artikel berita yang berkaitan dengan Sisminbakum. Bila pada tahap awal masih ditemui sekitar 81 berita mengenai Sisminbakum, maka pada tahap berikutnya yang muncul tinggal 48 berita. Perlu diketahui bahwa pemimpin redaksi *Okezone.com* ialah David Fernando Audy, yang merupakan adik ipar HT (*Ibid.* hal. 6).

Pelarangan berita Sisminbakum sempat memunculkan kekusaran di kalangan redaksi di perusahaan-perusahaan media yang tergabung di MNC Group. Penelusuran akhirnya menunjukkan bahwa kasus korupsi di Sisminbakum ternyata menyeret PT Sarana Rekatama Dinamika yang merupakan perusahaan yang masih berada dalam payung perusahaan di bawah kepemilikan HT. PT Sarana Rekatama Dinamika merupakan pengelola resmi Sisminbakum di Departemen Hukum dan HAM.

Kesimpulan

Temuan penelitian di level teks media pada *Koran Sindo* selama masa kampanye Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden 2014 mengindikasikan bias pemberitaan. Pada pemilu legislatif, *Koran Sindo* cenderung memberikan ruang kepada Partai Hanura bersama pasangan Wiranto-HT sebagai capres dan cawapres partai ini untuk tampil dominan. Demikian pula pada saat Pemilu Presiden ketika HT memberikan dukungan kepada pasangan capres-cawapres Prabowo Subianto-Hatta Rajasa, *Koran Sindo* tampak sangat positif ketika memberitakan pasangan ini dibandingkan ketika surat kabar ini memberitakan pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla.

Analisis *bingkai* memberikan hasil yang sangat jelas terkait keberpihakan *Koran Sindo*. Bahkan, dalam konteks pilpres, serangan *Koran Sindo* sangat nyata dalam berita revolusi mental yang diusung Jokowi. Dalam berita itu, revolusi mental dihubungkan dengan gagasan kaum komunis, sesuatu yang sangat sensitif bagi masyarakat Indonesia, dan lebih-lebih kaum muslim.

MEDIA INDONESIA

DARI KORAN KUNING MENJADI KORAN PARTISAN

Dari Koran Kuning ke Koran Politik*)

M*edia Indonesia* diterbitkan pertama kali pada 19 Januari 1970 oleh Teuku Yously Syah (Pemimpin Umum) dengan motto “Pembawa Suara Rakyat”. Pada awalnya, *Media Indonesia* bukanlah koran politik atau bisnis, melainkan lebih banyak memberitakan dunia hiburan seperti cerita artis dan sebagainya. Saat itu, *Media Indonesia* bisa dikatakan sebagai koran kuning karena beritanya sebagian besar berisi gosip. Oplah pertama *Media Indonesia* hanya sekitar 5.000 eksemplar.

Dalam perkembangannya, *Media Indonesia* mengalami masa kritis, dan terpaksa menjadi surat kabar mingguan. Untuk memperbaiki manajemen, sekitar tahun 1988, Teuku Yously Syah selaku Ketua Yayasan Warta Indonesia melakukan kerjasama dengan Surya Paloh, mantan Pemimpin Umum Harian *Prioritas*. Dengan kerjasama itu, Surya Paloh menjadi direktur utama *Media Indonesia*. Tahun 1992, *Media Indonesia* mulai bangkit kembali dengan memberi warna baru pada rubrik pemberitaannya, seperti keuangan, otomotif, konsumen, wisata dan delik hukum. Di bawah kepemimpinan Surya Paloh, *Media Indonesia* terus menggaet pembaca. *Media Indonesia* mem-*posisioning*-kan diri

* Bagian ini diolah dari *Sejarah Media Indonesia*, Dokumen Media Indonesia

sebagai koran politik. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Divisi Pemberitaan *Media Indonesia*, Abdul Khohar, *positioning* koran politik ini adalah wujud peran pers sebagai pilar keempat demokrasi.

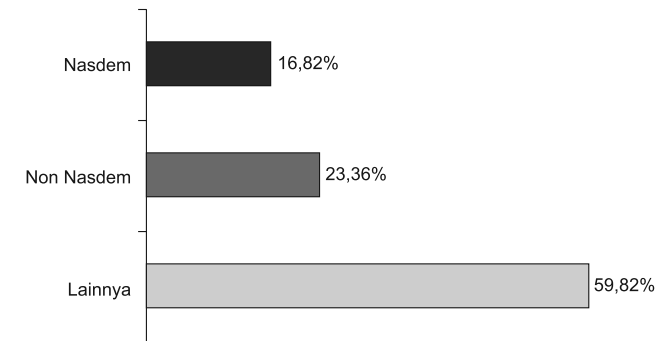
Saat ini, seperti dikemukakan oleh Abdul Khohar, ketika ada edisi khusus, oplah *Media Indonesia* sekitar 250.000-280.000. Jika dibandingkan 10-15 tahun lalu, yang bisa mencapai 350.000, berarti terjadi penurunan yang signifikan. Hal ini merupakan hukum alam koran cetak dimana konsumen lari ke *online* dan televisi. Berita yang mendongkrak iklan di *Media Indonesia* sendiri bukanlah berita politik, melainkan berita ekonomi. Dengan citra sebagai koran politik, bentuk iklan di *Media Indonesia* berupa iklan korporasi, iklan pemerintah yang ingin melaporkan kinerja mereka, laporan keuangan, dan lainnya. *Media Indonesia* menjalin kerjasama dengan Mahkamah Konstitusi dengan melaporkan sidang-sidang konstitusi secara langsung. “Mereka memilih kami karena karakter pembaca kami dinilai pas dengan tujuan mereka, misalnya terkait sengketa undang-undang. DPR dan MPR juga memberikan iklan pengumuman terkait dengan panitia seleksi calon anggota Komisi Yudisial,” demikian dikemukakan Abdul Khohar (wawancara, 15 Januari 2015).

Pemberitaan Pemilu Legislatif

Selama masa penelitian terdapat 107 item berita yang berhasil dikoding dan dianalisis. Dari jumlah tersebut, 32 (29,90%) berita berada dalam posisi *headline*, sedangkan 75 (70,10%) merupakan berita biasa (*nonheadline*). Jumlah berita yang menempati *headline* memang lebih sedikit karena posisi *headline* diperuntukkan bagi berita utama yang memiliki bobot tinggi dibanding berita lainnya.

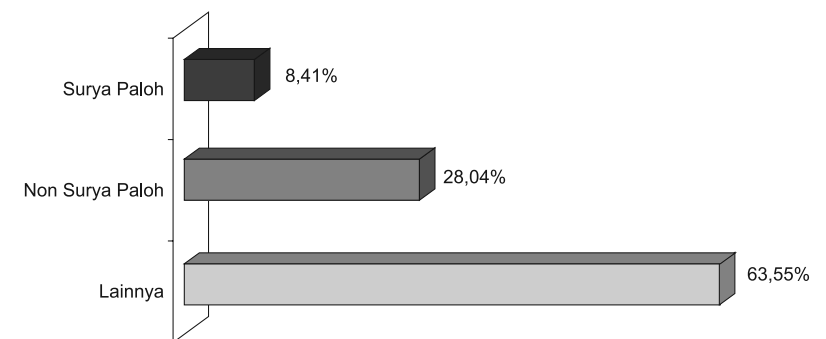
Sebagian besar berita di *Media Indonesia* terkait kampanye legislatif berbentuk *hard news*, yaitu sebanyak 95 (88,80%) item, sementara *soft news* hanya 12 (11,20%) berita. *Soft news* pemilu *Media Indonesia* biasanya mengulas profil kader.

Data penelitian menunjukkan bahwa *Media Indonesia* tidak hanya memberitakan Nasdem, tetapi juga partai lainnya. Namun, dibandingkan dengan partai lain berita terkait Nasdem tergolong sangat signifikan, yakni sebanyak 18 (16,82%) item; sementara berita mengenai partai lain secara keseluruhan hanya 25 item atau 23,36% dari total 107 berita.



Gambar 15. Berita Pemilu Legislatif Berdasarkan Topik

Berita tokoh juga tidak fokus semata pada Surya Paloh. *Media Indonesia* tetap mengakomodasi atau memberitakan tokoh-tokoh di luar partai Nasdem, jumlahnya mencapai 30 (28,04%) berita non Surya Paloh, 9 (8,41%) berita tentang Surya Paloh, dan 68 (63,55%) berita di luar keduanya.



Gambar 16. Berita Pemilu Legislatif Berdasarkan Tokoh

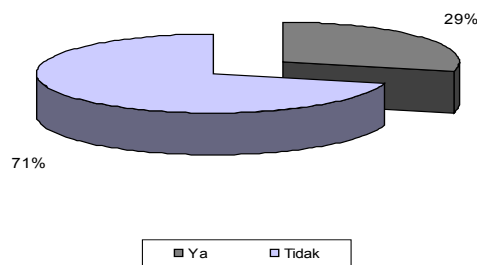
Hampir seluruh berita *Media Indonesia*, 106 (99%) item menggunakan *multi news value*. Nilai berita utama yang disuguhkan adalah *significance* (penting) dan *timeliness*. Dari sisi ini, bisa dikatakan bahwa berita-berita di *Media Indonesia* sudah baik karena hanya 1% berita yang mengandung satu *news value*.

Sebagai media nasional, *Media Indonesia* lebih banyak menyajikan berita nasional. Persentase berita-berita yang mempunyai lingkup nasional sebanyak 78 (72,90%) berita, hanya 29 (27,10%) item yang merupakan berita dengan cakupan lokal.

Berita-berita di *Media Indonesia* lebih banyak diperoleh dari inisiatif

jurnalis, dimana wartawan melakukan peliputan atau wawancara dengan pihak tertentu atas dasar inisiatif sendiri. Sebanyak 72 (67.29%) berita merupakan inisiatif sendiri, 34 (31.78%) berita merupakan berita buatan, dan 1 (0.93%) berita diperoleh secara natural. Terkait dengan cara mendapatkan berita, *Media Indonesia* kebanyakan menggunakan teknik pengumpulan data lebih dari satu cara. Terdapat 93 (86,92%) berita diperoleh dengan observasi, wawancara, dan riset, sementara hanya 14 (13,08%) berita yang diperoleh hanya dengan satu cara.

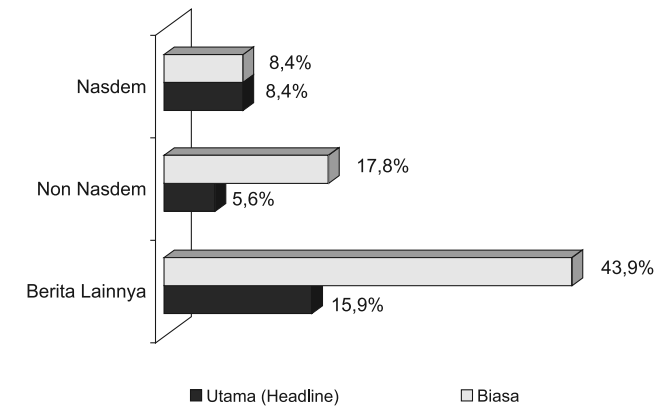
Sebanyak 71% berita dari 107 berita di *Media Indonesia* terkait pemilu legislatif masuk ke dalam kategori tidak independen. Sementara, berita yang masuk ke dalam kategori independen hanya 29% judul. Ini tentu merupakan jumlah yang signifikan, menunjukkan bahwa *Media Indonesia* cenderung tidak menggunakan *cover both sides* ataupun peliputan yang berimbang.



Gambar 17. Berita Pileg Berdasarkan Tingkat Independensi

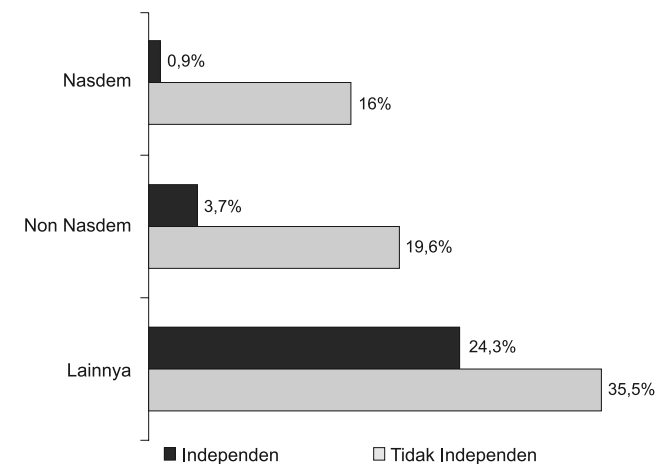
Guna mendapatkan gambaran menyangkut hubungan antara variabel satu dengan lainnya dilakukan tabulasi silang (*crosstabulations*) mencakup hal-hal utama yang terkait langsung dengan objektivitas dan independensi, yakni (1) partai politik dengan posisi berita, (2) partai politik dengan independensi, (3) berita tokoh dengan posisi berita, dan (4) berita tokoh dengan independensi.

Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa berita tentang Partai Nasdem muncul sebanyak 9 kali sebagai *headline*, sedangkan *headline* untuk partai non Nasdem hanya 6 judul, dan 17 berita *headline* tentang topik lainnya. Data tersebut memperlihatkan secara jelas bahwa *Media Indonesia* sangat memihak partai Nasdem yang dimiliki oleh Surya Paloh yang tidak lain adalah pemilik *Media Indonesia* itu sendiri.



Gambar 18. Headline dan Non Headline berdasarkan porsi berita

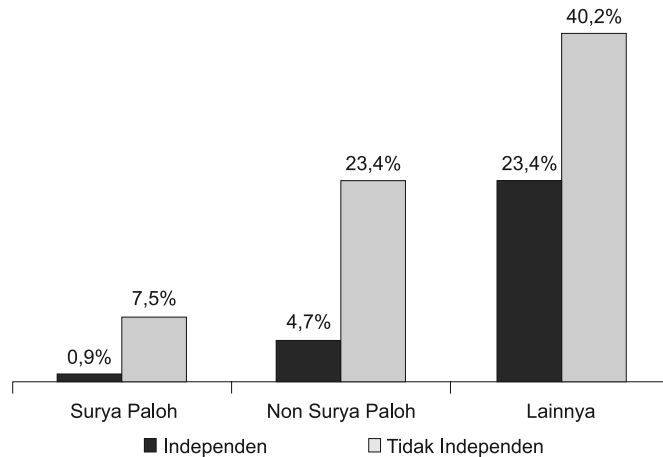
Hasil tabulasi silang yang dilakukan antara independensi dengan berita parpol juga memperlihatkan bahwa berita-berita mengenai partai politik tidak mencerminkan independensi. Terdapat 17 (16%) berita tentang Nasdem, 21 (19,6%) berita tentang partai non Nasdem, dan 38 (35,5%) berita lainnya yang tidak memenuhi unsur independensi. Sebaliknya, hanya ada 1 (0,9%) berita Nasdem, 4 (3,7%) berita non Nasdem, dan 26 (24,3%) berita lainnya yang memenuhi aspek independensi.



Gambar 19. Berita Pileg Berdasarkan Tingkat Independensi terhadap Partai

Kecenderungan bias pemberitaan juga ditemukan pada hasil tabulasi silang antara posisi berita dengan berita tokoh. Dalam hal ini, Surya Paloh tidak pernah luput dari *headline*. Berdasar hasil tabulasi silang,

Surya Paloh mendapat porsi 8 berita *headline*. Sebagai pembanding, hanya ada 9 berita *headline* menampilkan tokoh non Surya Paloh, dan 15 berita *headline* menampilkan topik lainnya.



Gambar 20. Berita Pileg Berdasarkan Tokoh

Akhirnya, independensi dalam berita-berita mengenai tokoh juga tidak jauh berbeda. Terdapat 8 (7,5%) berita Surya Paloh, 25 (23,4%) berita non Surya Paloh, dan 43 (40,2%) berita kategori lainnya ditulis secara tidak independen. Sementara itu, hanya 1 (0,9%) berita Surya Paloh, 5 (4,7%) berita non Surya Paloh, dan 25 (23,4%) berita lainnya yang ditulis secara independen. Di sini, terlihat bahwa berita mengenai Surya Paloh cenderung tidak independen atau keperpihkan *Media Indonesia* sangat jelas.

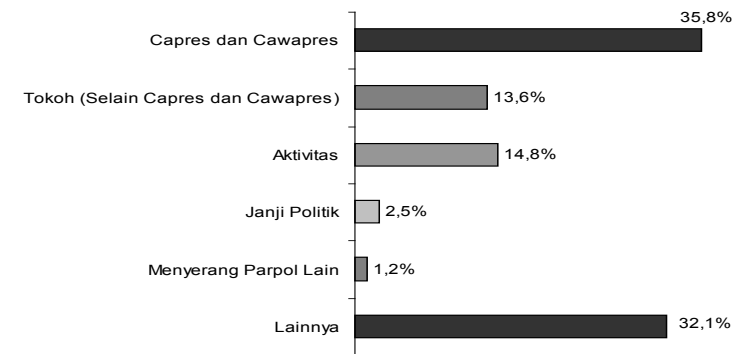
Pemberitaan Pemilu Presiden

Terdapat 81 item berita yang berhasil dikoding selama masa pengambilan sampel. Dari jumlah tersebut dapat diidentifikasi, sebanyak 27 (33,3%) berita berada dalam posisi *headline*, sedangkan 54 (66,7%) berita merupakan berita biasa atau pada posisi *nonheadline*.

Hampir seluruh berita *Media Indonesia* selama pemilihan umum presiden dan wakil presiden menggunakan *multi news value*, yakni mencapai 78 (96,3%) berita. Berita dengan *single news value* hanya 3 (3,7%) judul. Nilai berita utama yang disuguhkan adalah *significance* (penting) dan *timeliness*.

Tipe berita *Media Indonesia* didominasi *hard news*, mencapai 77 (95,1%) berita. Hanya 4 (4,9%) berita yang berjenis *feature*. Isi berita

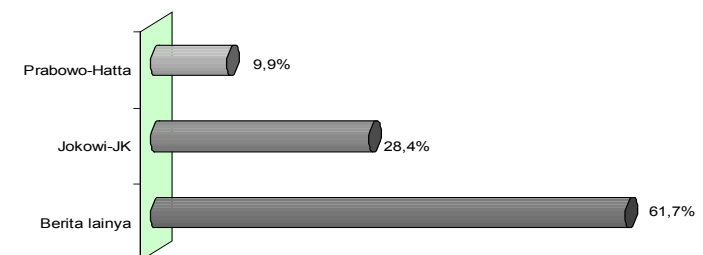
politik di *Media Indonesia* kebanyakan mengulas soal capres dan cawapres, jumlahnya mencapai 29 (35,8%) berita. Di bawahnya, ada berita dengan topik lainnya sebanyak 25 (32,1%) berita, aktivitas pilpres 12 (14,8%) berita, tokoh selain capres dan cawapres 11 berita (13,6%), janji politik 3 (2,5%) berita, serta menyerang parpol lain 1 berita (1,2%).



Gambar 21. Berita Pilpres Berdasarkan Isi

Seperti halnya dalam masa pemilu legislatif, kecenderungan menyajikan berita nasional juga berlaku dalam masa kampanye presiden dan wakil presiden. Jumlah berita nasional terkait kampanye pemilihan presiden dan wakil presiden mencapai 74 berita (91,4%), sedangkan berita dengan lingkup lokal hanya 7 (8,6%) judul.

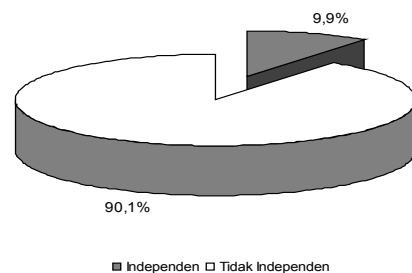
Dari 81 berita yang diteliti, 50 (61,7%) berita di *Media Indonesia* banyak menampilkan topik lainnya. Namun, *Media Indonesia* tidak lepas dari kepentingan politik dimana Surya Paloh mendukung Jokowi dalam pilpres. Oleh karenanya, sebanyak 23 (28,4%) berita memberitakan Jokowi dan JK, sedangkan 8 berita lainnya (9,9%) memberitakan Prabowo dan Hatta.



Gambar 22. Berita Pilpres berdasarkan Nama Pasangan Capres-Cawapres dan lainnya.

Berita politik di *Media Indonesia* selama kampanye pilpres lebih banyak berasal dari inisiatif, dimana wartawan melakukan peliputan atau wawancara dengan pihak tertentu atas dasar inisiatif sendiri. sebanyak 68 (84%) berita wartawan mendapatkan materi atas inisiatif sendiri, sementara 13 (16%) item diperoleh dengan cara lainnya. Sementara itu, untuk teknik pengumpulan data, sebagian besar, yaitu 70 (86,4%) berita politik selama pilpres menggunakan lebih dari satu cara. Adapun berita yang diperoleh hanya dengan satu cara sebanyak 11 (13,6%) item.

Dari total 81 berita yang dianalisis, sebanyak 73 berita (90,1%) terkait pemilu presiden tidak independen. Hanya 8 berita (9,9%) yang dinilai independen. Berita *Media Indonesia* cenderung tidak menggunakan aspek *cover both sides* dan tidak berimbang.



Gambar 23. Berita Pilpres Berdasarkan Tingkat Independensi

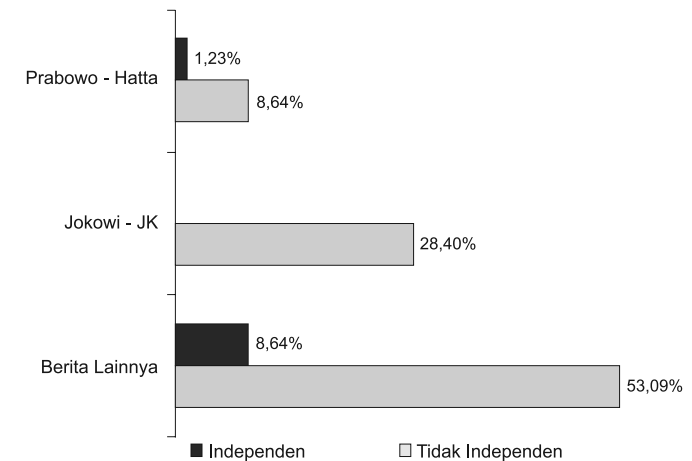
Untuk mempertajam analisis, seperti pada berita politik pemilu legislatif, penelitian ini juga melakukan tabulasi silang atas berita-berita politik pemilu presiden. Ada tiga tabulasi silang yang utama, yakni keterangan capres-cawapres dengan posisi berita, keterangan capres-cawapres dengan format atau tipe berita, dan keterangan capres-cawapres dengan independensi berita.

Sesuai dengan afiliasi pemilik media terhadap calon Jokowi-JK, maka berita politik pun memberi porsi lebih kepada kandidat ini. Untuk Jokowi-JK, ada sebanyak 11 berita di posisi *headline*, dan 12 berita di posisi biasa. Angka tersebut jauh lebih besar dari pemberitaan capres-cawapres Prabowo-Hatta, yaitu 3 kali dalam *headline* dan 5 kali dalam bentuk berita biasa. Berita dengan topik lainnya berjumlah 13 item dalam posisi *headline*, dan 37 item berada dalam posisi biasa.

Dari 77 berita terkait keterangan capres-cawapres, seluruh berita terkait dengan Prabowo-Hatta masuk dalam kategori *hardnews*. Sementara untuk

Jokowi-JK, ada 21 berita dengan tipe *hard news* dan 2 berita masuk dalam kategori *soft news*. Berita dengan topik lainnya sebanyak 48 berita *hard news* dan 2 berita *soft news*.

Terkait independensi, berita-berita politik di *Media Indonesia* selama pemilu pilpres bisa dikatakan sangat buruk. Dari 81 berita, 72 berita tidak independen, dan hanya 9 berita saja yang independen. Dari 72 berita tersebut, yang paling tidak independen adalah berita dengan kategori lainnya, yaitu sebanyak 24 item. Urutan selanjutnya diikuti dengan 22 berita soal capres dan cawapres, dan 12 berita terkait aktivitas, 11 soal tokoh, 2 berita soal janji politik, dan 1 berita soal menyerang parpol lain.



Gambar 24. Independensi Berita Berdasarkan Nama Pasangan Capres-Cawapres dan Lainnya

Foto dan Tipografi Berita Pemilu

Analisis terkait dengan huruf yang digunakan dalam berita politik selama pemilu legislatif menemukan bahwa seluruh judul berita di *Media Indonesia* (81 berita atau 100%) tidak menggunakan huruf warna, 37 berita (45,7%) menggunakan huruf bold, dan 44 berita (54,3%) tidak menggunakan.

Bagi *Media Indonesia*, selama pemilu legislatif, keberadaan foto dalam sebuah berita cenderung bukan hal yang penting. Dari 81 berita, hanya 26 berita saja (32,1%) yang menggunakan foto, sedangkan 55 berita lainnya (67,9%) tidak menggunakan foto. Dalam hal ini, *Media Indonesia* tidak memberikan prioritas pada keberadaan foto tunggal. Untuk caption foto, terdapat 58 foto (71,6%) yang tidak menggunakan

caption foto. Hanya 23 berita (28,4%) yang menggunakan caption foto.

Media Indonesia tidak banyak menempatkan ilustrasi grafik untuk menjelaskan isi berita. Dari 81 berita, hanya 5 berita (6,2%) yang menggunakan grafik, sedangkan 76 berita lainnya (93,8%) tidak menggunakan grafik. Untuk keterangan grafik, *Media Indonesia* hanya menjelaskan persentase pemilih Prabowo dan Jokowi dari berbagai kategori usia dan elektabilitas capres-cawapres (Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK).

Begitu juga, *Media Indonesia* tidak banyak menggunakan ilustrasi warna ataupun kartun. Hanya ada 5 berita (6,2%) yang menggunakan ilustrasi warna, sementara 76 berita lainnya (93,8%) tidak menggunakan. Jumlah yang setara dijumpai dalam hal ilustrasi kartun. Hanya 4 berita saja (4,9%) yang menggunakan ilustrasi kartun, 77 berita lainnya (95,1%) tidak menggunakan.

Tidak berbeda jauh dengan berita politik selama pemilu legislatif, foto dan tipografi *Media Indonesia* selama pemilu pilpres tidak banyak mengalami perubahan. Dari keseluruhan berita yang dianalisis, tidak ada satupun judul berita yang menggunakan huruf warna. Untuk penggunaan huruf *bold* dalam judul, sebanyak 37 berita (45,7%) menggunakan huruf *bold*, dan 44 berita (54,3%) tidak menggunakan.

Selain itu, ada 26 berita (32,1%) yang dilengkapi dengan foto, dan 55 berita lainnya tidak dilengkapi dengan foto. Dari keseluruhan foto tersebut, sebanyak 23 foto menggunakan caption, dan 58 foto tidak menggunakan caption. Tujuh belas foto merupakan foto berwarna. Berita *Media Indonesia* tidak banyak menggunakan ilustrasi grafik, hanya 5 berita (6,2%) yang menggunakannya.

Pembingkaian Berita Pemilu Legislatif

Bingkai Berita: “Tinggalkan Dikotomi Jawa dan NonJawa”

Berita ini memberikan gambaran positif pada Partai Nasdem dan sosok Surya Paloh sebagai Ketua Umum, misalnya melalui penggunaan metafora tertentu. Berita cenderung normatif karena hanya menyajikan janji politik. Surya Paloh dalam berita ini dicitrakan sebagai seorang pemimpin yang bisa mengidentifikasi persoalan yang terjadi dalam masyarakat Indonesia. Sayangnya, identifikasi persoalan ini, khususnya Jawa dan nonJawa, tidak disertai dengan bukti yang memadai. Permasalahan dikotomi Jawa dan non Jawa ini menurut *Media Indonesia*

sangat ironis karena Indonesia merupakan negara kesatuan yang memiliki semboyan Bhinneka Tunggal Ika. Sebagai penyebab atau aktor, *Media Indonesia* mengemukakan bahwa hal itu dilakukan segelintir orang.

Dalam berita ini, ada beberapa penilaian moral yang diajukan *Media Indonesia*. Pertama, masyarakat Indonesia hidup dalam komitmen kebersamaan suku, ras, dan agama yang dipersatukan oleh ibu pertiwi. Kedua, komitmen persatuan Indonesia diusung oleh pendiri bangsa dan dicantumkan dalam Pancasila dan UUD 1945. Ketiga, para pendiri bangsa dari Sumatera Barat seperti Moh. Hatta, Sutan Sjahrir, Tan Malaka, H. Agus Salim, dan Buya Hamka mendedikasikan pikirannya untuk menciptakan Indonesia merdeka.

Dari keseluruhan masalah serta penilaian moral yang diajukan, *Media Indonesia* merekomendasikan penyelesaian berupa pentingnya kepemimpinan yang baik. Disebutkan dalam berita ini bahwa calon pemimpin yang layak bagi Indonesia adalah mereka yang bisa membuat arah Indonesia makin baik, memiliki watak kuat, teladan yang baik, dan sikap negarawan. Pemimpin harus melayani, bukan dilayani. Secara implisit, berita ini ingin mengatakan bahwa calon pemimpin yang layak tersebut adalah Surya Paloh itu sendiri.

Bingkai Berita: “Nasdem Tidak Haus Kekuasaan”



Gambar 25. Suasana kampanye yang diisi pidato Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh yang juga pemilik *Media Indonesia* (Sumber: *Media Indonesia*, 29 Maret 2014, hal. 4)

Tidak beda jauh dengan berita sebelumnya, berita ini juga tampak sekali memberikan citra positif pada Surya Paloh dan partainya. Judul “Nasdem Tidak Haus Kekuasaan” menyiratkan bahwa Nasdem adalah partai yang pro rakyat, tidak ambisius, dan bisa diandalkan. Wartawan kemudian menguatkan kembali pernyataan tersebut dalam isi berita. Isi berita cenderung mengumbar janji politik Surya Paloh soal perubahan, kritik atas pemimpin yang tidak peka, moralitas, dan lain-lain.

Jadi, berita ini menyatakan bahwa Nasdem adalah partai yang mampu membawa masyarakat Indonesia dalam perubahan. Bila tidak terpilih, Nasdem adalah partai yang siap mengontrol. Dengan berfikir sebaliknya, bisa disimpulkan bahwa partai-partai lain tidak akan mampu membawa perubahan.

Dalam berita ini, *Media Indonesia* mengemukakan bahwa penyebab ketiadaan perubahan karena banyak pemimpin yang tidak bisa membuat Indonesia maju. Sebaliknya, justru banyak pemimpin tidak konsisten. Segaris dengan analisis sebab tersebut, secara tersirat *Media Indonesia* mengajukan penilaian moral bahwa seorang pemimpin itu seyogianya tanggap, peka, dan mempunyai aspek moralitas. Pemimpin seperti itulah yang akan membawa perubahan di Indonesia.

Memilih pemimpin dari partai yang peka terhadap perubahan serta partai yang memberikan keseimbangan hak berserikat, berpolitik, dan berbeda pendapat menjadi usulan *Media Indonesia* untuk menyelesaikan persoalan. Surya Paloh dibingkai sebagai seseorang yang mampu menyelesaikan persoalan, pemimpin yang mempunyai visi perubahan. Dia merupakan sosok yang sangat tanggap terhadap visi misi bangsa Indonesia dan mahir untuk mengelola perubahan. Kepemimpinan itu berada di partai yang tepat, yaitu Nasdem. Wartawan mengisahkan bahwa Nasdem peka terhadap pendidikan Indonesia, berjanji akan memberikan pendidikan gratis dan beasiswa gratis dari SD hingga PT. Dengan demikian, selayaknya, masyarakat memilih Surya Paloh dan Nasdem.

Bingkai Berita: “Karakter Bangsa Harus Dibangun”

Berita secara keseluruhan memberikan *tone* yang positif terhadap Nasdem dan Surya Paloh. Dalam berita ini, *Media Indonesia* berusaha melihat persoalan Indonesia sebagai menjauhnya masyarakat dari nilai-nilai Pancasila sebagai dasar negara. Sebaliknya, Indonesia mengarah

pada demokrasi liberal. Dipaparkan dalam berita ini, akibat-akibat yang muncul ketika pembangunan karakter tidak dilakukan, yakni hal-hal mendasar dan strategis seperti kesantunan mulai menurun. Sila keempat Pancasila tidak lagi diwujudkan dalam konteks politik, pemilihan kepala daerah berakhir pada praktik transaksional, Indonesia akan terpecah ketika *nation character* tidak terbangun.

Menjauhnya masyarakat dari nilai-nilai Pancasila itu disebabkan oleh pemimpin Indonesia yang tidak visioner dan tidak mampu membangun *nation character*. Di sini, pemimpin-pemimpin Indonesia itulah yang dianggap sebagai sebab munculnya masalah. Maka, solusi yang diajukan *Media Indonesia* adalah pemimpin yang mampu membangun *nation character*, yang dalam berita ini bermuara pada sosok Surya Paloh. Bingkai ini terlihat sangat jelas ketika Surya Paloh dicitrakan sebagai sosok pemimpin yang visioner, mempunyai visi misi jelas, dan mampu merefleksikan kondisi Bangsa Indonesia.

Berita ini mengungkap banyaknya golput di masyarakat, tingkat partisipasi masyarakat dalam Pemilu rendah. Ada dua penyebab golput yang diidentifikasi *Media Indonesia* dalam berita ini. Pertama, sesuai dengan judul, penyebab golput adalah implementasi demokrasi liberal. Bingkai ini kiranya sejalan dengan berita sebelumnya terkait menurunnya nilai-nilai Pancasila. Kedua, penyebab diletakkan pada parpol yang tidak mampu merangsang animo masyarakat.

Beberapa penilaian moral diajukan *Media Indonesia*, yang hampir semuanya bermuara pada penilaian negatif terhadap masyarakat. Diantaranya adalah masyarakat tidak punya harapan, masyarakat susah diajak berpikir panjang, masyarakat terlibat dalam sikap pragmatisme transaksional, masyarakat tidak melihat kebijakan tepat dan tidak tepat, dan kemajuan Indonesia lambat.

Solusi yang ditawarkan, partai politik perlu merangsang partisipasi pemilih di pemilu. Partai Nasdem membawa misi baru, yaitu restorasi untuk mengubah semua aspek. Dalam berita ini, sekali lagi, Surya Paloh digambarkan sebagai pemimpin yang sangat paham krisis bangsa serta mampu mengatasi persoalan bangsa tersebut. Surya Paloh juga digambarkan sebagai sosok yang sangat demokratis dan tidak sepakat pada demokrasi liberal.

Bingkai Berita: “Nasdem Yakin Raih Suara di Basis PDIP”

Sesuai dengan judulnya, berita ini memaparkan optimisme Nasdem untuk mengantongi suara di basis PDIP. Penyebab optimisme tersebut adalah keberadaan Jokowi sebagai sosok yang mampu mendobrak suara, dan kedekatan Nasdem dengan PDIP. Ada beberapa *moral judgement* yang dikemukakan dalam berita ini, yakni Jokowi dekat dengan rakyat, niat Jokowi sama dengan Surya Paloh, yaitu gerakan perubahan Indonesia, dan visi misi PDIP sama dengan Nasdem yaitu menjalankan nasionalisme.



Gambar 26. Kampanye Partai Nasdem dengan Juru Kampanye Surya Paloh yang dikenal sebagai pemilik Mwtro TV dan Media Indonesia (Sumber: *Media Indonesia*, 28 Maret 2014, hal. 4)

Media Indonesia menuliskan bahwa masyarakat cerdas memilih pemimpin, dan harus yakin dengan gerakan restorasi Surya Paloh. Dalam berita ini, sosok Surya Paloh sekali lagi mendapatkan citra positif, sosok yang mampu membawa Indonesia ke perubahan. Selain itu, Surya Paloh juga sangat dekat dengan Jokowi dan memiliki karakter, visi dan misi yang sama.

Pembingkaian Berita Pemilu Presiden

Bingkai Berita: “Jokowi, Pekerja Keras yang Jujur”

Berita yang dimuat tanggal 4 Juli ini terlihat jelas dalam mendukung kemenangan Jokowi. *Media Indonesia* memberikan porsi besar dalam memberikan pemaparan hasil survei, yang *notabene* adalah jajak pendapat berdasar suara publik, untuk memantapkan masyarakat dalam memilih Jokowi. Hasil survey dipaparkan secara rinci dari sudut pandang atau kacamata psikologi bahwa watak Jokowi adalah watak yang ideal menjadi presiden. Melalui kacamata psikologi inilah, masyarakat makin dimantapkan bahwa Jokowi adalah sosok yang baik. Di sini, persoalan capres diletakkan pada watak ideal seorang capres.

Hasil survei tidak disertai tanggapan dari kubu Prabowo. Padahal, ketika hal itu menjadi survei publik, kubu Prabowo pun layak untuk dimintai keterangan dan mendapatkan porsi pemberitaan. Namun, *Media Indonesia* hanya memberikan tanggapan narasumber dari tim kemenangan Jokowi-JK. *Media Indonesia* memaparkan lebih detail untuk mendukung kelayakan Jokowi sebagai capres. Dalam berita ini, *Media Indonesia* mengemukakan bahwa berdasar survei pada 2014 dengan responden psikolog, Jokowi memiliki watak pekerja keras, sederhana, dan jujur. Jokowi memiliki motivasi berprestasi dan afiliasi tinggi dibanding Prabowo. Motivasi berkuasanya pun lebih rendah dibanding Prabowo. Masih berdasar survei, Jokowi dinilai mampu menyelesaikan persoalan negara dengan kebijakan konkret. Secara emosional, Jokowi lebih stabil dibanding Prabowo. Ia memiliki kesopanan dan kerendahan hati yang memadai.

Secara tersirat, berita ini ingin menekankan bahwa Jokowi merupakan pemimpin berkualitas, dan karenanya harus dipilih masyarakat Indonesia. Masyarakat, dalam konteks ini, seyogianya menggunakan hasil survei untuk menentukan pilihan calon presiden.

Bingkai Berita: “KPU Dinilai Abaikan HAM”

Dalam berita yang dimuat tanggal 24 Juni 2015 ini, *Media Indonesia* melihat persoalan lolosnya Prabowo sebagai capres. Berita ini menegaskan bahwa KPU dinilai gagal memaknai dan memahami istilah capres tidak tercela, seperti yang tertuang dalam undang-undang. Kegagalan ini dibuktikan dengan lolosnya Prabowo sebagai capres 2014. Padahal, Prabowo menjadi bagian penculikan aktivis 1997-1998 yang merupakan pelanggaran HAM berat. *Media Indonesia* memberikan gambaran kepada pembaca bahwa HAM sangat penting dalam kehidupan demokrasi Indonesia.

Aktor yang dianggap paling bertanggung jawab atas lolosnya calon presiden ‘tercela’ tersebut adalah Komisi Pemilihan Umum (KPU). Dari judul berita, *Media Indonesia* dengan sangat jelas sudah memberikan harga mati bahwa KPU salah berat memilih Prabowo. KPU dinilai sebagai lembaga yang tidak memahami moralitas publik. Bila presidennya saja tidak peduli HAM, maka apa yang akan terjadi di Indonesia.

Terkait dengan problem ini, *Media Indonesia* menilai bahwa KPU tidak menggubris laporan tentang masa kelam Prabowo yang diduga bertanggung jawab dalam kasus penculikan aktivis. Sebaliknya, KPU mengedepankan keputusan pengadilan ketimbang moralitas publik. Untuk mendukung penilaian tersebut, *Media Indonesia* mengajukan beberapa bukti, diantaranya adalah soal keputusan Dewan Kehormatan, SK Presiden tentang pemberhentian Prabowo Subianto, serta hasil penyelidikan Komnas HAM atas kasus penculikan aktivis dan korban kerusuhan Mei 1998. Kusmiati, narasumber yang dikutip dalam berita ini, menyatakan kasus tersebut hilang begitu saja dan tanpa pertanggungjawaban.

Ada dua hal yang diajukan *Media Indonesia* untuk mengatasi persoalan lolosnya calon presiden yang dianggap tidak layak karena pelanggaran HAM ini, yakni bahwa Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) mengambil langkah hukum atas kecerobohan KPU. Bawaslu harus menginvestigasi semua tahapan pilpres. Kemudian, akhir dari keseluruhan berita ini adalah dukungan terhadap Jokowi sebagai capres yang bersih dari pelanggaran HAM.

Bingkai Berita: “Visi Prabowo Bahayakan Warga Sipil”

Masalah utama yang diajukan, sesuai dengan judul berita yang dimuat tanggal 10 Juni 2014, adalah pada visi Prabowo. Di sini, Prabowo dibingkai sebagai sosok berbahaya, visinya dianggap sebagai masalah yang membahayakan warga sipil. *Media Indonesia* memberikan gambaran bahwa visi Prabowo tidak sesuai dalam negara demokrasi Indonesia. Berita ini memberikan contoh konkret kemungkinan-kemungkinan ketika Prabowo menang jadi presiden.



Gambar 27. Foto aktivitas pegiat HAM memprotes KPU
(Sumber: *Media Indonesia*, 10 Juni 2014, hal. 5)

Jadi, akar penyebab masalah adalah Prabowo itu sendiri, beserta visi misinya di bidang ketertiban yang ingin mengeluarkan kembali militer dari barak. Menurut *Media Indonesia*, visi misi Prabowo akan membawa pada suasana Orba dengan cara-cara militeristis. Visi misi itu juga akan mengancam nasib buruh yang berunjuk massa karena pasti akan berhadapan dengan tentara.

Maka, sebagai usulan penyelesaian, agar militerisme tidak terulang kembali, *Media Indonesia* mengajak masyarakat memilih pasangan Jokowi-JK. *Media Indonesia* dengan jelas mengemukakan bahwa Jokowi-JK merupakan sosok yang jernih dalam menempatkan tentara, mereka hanya boleh masuk ranah pertahanan dan tidak boleh ke wilayah sipil. Selain itu, Jokowi-JK harus dipilih karena sangat peduli HAM.

Bingkai Berita: “Keluarga NU Solid untuk Jokowi”



Gambar 28. Tokoh NU menunjukkan soliditasnya mendukung pasangan Jokowi - Jusuf Kalla
(Sumber: *Media Indonesia*, 10 Juni 2014, hal. 4)

Berita yang dimuat tanggal 10 Juni 2014 ini tampak jelas dalam mendukung kemenangan Jokowi. *Media Indonesia* menggunakan sentimen NU untuk mempengaruhi masyarakat dengan menggambarkan bahwa

kekuatan NU sangat besar dalam mendukung Jokowi. Dengan peneguhan dari NU sebagai salah satu jaringan terbesar umat muslim di Indonesia, masyarakat diarahkan untuk percaya bahwa Jokowi adalah seorang muslim yang pantas menjadi presiden. Hal ini tentu saja mengubah pandangan masyarakat selama ini terkait isu bahwa Jokowi seorang nonmuslim. Berita ini ingin menegaskan bahwa hal itu tidak benar.

Latar berita yang dikemukakan adalah latarbelakang dan kepribadian Jokowi yang berasal dari kalangan sipil yang punya komitmen keras pada demokrasi. Watak dan kepribadian Jokowi menjadi senjata utama *Media Indonesia* untuk mengarahkan opini masyarakat soal Jokowi. Berita ini menjadi sangat berpihak karena tidak ada satupun narasumber tandingan dari kubu Prabowo yang memberikan komentar.

Untuk meneguhkan argumentasinya, *Media Indonesia* menampilkan sosok Jokowi sebagai pribadi muslim yang memiliki karakter jujur, amanah, dan bekerja keras. Dukungan NU, dalam berita ini, juga dikemukakan tidak main-main karena ia memiliki jaringan di 33 provinsi dan 425 kabupaten. Ini menandakan NU tidak salah memilih Jokowi. Selain itu, dalam konteks pesantren, Jokowi-JK akan memberdayakan pesantren dan madrasah NU untuk memajukan pendidikan santri-santri NU.

Bingkai Berita: “Pilih Presiden dari Rekam Jejak”

Seperti berita-berita sebelumnya yang menyoroti pelanggaran HAM, *Media Indonesia* kembali melihat HAM sebagai suatu persoalan penting. Berita yang tampil pada tanggal 6 Juni 2014 ini dengan jelas menunjukkan bahwa penegakan HAM menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pemilih. Penegakan HAM dinilai sebagai wujud demokrasi Indonesia.

Kubu Prabowo-Hatta tampak disudutkan dalam berita ini. Meski dalam tubuh berita tidak merujuk secara langsung bahwa pelaku yang tidak menjunjung HAM adalah Prabowo, tetapi berita ini sudah sangat jelas menunjuk pada Prabowo sebagai pelakunya. Hal ini dilakukan dengan menempatkan pihak-pihak yang dikecewakan oleh Prabowo. Penempatan narasumber ini diharapkan dapat mempengaruhi pembaca untuk tidak memilih Prabowo. Selain itu, *Media Indonesia* juga banyak menempatkan aktivis di bidang HAM untuk berkomentar soal Prabowo. Isu HAM tampak jelas sekali menjadi isu seksi untuk menghantam Prabowo. *Media Indonesia* tidak memberikan kesempatan bagi pihak

Prabowo untuk berpendapat. Dalam berita ini, asas *cover both sides* dan verifikasi data tidak dilakukan. Keberpihakan *Media Indonesia* menjadi sangat terlihat dengan menempatkan Prabowo sebagai aktor yang paling bertanggung jawab atas pelanggaran HAM.

Untuk memperkuat argumentasi di atas, *Media Indonesia* mengutip Suciwati, istri Munir. Suciwati mengajak pembaca untuk mengingat tragedi penculikan yang tak kunjung selesai. Presiden yang melanggar HAM tidak layak untuk dipilih; presiden yang melanggar HAM bisa ditangkap ketika melakukan kunjungan ke luar negeri; dan isu HAM penting dimasukkan dalam materi debat capres.

Dengan segala persoalan HAM yang dikemukakan di atas, *Media Indonesia* akhirnya memberikan usulan untuk menyelesaikan persoalan di atas. Pertama, masyarakat perlu cerdas memilih capres sesuai dengan rekam jejak. Masyarakat tidak boleh memilih capres yang melanggar HAM, sebaliknya masyarakat harus memilih capres yang peduli HAM.

Kepemilikan dan Kebijakan Redaksi

Dalam pileg dan pilpres 2014, *Media Indonesia* menyatakan diri sebagai koran yang independen. Meski pemilik saham berada di tangan Surya Paloh yang *notabene* adalah Pemimpin Umum Partai Nasdem, *Media Indonesia* menyatakan tetap memberikan porsi yang seimbang pada semua partai untuk menuangkan gagasannya seperti dikemukakan oleh Abdul Khoar sebagai berikut:

Di pileg, kami memberikan porsi yang seluas-luasnya pada partai politik. Setiap hari, satu halaman kita berikan untuk masing-masing kontestan pemilu untuk pasang iklan serta bedah partai. Ada lagi format lain dimana kita beri sebuah isu dan partai politik memberikan pendapatnya.

Lebih jauh, Abdul Kohar mengemukakan bahwa relasi wartawan dengan kontestan partai politik adalah sama meskipun mereka mempersepsi bahwa *Media Indonesia* adalah milik Ketua Umum Nasdem.

Kami tidak mau berdebat terlalu jauh karena merupakan fakta bahwa koran ini milik partai, tetapi code of conduct kami jelas. Bila ada wartawan yang ikut aktif dalam partai apapun, dia harus non aktif dari wartawan. Apabila terpilih harus mengundurkan diri dari Media Indonesia. Begitu mereka dinyatakan sebagai daftar caleg tetap, dia harus betul-betul nonaktif. Ini dilakukan untuk menghindari conflict of interest

agar pemberitaan tetap berimbang dan tidak memiliki tendensi tertentu.

Abdul Khoar menyatakan secara tegas bahwa Surya Paloh tidak memiliki intervensi penuh pada pemberitaan. Ketika Surya Paloh memilih menjadi Ketua Umum Partai Nasdem, ia harus mundur dari jabatannya di redaksi. Ketika disinggung soal citra positif Surya Paloh dalam berita, *Media Indonesia* mengemukakan bahwa isu restorasi perubahan Surya Paloh adalah isu baru yang harus diketahui publik.

Abdul Khoar menambahkan bahwa *Media Indonesia* terus berpegang teguh pada 9 elemen jurnalisme. Loyalitas pada publik diungkapkan dengan sikap tegas *Media Indonesia* membela Jokowi sebagai calon presiden. Dukungan pada Jokowi dinyatakan tegas oleh *Media Indonesia* karena merupakan bentuk penyelamatan pada publik. Abdul Khoar menyatakan bahwa Jokowi memang layak menjadi presiden. Hal ini dilihat dari *track record*, *personality*, dan ide segarnya. Oleh karena itu, menjadi tidak mengherankan jika semua berita Jokowi di *Media Indonesia* bernada positif. *Media Indonesia* menegaskan citra positif yang dimunculkan berdasarkan verifikasi atas fakta yang ada.

Abdul Khoar juga mengatakan bahwa keberpihakan pada Jokowi adalah persoalan penyelamatan demokrasi Indonesia. Maka, ketika dikatakan bahwa *Media Indonesia* tidak netral, menurut redaksi, adalah benar. *Media Indonesia* jelas berpihak pada Jokowi. Redaksi juga mengatakan bahwa mereka tetap memperhatikan unsur *cover both side*. Pihak Prabowo pun diberi ruang, tetapi Prabowo tidak pernah mau berkomentar di *Media Indonesia*. Oleh karenanya, hanya “tangan kanan” atau narasumber sekunder dari pihak Prabowo yang mau berkomentar. “*Namun, kami menunjukkan bahwa inilah cara bermain yang fair. Kebetulan kejelekan Jokowi nyaris tidak dapat kami temukan. Setelah Jokowi menang, beberapa isu kami kritik melalui editorial,*” demikian menurut Abdul Khoar dalam wawancara tanggal 15 Januari 2015.

Kesimpulan

Baik analisis kuantitatif ataupun analisis pembiasaan menunjukkan bahwa keberpihakan *Media Indonesia* sangat jelas dalam membela Partai Nasdem, Surya Paloh, dan Jokowi-JK. Selama kampanye pemilu legislatif, berita terkait Nasdem dan Surya Paloh cenderung positif. Begitu pula, ketika kampanye pemilu presiden dan wakil presiden, berita-berita di *Media Indonesia* memberikan porsi yang lebih besar untuk Nasdem,

Surya Paloh, dan pasangan calon presiden wakil presiden Jokowi-JK.

Keberpihakan *Media Indonesia* semakin tampak nyata dari analisis bingkai berita. Keseluruhan berita membingkai Surya Paloh sebagai tokoh perubahan dan mampu memecahkan persoalan bangsa saat ini, pemimpin yang peduli dan mempunyai misi mengubah Indonesia. Dalam masa kampanye pilpres, Jokowi-JK selalu dibingkai secara positif. Di sisi lain, bingkai berita terkait Prabowo cenderung menempatkannya sebagai kandidat yang tidak layak karena pelanggaran atas HAM. Serangan terhadap Prabowo juga dilakukan terhadap visi misi Prabowo-Hatta yang dianggap membahayakan demokrasi dan kemerdekaan masyarakat sipil.

JURNAL NASIONAL / JURNAS

HABIS MANIS, JURNAS DIBUANG

Jalan Berliku Koran Istana

Jurnal Nasional atau lebih sering disebut *Jurnas*, terbit pertama kali pada 1 Juni 2006, tetapi baru mendaftar ISSN pada Mei 2007. *Jurnas* berada di bawah naungan PT. Media Nusa Pradana. Kantor *Jurnas* sempat tercatat di tiga lokasi berbeda. Yang pertama, di laman pendaftaran ISSN tercatat di Jalan Pemuda No. 34, Rawamangun, Jakarta Timur, di seberang kantor DPP Partai Demokrat. Lalu, pada laman *Jurnas.com* tertera di Jalan Johar No. 8, Menteng, Jakarta Pusat. Terakhir tertera di *masthead* redaksi koran *Jurnas* (cetak), yaitu di Jalan Paso No. 62, Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Koran dengan *tagline* “Bicara Tepat Bawa Manfaat” ini sejak awal telah menimbulkan perdebatan dalam kancah politik dan media karena ditengarai sangat dekat dengan kekuasaan: Partai Demokrat dan SBY. Akibatnya, pemberitaan *Jurnas* sangat pro-SBY dan Demokrat. Meski begitu, N. Syamsuddin Ch. Haesy, Pemimpin Umum Harian *Jurnas* saat itu, mengatakan bahwa hubungan *Jurnas* dengan Partai Demokrat adalah pada kesamaan visi SBY dengan *Jurnas* sehingga tidak mengherankan jika berita-beritanya banyak tentang keberhasilan pemerintahan SBY (Wikan, 2007). Namun, Ramadhan Pohan, Pemimpin Redaksi *Jurnas* saat itu yang juga politikus Partai Demokrat, mengatakan pada Ross

Tapsell, peneliti dari The University Of Wollongong Australia, bahwa SBY sebagai pendiri *Jurnas* menghendaki adanya koran yang menyoroti pikiran-pikiran presiden agar masyarakat memahami maksud di balik kebijakan Presiden (Tapsell, 2010: 5).

Selain menerbitkan *Jurnas*, perusahaan ini juga menerbitkan Majalah Seni *Arti* dan Majalah *Eksplo* pada 2008 yang akhirnya berhenti terbit pada 2011. Setelah menutup majalah *Arti* dan *ekspl*, “*Jurnas* membuat sisipan 16 halaman dari hari Senin-Sabtu yang ongkos cetaknya dalam sebulan, 100% lebih mahal dari ongkos cetak *Arti* dan *Eksplo* dalam sebulan” (Indarto, 2011).

Dalam *Membongkar Gurita Cikeas: Di Balik Skandal Century*, George Junus Aditjondro mengungkapkan hubungan *Jurnas* dan SBY. Aditjondro (2010: 21 & 24) menunjukkan bagaimana peran keluarga Putera Sampoerna mendukung pendanaan harian *Jurnas* untuk dijadikan sebagai corong SBY.

Penerbitan *Jurnas* juga tak lepas dari peran Taufik Rahzen, budayawan sekaligus redaktur senior yang juga pemimpin Blora Institute, sebuah lembaga *think tank* yang mendukung pencapresan SBY pada 2004. *Tempo* mengutip bahwa Taufik-lah yang mempresentasikan konsep *Jurnas* pada Sunarjo Sampoerna. Konsep *Jurnas* adalah menjembatani antara publik dan republik, berisi riset, investigasi, dan analisis. Jadi, *Jurnas* tak melulu menyiarkan berita. (Tempo, 2010: 31)

Jurnas berada di garda depan ketika mengemukakan bahwa tahun 2007 adalah seabad pers nasional, terhitung sejak pertama kali terbitnya *Medan Prijaji* pada 1907 oleh Tirta Adhi Soerjo, yang lebih banyak dikenal dengan sebutan Minke dalam novel Pramoedya Ananta Toer: *Bumi Manusia*. Sepanjang 2007, selama 365 hari, *Jurnas* menurunkan kolom tentang 365 pers nasional, meskipun hal itu dikritik oleh Andreas Harsono (2007), wartawan yang saat itu mengelola Yayasan Pantau, sebuah lembaga yang memfokuskan diri pada kajian media dan jurnalisme.

Pada Mei 2013, *Jurnas* diambil alih oleh Gita Wirjawan (merdeka.com, 2013), meskipun hal itu dibantah oleh tim kampanyenya (ayogitabisa.com, 2013). Pada 1 November 2014, harian *Jurnas* edisi cetak berhenti terbit. Rommy Fibri, Direktur PT. Media Nusa Pradana, mengatakan bahwa *Jurnas* akan beralih sepenuhnya ke format *online*: *Jurnas.com*. Ia juga mengatakan bahwa nasib media cetak ini sangat bergantung pada penyandang dana *Jurnas*, yaitu Gita Wirjawan (Kompas.com, 2014).

Meski telah berhenti terbit, masalah tidak berhenti. Serikat Pekerja *Jurnas* menuntut audit keuangan perusahaan yang menaungi harian *Jurnas*. Mereka juga menuntut tidak ada Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). SBY, sebagai pendiri, dituntut segera menyelamatkan berhenti cetaknya harian *Jurnas* demi nasib pekerja (Jpnn.com, 2014). Hampir sepuluh tahun *Jurnas* menemani pemerintahan SBY, setelah selesai masa jabatan SBY, *Jurnas* pun selesai. *Jurnas* tak ubahnya pepatah: habis manis, *Jurnas* dibuang.

Pemberitaan Pemilu Legislatif

Jurnas tidak memiliki rubrik khusus berita pemilu. Oleh karena itu, berita yang diteliti adalah berita yang muncul pada rubrik yang memuat berita politik dan pemilu seperti di halaman depan, rubrik Nasional, Jakarta & Sekitarnya, dan rubrik Utama. Berdasarkan hasil pengodingan, terdapat 94 item berita tentang pemilu yang diturunkan *Jurnas* dalam 12 hari periode penelitian.

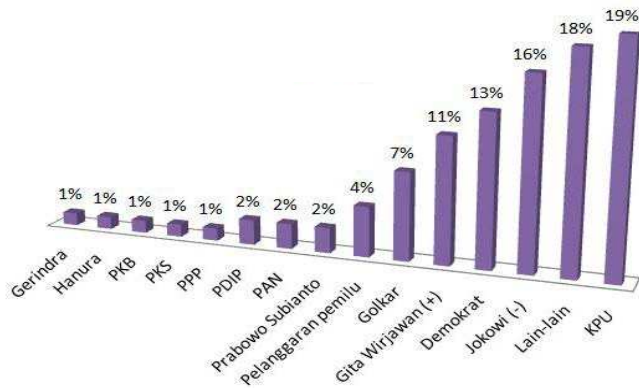
Sebagian besar berita yang disajikan *Jurnas* mengandung *multi news value*. Dari total 94 berita yang diteliti, sebanyak 89 berita (94.7%) mengandung *multi news value*, dan hanya 5 (5.3%) berita yang mengandung *single news value*. Dari sisi ini, *performance Jurnas* relatif bagus karena hanya sedikit berita yang mengandung *single news value*.

Dari total 94 item berita, hanya 2 berita yang ditulis secara *indepth*. Selebihnya, sebanyak 92 berita disajikan sebagai *hardnews*. Data ini menunjukkan bahwa *Jurnas* tidak ingin kehilangan momentum kampanye pemilu 2014. Hal ini juga dibuktikan dari tidak adanya satu pun berita dengan gaya *feature* atau *softnews*. *Jurnas* lebih melihat kampanye sebagai suatu berita yang mudah basi, sehingga lebih memilih format *hardnews* yang bercorak cepat dan ringkas, bukan *feature* ataupun *indepth*.

Partai Demokrat paling banyak diberitakan di antara partai yang lain. Dari seluruh berita yang diteliti, Partai Demokrat diberitakan sebanyak 12 kali (13%), sementara Golkar berada di urutan kedua dengan jumlah pemberitaan sebanyak 7 kali (7%). Selebihnya, *Jurnas* memberitakan PAN dan PDIP masing-masing sebanyak 2 kali (2%), lalu PPP, PKS, PKB, Hanura, dan Gerindra masing-masing satu kali (1%). Data ini meneguhkan dugaan bahwa *Jurnas* adalah koran yang berafiliasi dengan Partai Demokrat.

Jika Partai Demokrat menjadi partai yang paling banyak diberitakan, maka Joko Widodo dan Gita Wirjawan adalah tokoh yang paling banyak

diberitakan. *Jurnas* memberitakan Gita Wirjawan sebanyak 10 kali (11%) dan Jokowi 15 kali (16%). Tokoh lain yang secara khusus diberitakan adalah Prabowo Subianto sebanyak 2% atau 2 kali pemberitaan.



Gambar 29. Topik Berita pada Masa Kampanye Pileg 2014

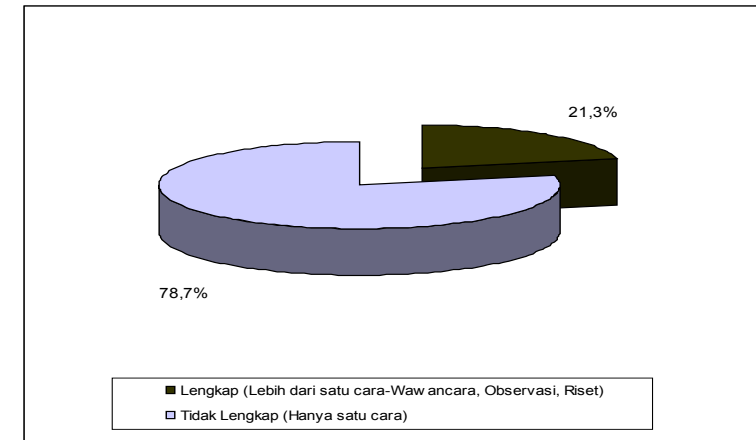
Jika dilihat dari segi lingkup berita, *Jurnas* memberitakan 2 berita dengan lingkup internasional, 17 berita lingkup lokal, dan 75 berita lingkup nasional. Data ini mengindikasikan *positioning Jurnas* sebagai koran nasional. Hal ini diperkuat posisinya yang berada di Jakarta sehingga lebih banyak meng-cover isu-isu nasional dibandingkan isu lokal.

Dilihat dari asal berita, maka ditemukan sebanyak 25 (26.6%) item merupakan berita buatan, dan sebanyak 69 (73.4%) item merupakan berita inisiatif. Selanjutnya, jika dilihat dari cara mendapatkan berita, terlihat bahwa lebih banyak berita yang hanya didapatkan dari satu cara.

Dalam kaidah jurnalistik dikenal tiga metode pengumpulan data untuk membuat berita, yaitu wawancara, observasi, serta riset dokumen. Bila ketiganya digunakan maka berita akan lebih berwarna, mendalam dan komprehensif. Penggunaan tiga cara itu secara lengkap menunjukkan jurnalis memiliki perhatian dan prioritas dalam meliput suatu peristiwa. Hal ini juga menunjukkan seberapa tinggi standar pemberitaan dari sebuah media. Semakin lengkap metode pengumpulan data, semakin tinggi standar berita.

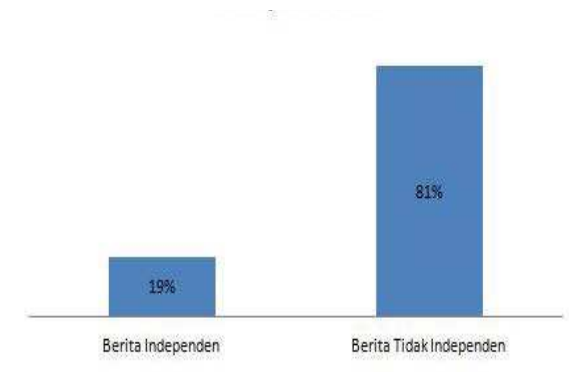
Dari total 94 berita, hanya ada 20 (21.3%) berita yang didapatkan dari beragam cara, yakni wawancara, observasi dan riset. Selebihnya, sebanyak 74 (78.7%) item merupakan berita yang didapatkan dengan

hanya mengandalkan satu cara. Data ini menunjukkan rendahnya standar pemberitaan *Jurnas*, sekaligus menunjukkan kurang gigihnya wartawan-wartawan *Jurnas* dalam mencari berita.



Gambar 30. Cara Memperoleh Berita pada Pemilu Legislatif 2014

Jika dilihat dari sisi independensi, *Jurnas* tampak kurang independen. Dari total 94 berita, hanya ada 18 (19.1%) item yang bisa dikatakan sebagai berita independen. Selebihnya, sebanyak 76 (80.9%) berita masuk ke dalam kategori tidak independen, sebuah jumlah yang cukup besar jika dibandingkan dengan berita yang independen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mayoritas berita *Jurnas* tidak independen.

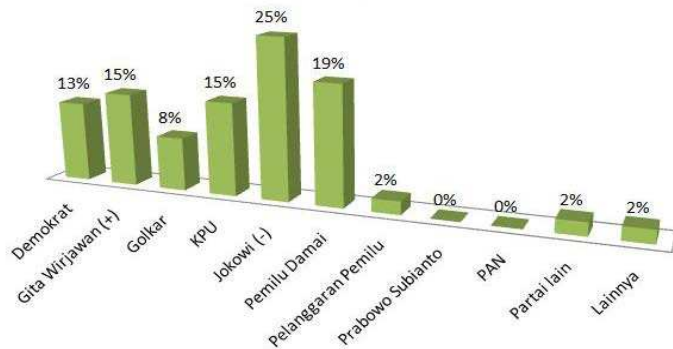


Gambar 31. Independensi Berita pada Pemilu Legislatif 2014

Selanjutnya, untuk mendapatkan gambaran yang lebih rinci dilakukan analisis dengan menggunakan tabulasi silang (*crosstabulations*).

Tabulasi silang dilakukan antara variabel nama partai politik dan nama tokoh politik dengan posisi berita (*headline* dan *nonheadline*).

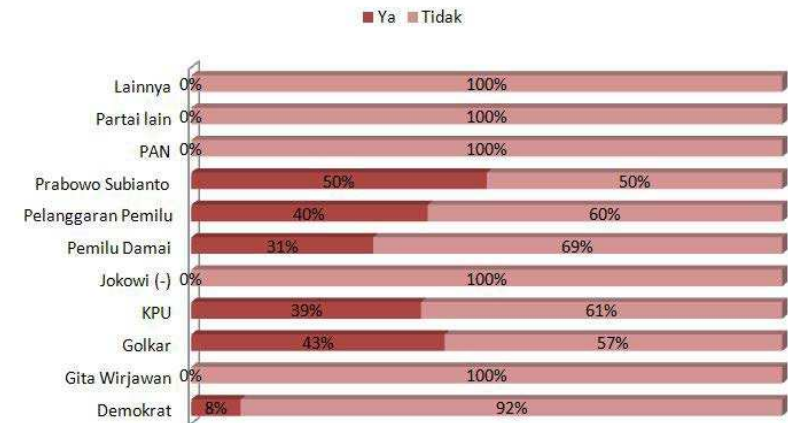
Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa *Jurnas* lebih banyak mengangkat sisi positif partai Demokrat dalam posisi *headline* sebanyak 13% dibanding seluruh berita dalam masa kampanye pemilihan legislatif. Selain Partai Demokrat, hanya Partai Golkar yang diberitakan cukup banyak hingga 8% (4 berita). Partai di luar keduanya berbagi ruang dalam *Jurnas* sebanyak 2%. Data ini semakin menguatkan hipotesis bahwa *Jurnas* adalah media yang memihak Partai Demokrat. Sementara, topik pemilu damai diberitakan sebesar 19% dalam *headline*, lebih banyak dibanding berita mengenai Gita dan Demokrat. Seperti diketahui, pemerintah, direpresentasikan dengan Presiden SBY, selalu mendengarkan himbuan pemilu yang damai.



Gambar 32. Posisi Berita Pemilu Legislatif 2014 Berdasarkan Topik

Jurnas tidak independen dalam meliput partai politik. Seluruh berita (100%) tentang partai selain Demokrat diberitakan dengan tidak independen. Berita tentang partai Golkar diberitakan dengan tidak independen sebanyak 4 kali (57%) dibanding yang diberitakan secara independen hanya 3 kali. Begitu juga, mayoritas berita tentang Demokrat (92%) diberitakan oleh *Jurnas* dengan cara yang sangat memihak atau tidak independen, hanya 8% yang diberitakan secara independen (berimbang, netral dan imparsial).

Independensi



Gambar 33. Tingkat Independensi Berita Pemilu Legislatif 2014 Berdasarkan Topik

Meskipun Jokowi dan Gita Wirjawan dominan, tetapi penempatannya pada posisi *headline* berbeda, menunjukkan adanya penekanan dan prioritas *Jurnas*. *Jurnas* cenderung 'menyerang Jokowi' dalam *headline*, sebaliknya mengangkat sisi positif Gita Wirjawan. Jokowi dengan pemberitaan nada negatif paling banyak diletakkan dalam posisi *headline* (80%). Berita tentang Jokowi yang *nonheadline* hanya 3 berita (20%). Selain tentang Jokowi, berita tentang pemilu damai, Gita Wirjawan, Partai Demokrat persentasenya hampir sama (15%).

Jurnas tidak independen dalam meliput Jokowi, terbukti semua berita tentang Jokowi (15 berita) bernada negatif. Artinya, berita tentang Jokowi tidak berimbang, sensasional (secara bahasa maupun penulisan), dan tidak mengindahkan unsur objektivitas dan imparsialitas/netralitas. *Jurnas* juga tidak berimbang ketika meliput Gita Wirjawan dan Demokrat. Independensi *Jurnas* ketika meliput Demokrat hanya 8% (11 berita) dan tidak independen sama sekali untuk semua berita tentang Gita Wirjawan (10 berita). Begitu juga, *Jurnas* tidak independen ketika meliput partai politik lainnya (6 berita).

Penelitian ini menemukan bahwa *Jurnas* cenderung melemahkan posisi Joko Widodo dalam percaturan politik sejak Pemilu Legislatif. Hal itu terlihat dari jumlah berita tentang Jokowi di *Jurnas* dalam masa kampanye Pileg tergolong banyak, masuk urutan ketiga, tetapi sebagian besar disajikan dalam nada negatif.

Foto dan Tipografi Berita Pileg

Jurnas menggunakan huruf *bold* (tebal) untuk semua judul berita dan memberikan warna khusus pada 10 judul berita selama kampanye pileg. Dalam kaidah jurnalistik, pemberian *bold* atau warna pada judul adalah salah satu cara untuk memberikan penekanan pada berita yang disampaikan. Terlihat bahwa *Jurnas* menekankan berita bukan dengan membuat judul menjadi *bold*, melainkan dengan penggunaan warna pada judul.

Bila melihat data, terdapat temuan yang cukup kontras mengenai warna judul. Dalam 94 berita pileg yang diteliti, berita tentang Jokowi (60%) paling banyak menggunakan warna, disusul berita tentang pemilu damai (20%). Berita tentang Golkar dan Gita Wirjawan masing-masing menggunakan warna sebanyak 10%. Berita dengan topik lainnya tidak menggunakan warna pada judul. Hal ini menunjukkan selisih yang cukup jauh antara berita tentang Jokowi dengan pemilu damai, Golkar, dan Gita Wirjawan.

Penekanan, prioritas, dan kecenderungan suatu media juga bisa dilihat dari penggunaan foto pada berita. Berita dengan foto akan lebih menyita perhatian pembaca daripada tanpa foto. Penelitian ini menemukan bahwa Gita Wirjawan paling banyak diberitakan dengan foto (38%), disusul berita tentang Partai Demokrat (21%). Selebihnya, berita tentang KPU, Jokowi, dan pemilu damai masing-masing 13%. Sementara, berita tentang Golkar dengan menggunakan foto hanya 4%.

Data tersebut perlu dikaitkan dengan persentase berita tentang Gita Wirjawan dan Partai Demokrat yang sangat tinggi yang kontras dibanding berita lain. Berita tentang Gita Wirjawan dan Partai Demokrat, selain paling sering muncul, juga paling banyak dilengkapi foto. Terlihat konsistensi *Jurnas* dalam keberpihakannya pada sosok Gita Wirjawan dan Partai Demokrat.

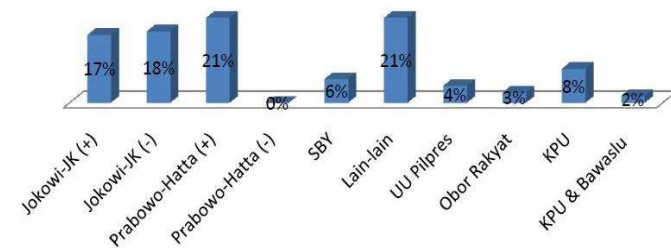
Pemberitaan Pemilu Presiden

Terdapat 118 item berita tentang Pemilu Presiden diberitakan *Jurnas* selama 14 hari masa kampanye yang diteliti. Jamaknya, media-media di Indonesia memiliki rubrik khusus meliput pemilu, tetapi tidak demikian dengan *Jurnas*. Maka, seperti halnya untuk masa pileg, berita-berita masa kampanye pilpres yang dikoding diambilkan dari rubrik-rubrik yang memuat berita politik dan pemilu, seperti di halaman depan,

rubrik nasional, dan rubrik politik.

Dilihat dari segi nilai berita (*news value*), sebanyak 115 (97,46%) item berita kampanye Pilpres menggunakan lebih dari satu nilai berita (*multi news value*). Berarti hanya 2,54% yang menggunakan satu nilai berita (*single news value*). Secara konseptual, berita yang menggunakan lebih dari satu nilai berita menunjukkan adanya profesionalisme media. Dengan demikian, jika dilihat dari aspek nilai berita, *Jurnas* tergolong bagus.

Untuk tipe berita, *Jurnas* sangat banyak menggunakan format *hardnews* (96,61%) ketimbang *indepth news* yang hanya 3,39%. Ini berarti *Jurnas* lebih banyak mengangkat peristiwa-peristiwa yang bersifat segera dan cenderung mudah basi. *Jurnas* tidak menekankan kedalaman makna dalam peristiwa-peristiwa yang terkait pilpres. Kemudian dari segi isi berita, *Jurnas* lebih banyak meliput figur capres-cawapres (23 berita) dan tokoh bukan capres-cawapres (10 berita), daripada meliput janji politik (9 berita) dan aktivitas capres-cawapres (9 berita).



Gambar 34. Berita Pilpres 2014 Berdasarkan Topik

Berita-berita yang dipublikasikan *Jurnas* sebagian besar merupakan berita nasional. Dari 118 berita, hanya 19 berita (16,1%) yang merupakan berita lokal, selebihnya 99 (83,9%) item merupakan berita nasional. Data ini menunjukkan *positioning* *Jurnas* sebagai surat kabar harian nasional.

Keterangan capres-cawapres Jokowi-JK ternyata lebih banyak dikutip *Jurnas* dibandingkan dengan capres-cawapres Prabowo-Hatta. Terdapat 11 berita (9,3%) yang mengutip keterangan Prabowo-Hatta, sedikit lebih rendah dibandingkan dengan keterangan capres-cawapres Jokowi-JK yang mencapai 13 berita (11%).

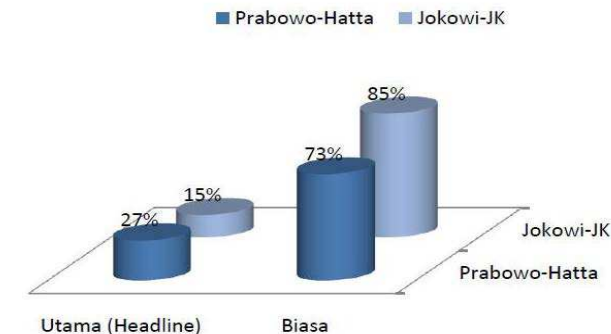


Gambar 35. Berita Pilpres 2014 Berdasarkan Cara Memperolehnya

Dilihat dari asal berita, berita-berita yang dihasilkan dari inisiatif menduduki persentase terbesar. Dari total 118 berita, sebanyak 64 (54.2%) item merupakan berita yang dihasilkan dari inisiatif, sedangkan sisanya sebanyak 45.8% merupakan berita buatan. Sementara, jika dilihat dari cara mendapatkan berita, sebagian besar berita di *Jurnas* merupakan berita yang tidak lengkap, yang didapatkan hanya dengan mengandalkan satu cara. Persentase berita yang didapatkan hanya dengan satu cara mencapai 58.5%, berbanding dengan 41.5% yang diperoleh dengan menggunakan beragam cara, yakni wawancara, observasi dan studi dokumen/riset. Dari sisi ini, performa *Jurnas* dapat dikatakan lemah karena jurnalis mereka kurang giat menggali berita.

Dilihat dari segi independensi, terlihat jelas bahwa *Jurnas* tidak memperlihatkan *performance* yang baik. Dari total 118 berita, yang masuk dalam kategori independen hanya 42.40%, sedangkan yang tidak independen sebanyak 57.60%.

Ketika dilakukan tabulasi silang terlihat bahwa berita tentang Prabowo-Hatta muncul sebanyak 3 kali dalam *headline* dan 8 berita biasa (*nonheadline*). Adapun Jokowi-JK diberitakan sebanyak 2 kali di *headline* dan 11 berita *non headline*.



Gambar 36. Posisi Berita Pilpres 2014 berdasarkan Nama Capres-Cawapres

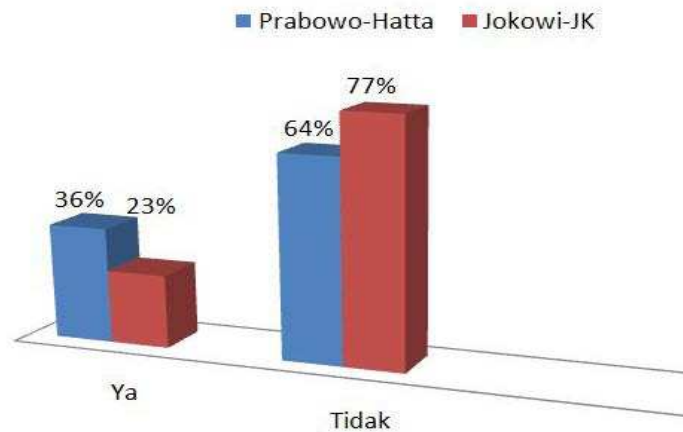
Semua berita berisi keterangan Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK disajikan dalam bentuk *hardnews*. *Jurnas* tampaknya konsisten dalam hal ini, dalam arti lebih sering menyajikan berita dalam bentuk *hardnews* dibandingkan dengan format *indepth* ataupun *softnews*. Sebanyak 11 berita keterangan Prabowo-Hatta dan 13 berita keterangan Jokowi-JK semuanya diberitakan dalam bentuk *hardnews*.

Berita berisi keterangan capres-cawapres Jokowi-JK lebih banyak dibandingkan dengan capres-cawapres Prabowo-Hatta. Jika berita berisi keterangan capres-cawapres ini ditabulasi silang, maka ditemukan data bahwa jumlah berita yang tidak independen terkait keterangan capres-cawapres Prabowo-Hatta lebih banyak dibandingkan dengan Jokowi-JK. Artinya, *Jurnas* tampak sekali memihak kepada pasangan Prabowo-Hatta sehingga beritanya cenderung bias. Dari total 11 berita berisi keterangan Prabowo-Hatta, ada 4 berita yang tergolong independen, dan sebanyak 7 berita tidak independen. Untuk Jokowi-JK, 3 berita masuk kategori independen, dan sisanya sebanyak 10 berita tidak independen.

Jika dilacak lebih jauh dengan melihat kecenderungan pemberitaan, maka ditemukan bias pemberitaan *Jurnas* yang sangat besar. Topik berita tentang Prabowo-Hatta dengan tendensi positif paling banyak muncul (21%), sementara berita dengan topik beragam seputar perjalanan pemilu dan pilpres (topik lain-lain) berbagi ruang dalam 21% ruang pemberitaan *Jurnas*. Ragam berita perjalanan pemilu tersebut misalnya tentang politik uang, kesiapan penyelenggaraan pemilu di TPS, debat capres, netralitas TNI, independensi pers dalam pemilu, aspirasi politik kelompok masyarakat, HAM, dan lain-lain. Berita lain yang muncul adalah tentang SBY sebanyak 6%, mengangkat sosok SBY sebagai presiden, bukan

sebagai pemimpin Partai Demokrat. Ini menunjukkan kecenderungan *Jurnas* menjadi ‘corong’ pemerintah dengan menyitir ucapan, instruksi, dan kata-kata presiden, yang bahkan diletakkan sebagai judul.

Di sisi lain, pemberitaan tentang Jokowi-JK cenderung negatif. Jumlah berita tentang Jokowi-JK sebanyak 17%, hampir sama banyak dengan Prabowo-Hatta (21%), tetapi topik berita negatif tentang Jokowi-JK justru lebih banyak daripada berita positif dari pasangan ini. *Jurnas* banyak menurunkan topik negatif tentang Jokowi-JK, tetapi tidak ada satu pun topik negatif tentang Prabowo-Hatta, baik dalam bentuk berita yang menyerang maupun berita yang merugikan Prabowo-Hatta. Data ini menguatkan kesimpulan bahwa *Jurnas* cenderung mendukung Prabowo-Hatta.



Gambar 37. Tingkat Independensi Berita berdasarkan Nama Capres-Cawapres

Foto dan Tipografi Berita Pemilu Presiden

Terkait foto masa pemilihan umum presiden-wakil presiden, *Jurnas* ingin menunjukkan bahwa medianya seimbang dalam memberitakan Prabowo-Hatta (17%) dan Jokowi-JK (21%). *Jurnas* lebih banyak memuat foto tunggal tentang ragam aktivitas pilpres, seperti terlihat dalam topik lain-lain (48%). Ragam foto aktivitas pilpres yang dimaksud adalah foto tentang sosialisasi antigolput, netralitas DPD, pemilu damai, dugaan pelanggaran kampanye, diskusi visi-misi capres, dan lain-lain. Dari total berita yang diteliti, sebanyak 18 berita menggunakan foto (15.3%), dan semuanya menggunakan *caption*. Tentu saja, penekanan tidak semata-mata dilihat dari ada atau tidaknya foto dalam berita, harus dilihat pula foto atau ilustrasi jenis

apa yang diletakkan. Biasanya, media menekankan prioritas dan pentingnya berita dengan memberikan foto atau ilustrasi berwarna dalam berita, bukan hitam putih (*grayscale*). Terkait hal ini, berita-berita mengenai kampanye pilpres tidak banyak yang menggunakan ilustrasi ataupun grafik, hanya ada 1 berita (0.8%) yang menggunakan ilustrasi warna. Selain itu, seluruh judul berita pemilu presiden menggunakan huruf *bold*.

Pembingkai Berita Pemilu Legislatif

Bingkai Berita: “Demokrat Yakin Masuk Tiga Besar”.



Gambar 38. Capres dari Partai Demokrat bersama istri dan Ibundanya
(Sumber: *Jurnal Nasional*, 22 Maret 2014)

Penekanan pesan *Jurnas* dalam berita yang dimuat tanggal 22 Maret 2014 ini terlihat pada level sintaksis, skematik serta pemilihan judul. Penggunaan kata “yakin” pada judul menandakan sebuah optimisme Partai Demokrat. Sementara, penggunaan kata “tiga besar” menandakan kekuatan politik Partai Demokrat yang layak diperhitungkan pada pemilu 2014.

Sebagai penguat Judul, *lead* berita ini menempatkan Partai Demokrat di awal, yang menekankan pada aspek “*what*”, “Partai Demokrat yakin

akan ada tiga pasang calon presiden dan wakil presiden dalam pilpres 2014. Calon dari Demokrat salah satunya bersama calon dari koalisi partai lain. "Di sini, *Jurnas* ingin membuat khalayak yakin bahwa Partai Demokrat sanggup menyalonkan capres sendiri.

Jurnas dengan jelas telah menggunakan teknik konformitas. Teknik ini membuat pembaca terpengaruh secara psikologis mengikuti sugesti atau pilihan kelompok mayoritas, dan pilihan yang dibuat seakan benar. Dalam hal ini, *Jurnas* membuat suatu pilihan yang sangat prediktif dan seakan benar bahwa Partai Demokrat akan menduduki peringkat ketiga dari 15 partai peserta pemilihan umum. Dengan memberitakan ini, *Jurnas* mengharapkan pembaca akan ikut menentukan pilihannya pada tiga partai teratas, khususnya Partai Demokrat.

Untuk lebih memperkuat pernyataan di atas, *Jurnas* memasukkan beberapa latar informasi, diantaranya adalah keyakinan Partai Demokrat akan ada tiga pasang capres dan cawapres, dimana salah satu pasangan berasal dari Partai Demokrat. Gita Wirjawan sudah hampir pasti akan menjadi juru kampanye Demokrat. Latar informasi pada berita ini mencampurkan dua fokus: keyakinan Demokrat untuk menembus tiga besar pemenang Pemilu 2014 dan kepastian Gita menjadi jurkam Demokrat. Keduanya adalah fokus yang berbeda meski dikutip dari sumber yang sama. *Jurnas* seolah memaksakan diri untuk memasukkan informasi tentang Gita Wirjawan meski hanya di penutup berita. Kemudian, dengan memasang foto yang menggambarkan Gita bersama keluarga, *Jurnas* ingin menunjukkan bahwa Gita adalah sosok *family man* yang cenderung melindungi dan mengayomi, sangat sesuai dengan sifat pemimpin. Foto ini jelas tidak berhubungan dengan topik utama berita bahwa Demokrat yakin akan unggul tiga besar dalam pemilu.

Dari 14 paragraf, ada beberapa kutipan yang disusun sedemikian rupa. Kutipan langsung diambil dari Kastorius Sinaga (Demokrat) sebanyak 2 kali dan Ulil Abshar Abdalla (Demokrat) sebanyak 3 kali. Sementara, kutipan tidak langsung dari Kastorius Sinaga (4 kali), Ulil Abshar Abdalla (6 kali), dan SMRC (1 kali). Keseluruhan kutipan mendukung pernyataan bahwa Partai Demokrat akan masuk tiga besar. Ketika mengutip hasil survei, *Jurnas* tidak membandingkan hasil survei lainnya.

Jurnas menyusun fakta dengan cara memasukkan semua pernyataan yang dikutip dari pihak Demokrat. Hal ini menunjukkan bahwa *Jurnas* ingin mengarahkan pembaca bahwa Demokrat memang akan menjadi tiga besar dalam pemilu 2014. Pernyataan Ulil seakan ingin menjawab

keraguan publik mengenai hal ini, dengan menggunakan kata "masih optimistis". Frase tersebut juga digunakan untuk menepis anggapan bahwa publik tidak percaya lagi dengan demokrat. *Jurnas* juga mengutip Ulil, tanpa melakukan verifikasi data, bahwa konvensi tidak hanya menghasilkan capres, melainkan juga menaikkan elektabilitas. Jelas sekali, *Jurnas* membingkai beritanya bahwa Demokrat masih tegak meski dihantam badai krisis di internal partai.

Pada akhir berita, *Jurnas* mengutip pernyataan Kastorius Sinaga tentang rencana Gita Wirjawan menjadi juru kampanye Partai Demokrat. Kutipan ini seakan ingin menunjukkan bahwa Gita Wirjawan adalah seorang yang sangat menguntungkan dalam kampanye Partai Demokrat, karena akan melonjakkan elektabilitas partai.

Jurnas sangat terlihat mengedepankan unsur "*what*" dan "*why*" dalam berita ini, yaitu tentang Partai Demokrat yang diyakini akan masuk tiga besar pemenang pemilu. Gambaran bahwa Demokrat adalah partai yang besar dan akan masuk tiga besar pemenang pemilu memenuhi berita ini. Unsur *why* dalam berita ini dijadikan dasar pembenar bahwa keyakinan dan prediksi tersebut adalah benar. Pembenaran dilakukan dengan mengutip hasil survei SMRC yang menunjukkan bahwa Demokrat tidak terkena pengaruh apapun dari banyaknya kader yang dijerat KPK. Selain itu, dengan menyajikan analisis Ulil Abshar pada paragraf-paragraf awal (empat sampai tujuh) *Jurnas* ingin menggiring khalayak pada konstruksi bahwa keyakinan Demokrat itu beralasan, bukan sesuatu yang main-main. Lebih lanjut, keyakinan bahwa Demokrat akan masuk tiga besar itu sangat beralasan karena kepiawaian SBY yang mencetuskan ide konvensi capres. *Jurnas* menekankan bingkai bahwa popularitas atau elektabilitas tinggi Partai Demokrat adalah hal yang pasti benar karena melewati serangkaian proses ilmiah seperti survei. Bingkai ini juga menyatakan bahwa Demokrat tak terpengaruh banyaknya kader yang menjadi tersangka kasus korupsi. Berikut salah satu pernyataan Ulil Abshar yang dikutip dalam berita ini:

"Siapa pun yang menang nantinya, itu adalah pilihan dan wakil terbaik bagi Demokrat. Kami yakin pemenang konvensi nantinya akan bisa bersaing dengan calon presiden dari partai lain, termasuk Jokowi sekalipun."

Frase "termasuk Jokowi sekalipun" mengandung penekanan, dengan partikel "*pun*". Partikel penekan, misalnya *pun*, *kah*, *lah*, berfungsi menonjolkan sebuah kata atau gagasan dalam kalimat. *Jurnas* juga

sengaja menggunakan kutipan langsung dengan meminjam kata-kata narasumber agar mencapai penekanan yang dimaksud. Seakan, pernyataan tersebut bukan kalimat *Jurnas*, melainkan narasumber. Teknik ini biasa digunakan untuk menyamarkan keberpihakan dan bingkai berita. Dalam konteks ini, *Jurnas* sengaja mengutip Ulil Abshar untuk mengonstruksikan bahwa calon presiden dari konvensi Demokrat sangat cakap dan memiliki elektabilitas tinggi.

Makna kalimat dalam “akan bisa bersaing ... termasuk Jokowi Sekalipun” juga senada dengan kalimat “Konvensi yang digagas Susilo Bambang Yudhoyono ini menurut Ulil telah menaikkan elektabilitas Demokrat meski belum sampai pada angka yang diharapkan.” Kalimat ini secara jelas menegaskan kutipan sebelumnya bahwa elektabilitas Partai Demokrat meningkat karena ada konvensi capres. Namun sebenarnya, elektabilitas Partai Demokrat tercatat pada angka yang tidak diharapkan. *Jurnas* menutupinya dengan frase “meski belum sampai pada angka yang diharapkan”.

Jurnas secara tidak langsung mengutip Ulil yang mengatakan bahwa konvensi capres Demokrat akan mengerucut pada tiga nama, salah satunya Gita Wirjawan. Setelah kutipan itu, *Jurnas* meletakkan penutup berita berisi pernyataan Kastorius Sinaga tentang rencana Gita Wirjawan menjadi juru kampanye Demokrat. Hal ini menjadi tema kedua dari berita ini, yang sebenarnya tidak berhubungan dengan tema sebelumnya, yaitu tentang elektabilitas Demokrat. Tema kedua ini menunjukkan konstruksi *Jurnas* bahwa Gita adalah figur yang tepat untuk memenangkan konvensi. Selain itu, dengan memasang foto Gita dan memberikan informasi tentang rencana Gita menjadi jurkam Demokrat, *Jurnas* juga membingkai berita bahwa Gita dapat mendongkrak elektabilitas Demokrat.

Kalimat “Gita Wirjawan hampir pasti menjadi kader Partai Demokrat bahkan sudah disiapkan jadi juru kampanye.” melambungkan sosok Gita Wirjawan. Di sini, Gita dilihat sebagai berkah dan keuntungan untuk Demokrat. Oleh karena itu, digunakan strategi penekanan tertentu, yaitu peletakan kalimat yang sama sebagai *taicing* atau *eyecatching*, yang terletak diantara judul dan *lead*. Dari segi tata letak dan desain, posisinya lebih menonjol, memfokuskan pandangan pembaca. Biasanya, ini adalah cara redaksi menyimpulkan isi berita. *Jurnas* ingin melambungkan Gita, yang dalam konteks ini berfungsi untuk memenangkan Gita dalam konvensi capres Demokrat, sekaligus untuk menaikkan elektabilitas Demokrat.

Penekanan-penekanan juga terbaca pada level retorik. Pemilihan kata ‘elektabilitas’ digunakan untuk menunjukkan bahwa Demokrat adalah partai yang memiliki intelektualitas yang tinggi dan elegan. Kata elektabilitas berasal dari serapan Bahasa Inggris, yaitu *electability*. *Jurnas* sebenarnya bisa menggunakan ‘tingkat keterpilihan’ atau ‘potensi terpilih’ karena sebenarnya yang dimaksud adalah potensi terpilih yang dapat meningkatkan jumlah pemilih terhadap Demokrat. Begitu juga, pilihan kata ‘mumpuni’ dalam kalimat, “Bukan hanya menghasilkan calon presiden yang mumpuni.” Kata ‘mumpuni’ sengaja dipilih untuk menunjukkan bahwa capres pilihan konvensi Demokrat adalah seseorang yang sangat cakap, handal dan teruji.

Metafora juga digunakan untuk memperkuat citra konvensi dan Demokrat. “Siapapun yang menang nanti, Ulil menyebut itulah kartu AS bagi Demokrat.” Metafora “kartu AS” menunjukkan bahwa capres yang akan memenangkan konvensi merupakan senjata pamungkas Partai Demokrat untuk memenangkan pemilu. Jika dikaitkan dengan isi berita, metafora ‘kartu AS’ ini secara implisit mengacu pada sosok Gita, terlihat dari *eyecatching* dan penutup berita yang berisi tentang sosok Gita. Artinya, Gita adalah berkah dan keuntungan bagi Demokrat, yang akan menjadi penentu kemenangan Demokrat dalam pemilu.

Bingkai Berita: “Gita Cocok Dampingi Jokowi” (28 Maret 2014)



Gambar 39. Figur Capres dari Partai Demokrat Gita Wirjawan dianggap cocok untuk mendampingi Jokowi (Sumber: *Jurnal Nasional*, 28 Maret 2014)

Jurnas memilih judul ini dengan diksi yang meyakinkan dan tegas, kata ‘cocok’ dipakai tanpa keraguan. Dengan judul ini, *Jurnas* ingin mengonstruksikan kecocokan Gita untuk mendampingi Jokowi sebagai wakil presiden, sekaligus meyakini bahwa Jokowi akan lolos menjadi capres. Padahal, saat berita ditulis, belum ada calon presiden definitif yang resmi telah mendaftar di KPU.

Sampai pada 9 paragraf pertama berita yang dimuat tanggal 28 Maret 2014 ini, *Jurnas* hanya membahas kelebihan Jokowi dan perlunya Jokowi mendapat pendamping cawapres yang sesuai dengan kriteria gambaran *Jurnas*, yakni dapat memaksimalkan kinerja kabinet dalam hal kesejahteraan rakyat dan membangun kemitraan internasional. Menurut survei, Jokowi adalah tokoh yang paling disukai kalangan menengah bawah. Namun, tidak bagi kalangan menengah atas. *Jurnas* mengutip hasil survei Lembaga Survei Nusantara Network untuk menguatkan hal tersebut.

Setelah itu, *Jurnas* menyusun fakta dengan membatasi bahwa hanya ada lima sosok yang pantas jadi cawapres Jokowi. Namun, dari lima nama itu, hanya Gita yang dibahas secara spesifik oleh *Jurnas* sebagai penutup berita. *Jurnas* menggiring pembaca bahwa hanya Gita Wirjawan yang mampu dan mumpuni menjadi pasangan Jokowi. Arah halus yang ditempatkan di tiga paragraf terakhir ini melambungkan Gita Wirjawan sebagai sosok yang memiliki banyak kelebihan dan dapat melengkapi Jokowi. Gita dikonstruksi secara hiperbolik sebagai sosok muda, tangguh bekerja untuk kesejahteraan rakyat, dan cakap dalam percaturan global.

Lead berita ini memberi penekanan bahwa Jokowi adalah capres yang paling unggul dengan mencantumkan argumen ‘Jokowi memang unggul dari hasil beberapa survei’. *Jurnas* terlihat tidak ingin meributkan dari mana asal klaim bahwa Jokowi adalah capres paling unggul dengan menggunakan teknik nominalisasi, yaitu ‘unggul dari hasil beberapa survei’. *Jurnas* secara tidak langsung mengatakan bahwa tidak perlu memusingkan validitas ataupun kredibilitas lembaga yang melakukan survey-survey tersebut, cukup pembaca memahami hasilnya bahwa Jokowi unggul.

Penekanan kedua dilakukan dengan cara menunjukkan bahwa Jokowi tidak bisa berjalan sendiri karena memiliki beberapa kekurangan. Penekanan ini penting untuk membawa opini bahwa kekurangan ini tidak bisa tidak, harus ditutupi. Jadi, *Jurnas* membingkai bahwa Jokowi kurang lengkap, terutama di mata kalangan menengah atas. Pembaca

lalu digiring dengan alur berikutnya, yaitu kriteria dan sosok yang pantas melengkapi Jokowi. *Jurnas* menyusun seolah-olah sungguh sulit mendapatkan sosok yang sesuai kriteria dari kalangan menengah atas, yang sanggup menjalin kerja sama internasional. Meskipun disebutkan lima nama yang masuk dalam kriteria, *Jurnas* pada akhirnya menjelaskan secara spesifik hanya satu nama, yaitu Gita Wirjawan. Gita pun, dengan penjelasan sebanyak dua paragraf (lebih sedikit dibanding penjelasan tentang Jokowi dan kriteria pendampingnya yang cocok), akhirnya dijadikan penutup berita ini.

Bila dilihat bagaimana *Jurnas* menyusun fakta pada level struktur berita, sesungguhnya terlihat bahwa bukan Jokowi yang menjadi inti berita tersebut. Kaidah jurnalistik *hardnews* bahwa informasi penting harus disusun pada paragraf-paragraf awal tidak berlaku dalam *hardnews* ini. Hal ini bisa dilihat dari ketidakkonsistenan pemilihan judul hingga penyusunan berita sampai penutup. Meskipun informasi tentang Jokowi diletakkan pada paragraf awal, namun dia tidak dipilih menjadi judul. Informasi penutup tentang Gita Wirjawan, yang dalam kaidah jurnalistik berarti adalah info yang kurang penting, justru dipilih menjadi judul berita.

Penekanan pada level skrip terdapat dalam unsur ‘*what*’. *Jurnas* hanya menangkap dan menyajikan realitas psikologis atau lebih banyak memasukkan pendapat narasumber ketimbang fakta lapangan. *Jurnas* tidak mementingkan kelengkapan unsur berita seperti bagaimana proses menyimpulkan hingga ada lima nama yang cocok menjadi cawapres Jokowi. Dari lima nama itupun, hanya Gita yang dibahas dan ‘ditawarkan’ oleh *Jurnas*. Data yang lemah ini menunjukkan *Jurnas* tidak menggunakan riset data dalam proses pencarian berita (*news gathering*).

Unsur *who* yang ditekankan hanya Jokowi dan Gita Wirjawan. Konstruksi *Jurnas* terlihat jelas bahwa Gita adalah calon pendamping yang paling sesuai, atau dalam bahasa *Jurnas*, melengkapi Jokowi dalam hal penguatan kesejahteraan rakyat dan kemitraan internasional. Dengan teknik ini, *Jurnas* membatasi (*restricting*) bahwa Jokowi sebagai capres tidak mampu menguasai isu kesejahteraan rakyat, SDM, kemitraan internasional, dan isu-isu global. Maka dari itu, perlu sosok yang melengkapinya, dan Gita adalah sosok yang paling tepat.

Penekanan *Jurnas* pada level retorik mengemuka di hampir seluruh berita. *Jurnas* menggunakan gaya bahasa *simile* untuk menggiring pembaca, seperti menyamakan Jokowi menyerupai Lionel Messi, bintang

sepak bola dan striker klub Barcelona. Lalu, pendamping Jokowi bagaikan Xavi Hernandez, partner Messi di lini tengah yang selalu memberikan umpan pada Messi. Pada penutup berita, *Jurnas* menyamakan Gita dengan Xafi. Dengan perumpamaan ini, *Jurnas* membingkai Jokowi dan Gita sebagai pasangan ideal yang akan menyajikan permainan-permainan cantik layaknya Messi dan Xafi.

Bingkar Berita: “Jokowi “Mangkir”, Ribuan Kader PDI-P Marah”

Dalam level sintaksis *Jurnas* menyusun fakta dengan mula-mula memberi judul yang sinis dan provokatif: “Jokowi ‘mangkir’, Ribuan kader PDIP marah” (1 April 2014). Penggunaan kata ‘mangkir’ yang bernada negatif menonjolkan kesan bahwa Jokowi tidak bertanggung jawab serta tidak memberikan keterangan atas ketidakhadirannya. Ditambah pula setelah itu, *Jurnas* memilih “PDIP Pembohong, PDIP Pembohong, PDIP Pembohong,” teriak massa sebagai *taicing*. Konstruksinya jelas, PDIP dan Jokowi adalah partai dan pemimpin yang *plin-plan* (inkonsisten).

Lazimnya dalam acara pembekalan di level daerah, tokoh nasional sekelas Jokowi hanya akan memberikan sambutan dan tidak akan memberikan ‘pembekalan’ saksi dalam tataran teknis. Nalarnya, acara pembekalan akan tetap terlaksana bila tidak dihadiri Jokowi. Namun, hal itu tidak muncul dalam berita. Sebaliknya, yang dimunculkan dalam berita adalah ekspresi-ekspresi kekecewaan para simpatisan.

Jurnas menggunakan *lead* deskriptif, menggambarkan bahwa ribuan simpatisan dan kader marah dan kecewa. Teknik nominalisasi ini lazim digunakan untuk menunjukkan jumlah yang banyak seperti ratusan, ribuan, atau jutaan orang. *Jurnas* membuat generalisasi bahwa semua kader dan simpatisan yang jumlahnya ribuan itu marah dan kecewa. Teknik nominalisasi ini menghasilkan generalisasi, seakan bukan hanya beberapa, melainkan semua hadirin marah dan kecewa. Teknik ini berimplikasi pada efek kejut. *Jurnas* secara tidak langsung ingin membingkai bahwa semua kader PDIP Trenggalek tidak menghormati lagi keberadaan Jokowi, dengan mengatakan bahwa mereka kecewa dan marah, tak ada yang lain. *Jurnas* membuat generalisasi bahwa semua peserta marah, meskipun hanya kader dan simpatisan dari Watulimo yang dikutip berulang-ulang. Dengan demikian, berita ini sebenarnya tidak *cover all side* dan cenderung tidak independen, verifikasi pun sangat rendah.

Jurnas menekankan fakta dengan gaya berkisah *feature*, deskriptif dan kronologis. Setelah *lead*, *Jurnas* melanjutkan berita dengan mendeskripsikan kekesalan kader dan simpatisan PDIP di tujuh paragraf awal, dari total 16 paragraf. Peristiwa digambarkan dengan sangat runtut secara kronologis. *Jurnas* mengutip sumber anonim dengan mudahnya yang juga digunakan dalam *taicing*, “PDIP Pembohong, PDIP Pembohong, PDIP Pembohong.” Dikutip pula pembelaan dari pejabat teras PDIP Trenggalek. Namun, susunannya diatur sedemikian rupa, dengan selalu mengutip Surani untuk melemahkan setiap penjelasan resmi dari PDIP sehingga terlihat pengurus PDIP tidak punya argumen dan alasan yang masuk akal. Dengan menempatkan kutipan Surani setelah sumber-sumber PDIP, berita ini ingin mengatakan bahwa pengurus PDIP tidak bisa berkutik oleh ribuan massa yang kecewa, ketus, marah, dan merasa dibohongi. Penekanan pada kekecewaan karena dibohongi ini dilakukan dengan mengulang-ulang ekspresi kekecewaan dengan kata yang maknanya hampir sama: marah, kecewa, ketus, emosi, gerah, menggerutu, dan lainnya.

Unsur *how* (kronologis kejadian) dan *what* (Jokowi batal hadir) dalam berita ini sangat ditekankan dibandingkan dengan unsur lain. Sementara unsur lain seperti *where*, *when*, *why*, dan *who* hanya dijadikan pemanis. Unsur *how* disajikan untuk mengisahkan peristiwa lebih rinci, serta menunjukkan emosi dan ekspresi yang ada pada peristiwa tersebut. Dengan menekankan unsur *how*, *Jurnas* ingin agar pembaca juga merasakan emosi, amarah, kekecewaan yang dialami kader dan simpatisan PDIP. Dengan cara demikian, pembaca akan mudah digiring pada kesimpulan yang dibangun, yaitu kesimpulan yang dilontarkan simpatisan PDIP, “...spontan menyatakan akan memilih golput lantaran merasa dibohongi oleh panitia”.

Dalam keseluruhan penulisan berita, *Jurnas* juga sangat menekankan kekecewaan hadirin dengan menggunakan pleonasme, yaitu menggunakan kata lebih banyak dari yang diperlukan. Di dalam *lead*, *Jurnas* menyandingkan ‘marah dan kecewa’, keduanya identik, bila salah satu kata dihilangkan pun arti tidak berubah. Ini juga bisa dilihat dari kalimat penutup berita, “seperti ini seharusnya tidak terjadi menunggu berjam-jam dengan kondisi massa kelaparan tidak diberi makan (konsumsi)...” Kelaparan dapat dihilangkan karena sudah ada frase ‘tidak diberi makan’, tidak perlu juga diberi penjelasan dalam tanda kurung ‘konsumsi’.

Pembingkaian Berita Pemilu Presiden

Bingkai Berita: “Prabowo Terkaya, Jokowi Paling Banyak Utang” (2 Juli 2014)

Pada awal paragraf pertama setelah *lead* berita yang dimuat tanggal 2 Juli 2014 *Jurnas* menulis, “Prabowo Subianto sebagai calon presiden terkaya dan Jokowi sebagai calon presiden dengan utang terbanyak”. Kesimpulan ini disampaikan *Jurnas* dengan merujuk pada data laporan kekayaan yang dikutip belakangan.

Kalimat, “Prabowo Subianto sebagai calon presiden terkaya dan Jokowi sebagai calon presiden dengan utang terbanyak,” merupakan kalimat paralel yang janggal. Konjungsi ‘dan’ biasa digunakan untuk menghubungkan dua kalimat atau frase yang setara atau sering disebut sebagai kalimat majemuk setara. *Jurnas* ingin menunjukkan bahwa Prabowo terkaya, tetapi tidak disandingkan dengan hal yang sama, misalnya “Prabowo terkaya dan Jokowi termiskin”. Sejatinya, terkaya tidak berarti tidak berutang banyak. Begitu pula sebaliknya, berutang banyak belum tentu pula termiskin. Bentuk kalimat yang sejajar harusnya menyandingkan terkaya dengan termiskin, hutang banyak dengan bebas hutang. Maka, agak aneh jika membandingkan “terkaya” dengan “hutang terbanyak”, karena penekanannya menjadi tidak sebanding.

Tampaknya, *Jurnas* memang ingin menekankan bahwa Prabowo adalah capres terkaya, sebaliknya *Jurnas* tidak mau menekankan bahwa Jokowi adalah capres termiskin. Padahal, Jokowi sebenarnya memang capres termiskin, kekayaan Jokowi paling rendah setelah dikurangi hutang. Namun, hal itu tidak ditekankan dalam berita, yang ingin ditekankan adalah: Jokowi adalah capres dengan hutang terbanyak.

Dalam berita ini, *Jurnas* banyak mengutip mentah-mentah pembacaan laporan harta kekayaan dari tiap pasangan capres-cawapres, tidak memberikan komentar atau kesimpulan apapun. Namun, ketika menyangkut Jokowi, *Jurnas* kembali menyimpulkan dan menyisipkan opininya, “Sementara harta kekayaan capres Jokowi panggilan akrab Joko Widodo jauh di bawah harta Prabowo.” Pada penjelasan total kekayaan Jokowi, *Jurnas* juga memberikan tekanan tertentu dengan kata ‘hanya’, “Total harta kekayaan capres nomor urut 2 itu hanya sekitar ...”. Hal serupa tidak *Jurnas* lakukan ketika membahas harta Hatta Rajasa. Lagi-lagi, komentar ditambahkan ketika menjelaskan utang Jokowi, “Jika

dibandingkan dengan Prabowo yang memiliki utang Rp.28.993.970 tentu utang Jokowi lebih banyak mencapai sebesar Rp. 1.936.936.782.” Di sini, keberadaan utang Jokowi mendapatkan tekanan lebih.

Dalam penutup berita, *Jurnas* mengutip Wakil Ketua KPK, “Laporan harta kekayaan memberikan penegasan bahwa calon pemimpin bangsa harus bebas KKN, mempunyai komitmen memberantas korupsi,” kata Adnan. Sekilas tidak ada masalah dengan penutup berita tersebut. Namun, bila dilihat susunan fakta yang dibangun, secara tidak langsung, *Jurnas* menghubungkan kutipan pernyataan ini dengan Jokowi yang berutang banyak. Secara implisit, *Jurnas* ingin menyampaikan pesan bahwa capres yang berutang banyak mustahil dapat bebas KKN dan punya komitmen dalam melakukan pemberantasan korupsi. Yang lebih penting, kutipan yang sama persis dari Wakil Ketua KPK tersebut juga diletakkan di halaman depan, dengan gambar Jokowi sedang menutup muka. Secara implisit *Jurnas* ingin mengatakan bahwa pernyataan Wakil Ketua KPK tersebut tak akan bisa diikuti oleh Jokowi, maka Jokowi menutup muka atas pernyataan tersebut.



Gambar 40: Halaman Sampul *Jurnas* dengan Ilustrai Jokowi Menutup Muka

Kesimpulan bahwa Jokowi tidak layak dipilih bisa juga dilihat dari skrip berita yang banyak menekankan unsure *what* dan *who* daripada unsur lain seperti *why*, *where*, dan *how*. Dengan skrip semacam itu, *Jurnas* ingin membawa pembaca pada kesimpulan bahwa kekayaan menentukan bebas tidaknya capres-capwapres dari KKN, dan komitmen untuk memberantasnya. Logika itulah yang ditekankan dengan mengutip Wakil Ketua KPK di akhir berita, yang menyatakan maksud dan tujuan pelaporan harta kekayaan. Pada gilirannya, ini akan mengarahkan pada kesimpulan apakah capres-cawapres tersebut layak dipilih ataukah tidak.

Jurnas juga menggunakan kata-kata bernuansa negatif seperti 'bergelimang harta' ketika menjelaskan kekayaan Jusuf Kalla, dan tidak menggunakan nuansa kata yang sama untuk menggambarkan Prabowo yang disimpulkan *Jurnas* sebagai 'yang terkaya'. Di sini, terlihat jelas bagaimana *Jurnas* berusaha untuk mengonstruksikan realitas diantara kedua kandidat.

Bingkai Berita: "Obor Rakyat Bukan Pandangan Istana" (16 Juni 2014)



Gambar 41. Contoh Tabloid *Obor Rakyat* yang Menghebohkan pada Pilpres 2014

Dari judul berita yang dimuat tanggal 16 Juni 2014, sangat jelas, *Jurnas* membingkai dan membatasi bahasan bukan pada tabloid *Obor Rakyat* yang kontroversial itu, tetapi pada pesan bahwa istana tidak bertanggung jawab atas isi tabloid *Obor Rakyat*. Kata "istana" dalam berita ini merujuk kepada SBY secara khusus ataupun pemerintah pusat secara umum. Artinya, *Jurnas* ingin mengatakan bahwa *Obor Rakyat* bukan

titah dari SBY, bukan pula permainan dari pemerintah pusat. Dalam berita ini, *Jurnas* memosisikan diri sebagai humas SBY dan pemerintah.

Substansi pesan bahwa tabloid *Obor Rakyat* bukan berasal dari Istana Kepresidenan benar-benar ditekankan sejak di *lead*. Bantahan ini disusun dengan mengutip berkali-kali pendapat Velix Wanggai, Staf Khusus Presiden, yang intinya menampik bahwa tabloid buatan asistennya itu adalah pesan dari istana. Velix menyatakan bahwa Pemred *Obor Rakyat* bukan tim sukses capres tertentu, bukan pula anggota partai tertentu, "Saudara Setyardi Budiyo bukanlah tim sukses capres maupun anggota partai politik tertentu." Dengan mengutip pendapat ini, *Jurnas* ingin mengatakan bahwa *Obor Rakyat* murni pandangan pribadi si pemred. Setyardi dan *Obor Rakyat* yang dijadikan objek perbincangan tidak diwawancarai. Artinya, *Jurnas* menganggap Velix sudah cukup merepresentasikan pandangan istana. *Jurnas* tidak berusaha untuk melakukan verifikasi informasi terkait hal ini.

Penutup berita ini berisi penjelasan mengenai pribadi Setyardi, sang Pemred *Obor Rakyat*. Bingkai penutup ini menekankan bahwa Pemred *Obor Rakyat* memang menerbitkan tabloid tersebut dalam kapasitasnya sebagai pekerja media, misalnya disebutkan bahwa ia mantan wartawan *Tempo*. Disebutkan juga bahwa Setyardi pernah menjadi tim sukses Foke (lawan Jokowi dalam pilkada DKI), serta sangat membenci Jokowi, yang diungkapkan lewat laman *facebook* pribadinya. Deskripsi ini digunakan *Jurnas* untuk mengkonstruksi bahwa Pemred *Obor Rakyat*, yang juga asisten staf khusus presiden, menerbitkan tabloid tersebut sebagai aktivitas jurnalistik pribadi yang didasari kebencian pribadi, sama sekali tidak berhubungan dengan Demokrat ataupun SBY.

Di level skrip, *Jurnas* menekankan unsur *what* dan *who*. Unsur *what* membingkai berita bahwa *Obor Rakyat* bukan titah istana, isinya bukan pandangan istana. Sementara, unsur *who* menjelaskan sosok Setyardi, Pemred *Obor Rakyat*, menekankan bingkai bahwa *Obor Rakyat* adalah inisiatif dan tanggung jawab pribadinya semata, meski ia bekerja sebagai asisten staf khusus presiden. *Jurnas* juga tidak membahas unsur lain dalam kelengkapan berita seperti *why*, *when*, *where* dan *how*. Harusnya, *Jurnas* juga menyampaikan bagaimana Setyardi menjalankan *Obor Rakyat*, dari mana sumber daya yang ia peroleh, khususnya pendanaan untuk menerbitkan tabloid ini. Namun, seperti telah disebutkan di atas, Setyardi dan *Obor Rakyat* sama sekali tidak dikutip dalam berita ini.

Upaya mengecilkan aktivitas *Obor Rakyat* juga terlihat dari penyebutan bahwa tabloid ini menggunakan gaya bahasa khas “koran kuning”, yaitu koran yang tidak disiplin pada kaidah-kaidah jurnalistik, sebaliknya hanya menyebar sensasi, mistik dan propaganda. Labelisasi ini berfungsi untuk menyelamatkan nama baik pemerintah, sekaligus nama baik Demokrat sebagai partai yang identik dengan pemerintah.

Kepemilikan dan Kebijakan Redaksi

Dalam konteks *Jurnas*, kepemilikan memberikan pengaruh yang tidak kecil terhadap independensi media ini dalam meliput kandidat dan partai politik. Analisis isi dan bingkai yang telah disajikan di atas menunjukkan hal ini. Lebih jauh, kesimpulan ini terkonfirmasi dengan sangat jelas dari wawancara dengan Redaktur *Jurnas*, Very Herdiman, seperti terlihat dalam kutipan berikut.

Hal ini berbeda dengan pemilu 2009, yang sudah pasti kita (*Jurnas*) mendukung SBY. Pada 2014, ini beda. Kita juga membaca sikap SBY waktu itu yang tidak begitu jelas. Makanya, pada saat-saat awal, waktu itu sikap Demokrat, bermain di tengah, tidak pro ke siapa-siapa. Bahkan, SBY sempat juga menyerang Prabowo. Makanya, pada tahap-tahap awal, masa awal kampanye pada bulan April, kita tidak begitu tegas membela siapa. Jokowi kita naikan, kemudian berita tentang Prabowo juga ada.

Kebijakan redaksi yang relatif berimbang dalam menyiarkan kedua kandidat, baik Jokowi maupun Prabowo, mulai mengalami perubahan ketika SBY mengubah ‘haluan’ politiknya. Demokrat yang semula tidak jelas posisinya terkait dukungan capres-cawapres berubah mendukung Prabowo. Perubahan haluan politik inipun mengubah kebijakan redaksi *Jurnas*, sebagaimana terlihat dalam kutipan berikut:

Namun, pada saat-saat akhir, SBY sudah memberikan dukungan meskipun melalui Syarif Hasan waktu itu, bahwa SBY mendukung Prabowo. Nah, di saat-saat itulah, kita mulai banyak perubahan ketika Partai Demokrat memberikan dukungan ke Prabowo.

Sejak itulah, *Jurnas* menjadi lebih banyak mendukung Prabowo. Berita-berita tentang Jokowi lebih banyak bernada negatif. “Jadi, kita lebih banyak mendukung Prabowo, dan itu terjadi di saat Demokrat secara resmi memutuskan mendukung Prabowo, saya lupa tanggal resminya waktu itu,” demikian dikemukakan Herdiman.

Kebijakan redaksional *Jurnas* yang sangat kuat dalam mendukung

posisi Partai Demokrat tidak bisa dilepaskan dari sejarah berdirinya media ini. Seperti telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, *Jurnas* diterbitkan untuk ‘mendukung’ pemerintah, berlatar kebutuhan SBY terhadap media yang mampu menjelaskan kebijakan-kebijakannya. Jadi, *Jurnas* dilahirkan oleh SBY. Mendukung SBY berarti pula mendukung Partai Demokrat dan pemerintah karena posisi penting SBY di kedua lembaga itu. Maka, bisa dipahami ketika pada masa kampanye *Jurnas* membantu Demokrat dengan pemberitaan yang positif. Sebagai kompensasinya, Demokrat membayar biaya percetakan dengan cara membeli.

Sebenarnya, *Jurnas* itu tadinya menjadi informan, memberikan informasi yang terjadi di masyarakat ke atas [pemerintah], juga yang dari atas (pemerintah) ke bawah sehingga saling mengetahui permasalahannya masing-masing. Dengan begitu, pemerintah bisa mengambil kebijakan secara tepat.

Kutipan di atas memberikan keterangan yang sangat jelas terkait dengan kebijakan dan orientasi *Jurnas*. Hal ini pula yang menjelaskan kecenderungan *Jurnas* dalam memberitakan sosok Gita Wirjawan. Bagi *Jurnas*, setidaknya dari hasil wawancara dengan Very Herdiman, Gita Wirjawan adalah ‘orang tua asuh’ yang banyak membantu keuangan *Jurnas*. Oleh karena itu, ketika ada kemungkinan Gita Wirjawan naik menjadi wakil presiden, maka kecenderungan beritanya lebih positif.

Dalam perkembangannya, *Jurnas* tidak bertindak sebagai ‘mediator’ sebagaimana konsep awalnya, tapi menjadi bagian tak terpisahkan dari pemerintah dan penyandang dananya. Oleh karena itu, Very Herdiman tidak menampik jika disebut partisan. Namun, menurut Very, dilihat dari kaidah jurnalisme profesional, apa yang dilakukan *Jurnas* tetap merupakan kerja jurnalistik yang sebenarnya, karena wartawan *Jurnas* melakukan wawancara terhadap narasumber, terdapat pula keberimbangan dan verifikasi. Intinya, menurut Herdiman, semua yang dibutuhkan dalam kerja-kerja jurnalistik dilakukan. Namun, dalam pemilihan narasumber, akan sangat ditentukan apakah si narasumber mendukung atau justru menyerang tokoh yang didukung oleh *Jurnas*. Menurutnya, media-media lain pada dasarnya juga demikian, mereka sepertinya melakukan kerja profesional, tetapi *angle* ataupun narasumber telah ditentukan di belakang meja.

Kesimpulan

Analisis isi kuantitatif, baik selama pemilu legislatif ataupun pemilu presiden-wakil presiden menemukan bias pemberitaan *Jurnas*. Secara jelas, Partai Demokrat mendapatkan porsi yang lebih besar dalam pemberitaan dibandingkan dengan partai- lainnya. Sementara itu, tokoh Gita Wirjawan yang merupakan peserta konvensi Calon Presiden Partai Demokrat mendapatkan liputan yang sama besarnya dengan Partai Demokrat. Tingkat independensi berita-berita *Jurnas* pun juga cenderung rendah, dan semakin rendah ketika mengangkat Demokrat ataupun Gita Wirjawan. Di sini, posisi keberpihakan *Jurnas* terlihat dengan sangat jelas.

Temuan analisis isi diperkuat oleh temuan analisis pembedaan. Bingkai berita-berita di *Jurnas* dengan sangat jelas berpihak pada Partai Demokrat dan Gita Wirjawan, yang kemudian berubah menjadi berpihak pada pasangan Capres-cawapres Prabowo-Hatta. Pergeseran ini sesuai dengan perubahan garis dukungan Partai Demokrat terhadap Prabowo. Melalui analisis bingkai, terlihat jelas pemberitaan *Jurnas* yang lebih mendukung Prabowo dengan menampilkannya secara positif, sebaliknya menenggelamkan Jokowi dengan memberikan bingkai negatif. Analisis bingkai memberikan gambaran yang lebih rinci bagaimana keberpihakan *Jurnas* selama pemilu legislatif maupun presiden-wakil presiden.

KEDAULATAN RAKYAT

KABAR-KABAR MONCONG PUTIH DARI MANGKUBUMI

Migunani Tumraping Liyan

Kedaulatan Rakyat adalah koran lokal yang berdiri dan berkembang di Yogyakarta, biasa disebut “KR”. Sebagai sebuah merek, *Kedaulatan Rakyat* sangat melekat dengan kultur masyarakat Yogyakarta sehingga sering kali masyarakat setempat menyebut koran apapun namanya dengan sebutan “KR”. Hal itu menunjukkan bahwa *Kedaulatan Rakyat* merupakan koran penting dan diperhitungkan di Yogyakarta. Selain basis pembaca yang kuat, posisi penting ini juga bisa dilihat dari kiprah wartawan *Kedaulatan Rakyat* yang memegang posisi-posisi kunci dalam organisasi Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) maupun Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS).

Kedaulatan Rakyat didirikan HM.Samawi dan M. Wonohito tidak lama setelah Indonesia merdeka, yaitu pada 27 September 1945, atau 40 hari setelah Proklamasi 17 Agustus 1945 (Hamad, 2004 :141). Surat kabar ini berada di daerah, namun mampu bertahan dalam pusaran jaman. Menurut Jacob Utama, sejumlah surat kabar di daerah menunjukan kestabilan yang lebih kenyal (Oetama, 2001 : 194).

HM. Samawi dan H. Madikin Wonohito merupakan figur utama yang mendirikan *Kedaulatan Rakyat*. Sejak awal, *Kedaulatan Rakyat* berkantor di lokasi yang strategis di Yogyakarta, yakni di Jalan Margo Utomo, atau yang lebih dikenal sebagai Jalan Mangkubumi. Lokasi ini

dekat dengan Tugu Yogyakarta, Stasiun Kereta Api Tugu, serta Jalan Malioboro yang menjadi roda utama perekonomian sekaligus pusat pemerintahan Provinsi Yogyakarta. Kombinasi Samawi dan Madikin Wonohito berhasil membentuk *Kedaulatan Rakyat* sebagai sebuah lembaga, bukan sekedar *one man business* atau Koran perseorangan (Oetama, 2001 : 197).

Pada masa awal, *Kedaulatan Rakyat* hanya terbit sebanyak 16 halaman. *Kedaulatan Rakyat* pada perkembangannya mampu bertahan dalam semua era. Pada masa Orde Baru, *Kedaulatan Rakyat* mampu bertahan dengan berhasil meraup oplah 102.000 eksemplar (Hill, 1994 : 167). Kini di era reformasi, *Kedaulatan Rakyat* masih menjadi koran terkemuka dan menjadi salah satu koran lokal dengan oplah besar, terutama di Yogyakarta. Pembaca *Kedaulatan Rakyat* tidak hanya bisa diukur dari oplah, karena oplah *Kedaulatan Rakyat* belum memperhitungkan seluruh pembaca riil *Kedaulatan Rakyat*. Ini dilatarbelakangi alasan bahwa selain didistribusikan secara langganan maupun eceran, *Kedaulatan Rakyat* juga sering ditempelkan sebagai koran dinding, menjadi bacaan umum di tempat-tempat strategis di area perkampungan ataupun pedesaan di Yogyakarta, seperti kantor kelurahan, pinggir lapangan, masjid, dan ruang publik lainnya. Dengan demikian, pembaca *Kedaulatan Rakyat* tidak hanya para pelanggan ataupun pembeli, tapi juga warga yang membaca *Kedaulatan Rakyat* di koran dinding tersebut.

Sebagai koran lokal, *Kedaulatan Rakyat* lebih banyak mengangkat berita tentang perkembangan di Yogyakarta dan beberapa daerah di Jawa Tengah. Hal ini terlihat dari rubrikasi *Kedaulatan Rakyat* yang berisi liputan lokal Yogyakarta, Bantul, Sleman, Gunung Kidul, Kulonprogo, Solo, Pantura, Kedu, Banyumas dan Semarang. Porsi rubrikasi liputan lokal Yogyakarta lebih banyak daripada Jawa Tengah. Selain itu, ada liputan nasional, pendidikan, ekonomi, olahraga, otomotif, teknologi, wisata, gaya hidup dan remaja melalui rubrik Kaca. *Kedaulatan Rakyat* juga bekerja sama dengan perguruan tinggi melalui pemagangan mahasiswa untuk mengelola rubrik *Swara Kampus*. Suplemen ini menjadi media aktualisasi dunia pendidikan tinggi, dikelola para mahasiswa yang mendapat pembinaan jurnalistik dari wartawan *Kedaulatan Rakyat*.

Secara umum, gaya pemberitaan *Kedaulatan Rakyat* mencerminkan tradisi komunikasi orang Jawa. *Kedaulatan Rakyat* cenderung

menghindari berita yang provokatif, dan berprinsip pada local wisdom “*migunani tumraping liyan*” (bermanfaat bagi orang lain). Rubrik berbahasa Jawa masih dipertahankan oleh *Kedaulatan Rakyat*, demikian juga idiom-idiom Jawa dengan mudah ditemukan di halaman-halaman *Kedaulatan Rakyat*.

Hingga saat ini, bisnis *Kedaulatan Rakyat* telah berkembang sedemikian rupa. Meskipun *Kedaulatan Rakyat* tetap menjadi bisnis terbesarnya, tetapi PT BP *Kedaulatan Rakyat*, group yang merupakan induk perusahaan telah menerbitkan *Minggu Pagi*, *Koran Merapi*, *Radio KR 107,2 FM*, serta portal media online “*KR Online*”. PT BP *Kedaulatan Rakyat* juga telah merambah dalam bisnis pariwisata melalui *tour* dan travel agensi, yaitu PT Kaerindo Wisata.

Pemberitaan Pemilu Legislatif

Kedaulatan Rakyat tidak memiliki rubrik khusus untuk memberitakan pemilu legislatif 2014. Berita tentang pemilu legislatif 2014 ditempatkan di halaman berita politik dan halaman depan (*headline*). Analisis dilakukan pada berita-berita pemilu legislatif yang muncul selama 12 hari masa kampanye. Pada masa tersebut, *Kedaulatan Rakyat* menurunkan 202 item berita. Dari jumlah tersebut, sebanyak 24 (11.9%) item merupakan berita utama (*headline*), dan sisanya sebanyak 178 (88.1%) merupakan berita biasa.

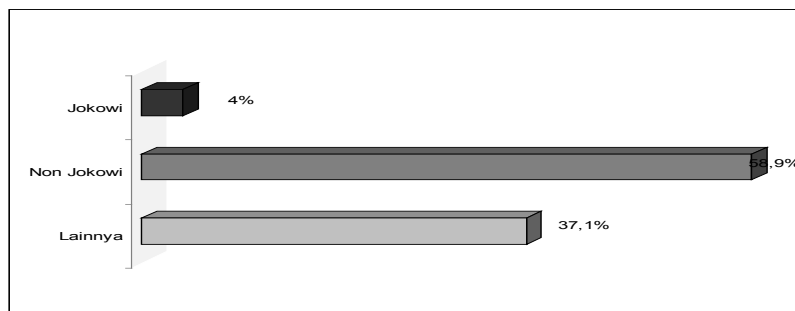
Sebagian besar berita yang dimuat di *Kedaulatan Rakyat* terkait pemilu legislatif mengandung *single news value*. Dari 202 berita yang dianalisis, sebanyak 118 (58.4%) mengandung nilai berita tunggal (*single news value*), hanya 84 berita (41.6%) yang mengandung banyak nilai berita (*multi news value*). Ini menunjukkan bahwa berita-berita pemilu di *Kedaulatan Rakyat* kurang berkualitas karena wartawan lebih banyak mengandalkan satu nilai berita.

Berita dalam kategori *hard news* terdiri atas 44 berita, sementara *soft news* berjumlah 97 berita. Berita dalam bentuk *feature* terdiri dari 50 judul, hanya 11 berita berbentuk *in depth news*. Data ini menunjukkan bahwa kampanye pemilu legislatif diberitakan *Kedaulatan Rakyat* secara bervariasi dan berimbang dalam format *hard news*, *soft news* dan *feature*. Bila dikaitkan dengan karakteristik format berita, *Kedaulatan Rakyat* memandang kampanye pemilu legislatif 2014 sebagai rangkaian peristiwa yang penting sekaligus menarik untuk khalayak.

Isi berita terkait tokoh dan janji politik menempati porsi tertinggi. Dari 202 berita, 89 (44.1%) berisi berita tentang tokoh dan janji politik, diikuti berita tentang partai politik dan aktivitasnya sebanyak 60 (29.7) item. Berita mengenai tokoh beserta aktivitasnya masing-masing 10 berita (5%). Sisanya terdistribusi untuk sejumlah topik lain yang terkait. Tingginya persentase berita tentang tokoh dan janji politik menunjukkan bahwa janji politik dianggap sebagai rujukan penting dalam berita politik selama kampanye, mengalahkan partai politik beserta aktivitasnya.

Kemudian, diantara partai politik yang ada, PDIP diberitakan secara signifikan, yakni sebanyak 23 berita (11.4%). Sementara keseluruhan partai selain PDIP diberitakan sebanyak 110 berita (54.5%). Berita dengan topik lainnya mencapai 69 berita (34.2%).

Terkait dengan berita tokoh, Jokowi hanya diberitakan sebanyak 8 berita (4%), jumlah yang relatif kecil dibandingkan total berita seputar tokoh di luar Jokowi yang mencapai 119 berita (58.9%). Berita tokoh dengan topik lainnya sebanyak 75 berita (37.1%).

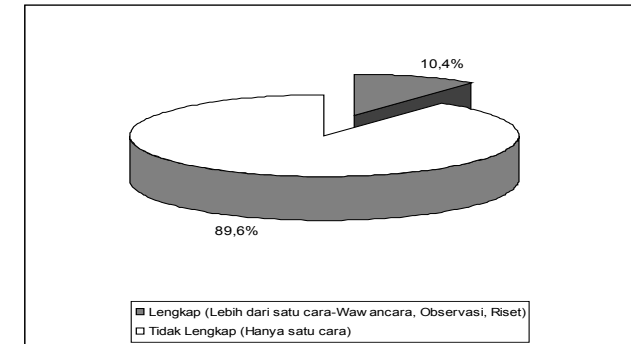


Gambar 42. Frekuensi Kemunculan Tokoh dalam Berita Pemilu Legislatif 2014

Dari total berita yang dianalisis secara kuantitatif, 5 berita merupakan berita nasional, 196 berita masuk ke dalam lingkup lokal, dan hanya satu berita dalam lingkup internasional. Tampak bahwa *Kedaulatan Rakyat* berusaha mengangkat realitas berita yang dekat dengan pembaca (*proximity*) sebagai pasar terbesarnya.

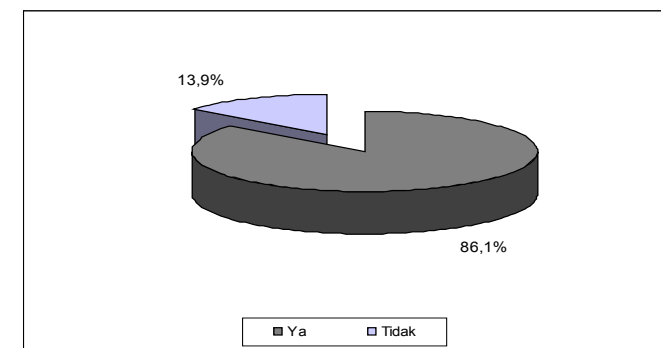
Dilihat dari proses produksi berita, sebanyak 196 berita (97.0%) merupakan berita buatan dan 6 berita (3%) merupakan berita hasil inisiatif. Sementara itu, jika dilihat dari bagaimana berita didapatkan oleh wartawan *Kedaulatan Rakyat*, sebanyak 181 (89.6%) item adalah berita yang disusun dengan mengandalkan satu cara. Sebaliknya, berita dengan

menggunakan lebih dari satu cara, yaitu wawancara, observasi, dan riset, hanya 21 (10.4%) item berita. Bisa dikatakan, berita-berita politik selama pemilu legislatif di *Kedaulatan Rakyat* diproses dengan cara yang kurang baik atau bahkan 'malas'.



Gambar 43. Berita Pileg Berdasarkan Cara Wartawan Memperoleh Informasi

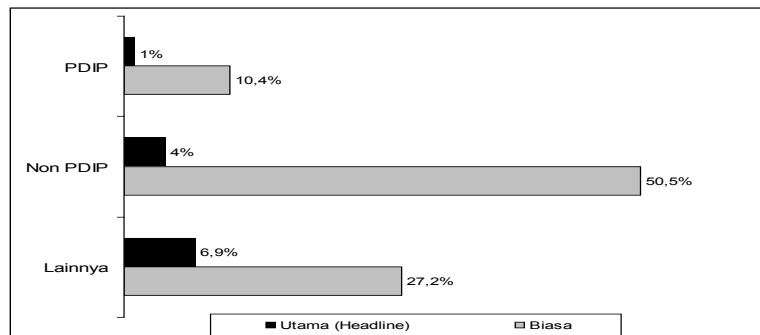
Dilihat dari aspek objektivitas atau independensi, berita-berita di *Kedaulatan Rakyat* dalam konteks pemilu legislatif relatif terjaga dengan baik. Dari total 202 berita, sebanyak 174 (86.1%) item menunjukkan independensinya atau objektif, sisanya 28 berita (13.9%) tidak independen.



Gambar 44. Tingkat Independensi Berita Pemilu Legislatif 2014

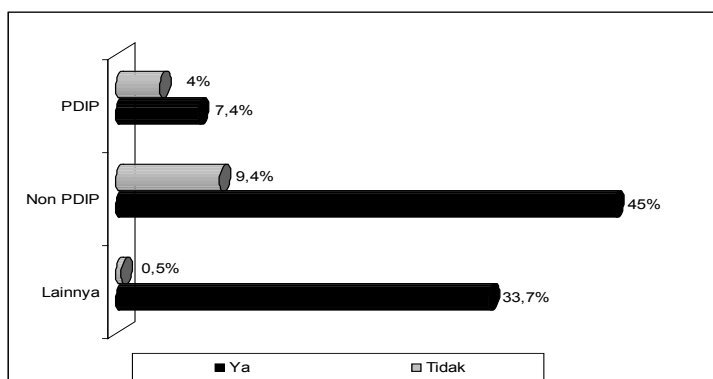
Guna mendapatkan gambaran yang lebih rinci mengenai pemberitaan kampanye pemilu legislatif 2014 di *Kedaulatan Rakyat*, selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan tabulasi silang (*crosstabulations*). Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa berita terkait PDIP ada 23 item berita, sebanyak 2 berita masuk ke dalam kategori *headline*, dan 21 berita masuk ke dalam kategori biasa. Untuk keseluruhan partai selain PDIP,

sebanyak 8 berita masuk ke dalam *headline*, dan yang biasa sebanyak 102 berita. Untuk topik lainnya, sebanyak 14 berita *headline*, dan 55 berita merupakan berita biasa.



Gambar 45. Posisi Berita Partai Politik pada Pemilu Legislatif 2004

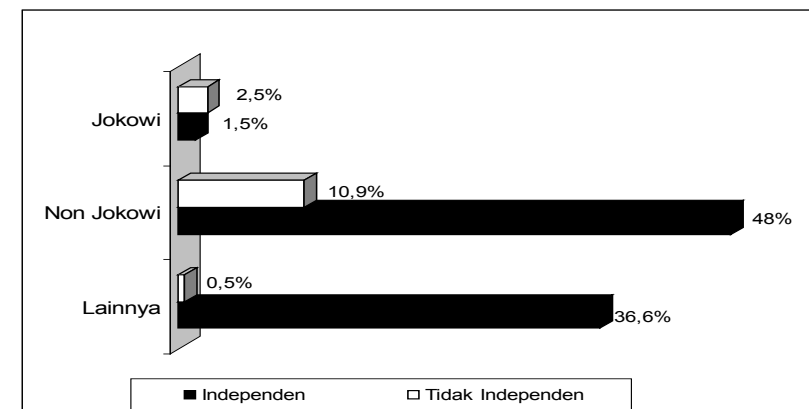
Dari keseluruhan 23 berita mengenai PDIP, sebanyak 15 berita masuk ke dalam kategori independen, dan 8 berita tidak independen. Sementara untuk partai di luar PDIP, dari 110 berita, yang termasuk independen sebanyak 91 berita dan yang tidak independen sebanyak 19 item berita. Untuk kategori topik lainnya, dari 69 item hampir semuanya (68 berita) termasuk independen. Di sini, tampak jelas jika pemberitaan terkait PDIP cenderung tidak independen, mencapai 34,8%. Suatu angka yang sangat signifikan jika dibandingkan pemberitaan partai selain PDIP, dimana hanya 11,28% berita yang terkategori tidak independen.



Gambar 46. Independensi Berita Berdasarkan Partai Politik

Walaupun Joko Widodo (Jokowi) telah resmi dicalonkan oleh

PDIP, *Kedaulatan Rakyat* justru tidak banyak mengangkat Jokowi dalam pemberitaannya selama masa kampanye Pemilu Legislatif. Jokowi hanya disebut dalam 8 berita di *Kedaulatan Rakyat*, itupun semuanya berada di halaman dalam, bukan *headline*. Yang menarik, tercatat 9 berita yang mengangkat tokoh non Jokowi di halaman utama dan 110 berita di halaman dalam yang mengangkat tokoh non Jokowi. *Kedaulatan Rakyat* juga mengangkat tokoh non partai politik dalam berita tentang pemilu legislatif di 15 berita utama dan 60 berita biasa. Data ini memperlihatkan bahwa *Kedaulatan Rakyat* tidak banyak mengekspos sosok Jokowi. Ini yang membedakan *Kedaulatan Rakyat* dengan koran-koran lain, terutama koran yang pemiliknya secara langsung terlibat dalam kegiatan politik praktis.



Gambar 47. Independen Berita Berdasarkan Tokoh Politik

Sosok Jokowi yang sangat populer dalam masa kampanye diberitakan secara independen dalam 3 berita (37,5 %) dan tidak independen dalam 5 berita (62,5%). Sedangkan tokoh selain Jokowi diberitakan secara independen dalam 97 judul berita (81,5%) dan tidak independen dalam 22 (18,5%) judul berita. Data ini menunjukkan bahwa *Kedaulatan Rakyat* memang memiliki kedekatan dengan PDIP sehingga pemberitaan tentang Jokowi di *Kedaulatan Rakyat* cenderung bias, dalam arti lebih mengedepankan citra positif Jokowi. Berbeda dengan tokoh lain, terutama di luar PDIP, *Kedaulatan Rakyat* tidak mempunyai beban relasi sehingga menjadi lebih bebas dalam memberitakan. Menariknya, dalam proses pengumpulan fakta tentang Jokowi, *Kedaulatan Rakyat* hanya menggunakan satu metode.

Foto dan Tipografi Berita Pemilu Legislatif

Judul berita tentang pemilu legislatif di *Kedaulatan Rakyat* hampir semua menggunakan huruf berwarna hitam. Dari 202 berita, hanya dua judul berita (1,5%) yang menggunakan huruf selain hitam, sedangkan 199 judul berita (98,5%) menggunakan huruf hitam. Secara keseluruhan, judul berita di *Kedaulatan Rakyat* menggunakan huruf yang dicetak tebal (*bold*).

Jika dilihat dari kelengkapan foto berita, terdapat 81 berita (40%) yang dilengkapi foto dan 121 berita (60%) yang tidak dilengkapi dengan foto. Kemudian, diantara foto tersebut, sebanyak 79 foto dilengkapi *caption*, dan 2 foto tanpa *caption*. *Kedaulatan Rakyat* tidak banyak menggunakan ilustrasi grafik dalam pemberitaannya. Dari total 202 judul berita, hanya 4 berita (2%) yang menggunakan ilustrasi grafik dengan perincian, 3 berita menggunakan grafik berwarna, dan 1 berita dengan grafik hitam putih. *Kedaulatan Rakyat* melengkapi 3 berita (1,5%) tentang pemilu legislatif dengan gambar kartun.

Pemberitaan Pemilu Presiden

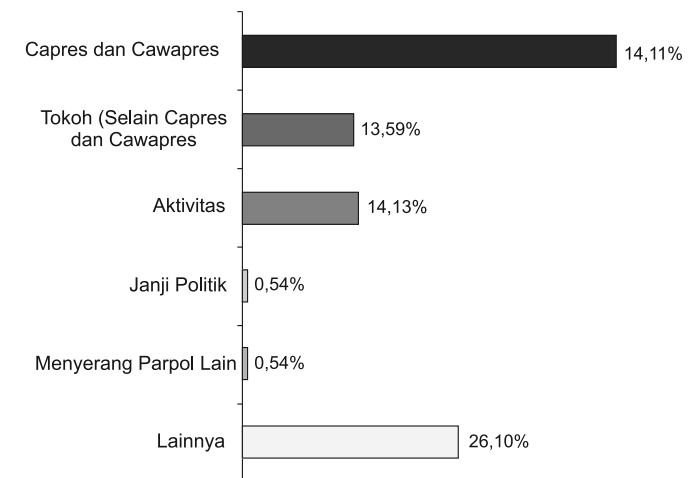
Berita tentang pemilihan presiden dan wakil presiden (Pemilu Presiden) 2014 ditempatkan di halaman berita politik dan halaman depan (*headline*). Sebagai koran lokal, *Kedaulatan Rakyat* tidak ketinggalan dengan koran nasional dalam mengangkat berita pertarungan dua pasangan calon presiden dan wakil presiden, Prabowo–Hatta Rajasa (Prabowo-Hatta) dan Joko Widodo–Jusuf Kalla (Jokowi-JK). Pembedanya, *Kedaulatan Rakyat* memberikan porsi pemberitaan tentang aktivitas tim sukses kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden di wilayah Yogyakarta. Nilai berita kedekatan (*proximity*) tentu menjadi pertimbangan *Kedaulatan Rakyat* dalam mengangkat hal ini.

Selama penelitian dilakukan, ditemukan 184 judul berita di *Kedaulatan Rakyat* yang berisi tentang kampanye presiden 2014. Dari jumlah tersebut, sebanyak 22 (12%) judul berita berada di posisi halaman depan, sedangkan 164 (88%) berita berada di halaman dalam.

Dilihat dari keberagaman nilai berita (*news value*), *Kedaulatan Rakyat* cenderung memilih menggunakan *multi news value*. Ada 145 (79%) judul berita yang menggunakan *multi news value*, sementara hanya ada 39 (21%) judul berita yang disusun dengan *single news value*.

Dilihat dari format penyusunan berita, sebanyak 176 (95,7%) berita adalah *hard news*, 7 (3,8%) berita berupa *softnews*, dan 1 (0,5%) judul

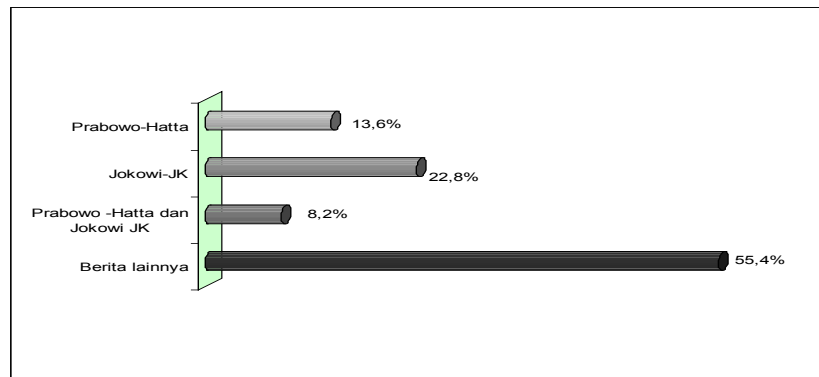
berita ditulis dalam format *feature*. Dilihat dari isi berita, *Kedaulatan Rakyat* mengangkat pemberitaan tentang calon presiden dan calon wakil presiden dalam porsi terbesar, sebanyak 83 (45,1%) judul berita. Aktivitas kampanye diberitakan sebanyak 26 (14,1%) judul. Figur tokoh di luar calon presiden dan wakil presiden masih dianggap penting oleh *Kedaulatan Rakyat* dengan jumlah 25 (13,6%) berita. Kampanye yang menyerang diberitakan sebanyak 1 (0,5%) judul, demikian juga janji politik hanya diberitakan 1 (0,5%) kali. Lainnya, sebanyak 48 (26,1%) berita berisi topik lain yang beragam. Dari persebaran isi berita ini, terlihat bahwa figur yang maju sebagai calon presiden dan wakil presiden serta tokoh-tokoh politik yang lain masih dominan dalam pemberitaan *Kedaulatan Rakyat*. Segaris dengan kebijakan redaksi yang cenderung menghindari konflik, *Kedaulatan Rakyat* tampak menjauhi berita yang berisi kampanye yang menyerang ataupun janji-janji politik.



Gambar 48. Berita Pilpres 2014 Berdasarkan isinya

Berita tentang pasangan Jokowi-JK paling banyak dimuat, yaitu 42 (22,8%) judul berita Pasangan Prabowo – Hatta disebut dalam 25 (13,6%) judul berita. Dalam 15 (8,2%) judul berita, kedua pasangan disebut secara bersamaan. Sementara 102 (55,4%) judul berita tidak menyebutkan sama sekali dua pasangan calon presiden dan wakil presiden. Dari persebaran berita ini, terlihat bahwa *Kedaulatan Rakyat* cenderung memberikan porsi pemberitaan lebih besar pada pasangan Jokowi – JK. Sebagaimana berita pada masa kampanye legislatif, pemberitaan *Kedaulatan Rakyat*

sepertinya tidak lepas dari kedekatan koran ini dengan PDIP. Barangkali, faktor Idham Samawi harus disebut di sini. Idham yang pernah lama berkarier di *Kedaulatan Rakyat* sebagai wartawan, bahkan menjadi salah satu pemimpin teras koran ini, adalah caleg PDIP tingkat nasional nomor urut 1 dari Daerah Pemilihan Yogyakarta. Idham Samawi, yang pernah dua kali menjabat Bupati Bantul, tercatat sebagai pengurus Dewan Pimpinan Pusat (DPP) PDIP.

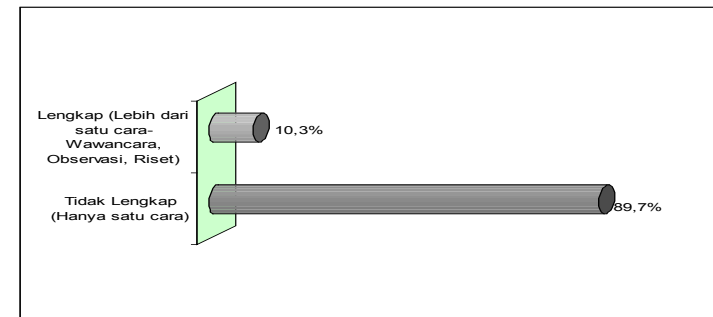


Gambar 49. Berita Pilpres 2014 Berdasarkan Nama Capres-Cawapres

Sebagai koran lokal, berita *Kedaulatan Rakyat* mengenai pemilihan presiden dan wakil presiden, yang merupakan peristiwa nasional, lebih banyak berasal dari sumber lokal. Sebanyak 131 (71%) judul berita di *Kedaulatan Rakyat* berlingkup lokal. Sementara berita nasional mengenai pemilihan presiden dan wakil presiden sebanyak 53 (29%) judul berita. Senada dengan temuan sebelumnya, hal ini memperlihatkan posisi *Kedaulatan Rakyat* sebagai koran lokal yang lebih memilih mengangkat peristiwa lokal yang memiliki nilai berita lebih bagi pembaca di tingkat lokal.

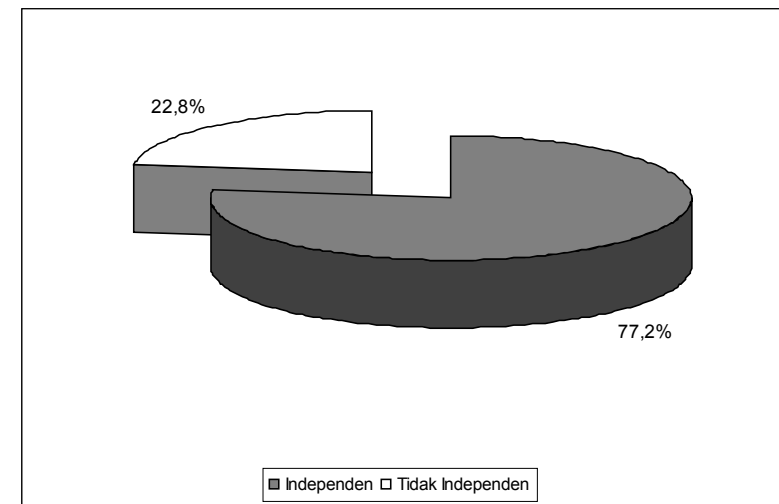
Dari total 184 berita terkait pilpres 2014, sebanyak 163 (88.6%) berita merupakan berita buatan dan 21 (11.4%) berita adalah berita yang dihasilkan dari inisiatif. Selanjutnya, dari total berita tersebut, 19 (10.3%) berita merupakan berita yang didapatkan dengan menggunakan beragam cara, yakni wawancara, observasi, dan riset. Selebihnya, yang merupakan bagian terbesar, adalah berita yang didapatkan hanya dengan menggunakan satu cara, sebanyak 165 (89.7%) berita atau Data ini menunjukkan kurangnya upaya wartawan *Kedaulatan Rakyat* untuk mendapatkan berita dengan menggunakan beragam sumber. Padahal,

berita-berita dengan mengandalkan satu sumber cenderung bias karena langkanya data pembanding.



Gambar 50. Berita Pilpres 2014 Berdasarkan Cara Wartawan Memperoleh Informasi

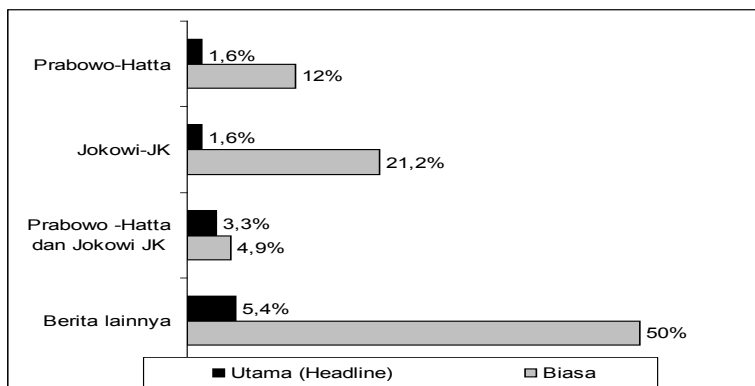
Untuk independensi berita, *Kedaulatan Rakyat* selama kampanye pemilu pilpres relatif bagus. Dari total 184 berita, sebanyak 142 (77.2%) berita termasuk independen, sisanya 42 (22.8%) berita tergolong tidak independen. Namun, jumlah berita yang tidak independen masih cukup signifikan karena angkanya lebih dari 20%.



Gambar 51. Independen Berita pada Pemilu Presiden 2014

Sebagai koran lokal, *Kedaulatan Rakyat* tidak banyak mengalokasikan halaman berita utama untuk kedua pasangan kandidat presiden dan wakil presiden. Pasangan Prabowo Subianto – Hatta Rajasa menempati 3 judul berita utama dan 22 berita biasa. Sementara, pasangan Joko Widodo

– Jusuf Kalla menempati 3 berita utama dan 39 berita biasa. Keduanya ditempatkan secara bersama dalam berita utama sebanyak 6 judul, serta 9 judul berita pada halaman *non headline*. Hal ini memperlihatkan indikasi yang menarik. Sebelumnya disebutkan bahwa pemberitaan *Kedaulatan Rakyat* lebih banyak didominasi oleh pasangan Joko Widodo – Jusuf Kalla, namun pada penempatan berita utama mengenai kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden, *Kedaulatan Rakyat* berusaha memperlihatkan sikap berimbang. Selain itu, keberimbangan *Kedaulatan Rakyat* juga ditunjukkan dengan menyebutkan kedua pasangan dalam satu berita di halaman utama, sebanyak 6 kali.

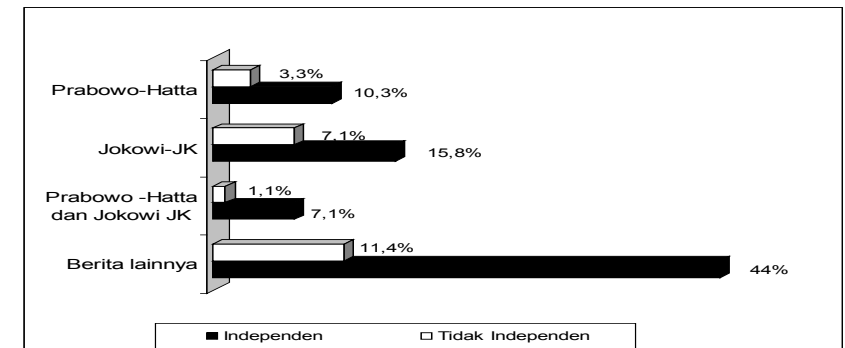


Gambar 52. Posisi berita Capres-cawapres pada Pemilu Presiden

Pasangan Prabowo–Hatta diberitakan *Kedaulatan Rakyat* dalam *hard news* sebanyak 25 berita, tanpa ada *soft news*. Pasangan Jokowi– JK diberitakan dalam format *hard news* sebanyak 40 berita dan *soft news* sebanyak 2 berita. Dalam berita yang menyebut kedua pasangan secara bersamaan, *Kedaulatan Rakyat* memberitakannya dalam format *hard news* sebanyak 15 berita dan tidak ada dalam tipe *soft news*. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, hal ini mengindikasikan usaha *Kedaulatan Rakyat* untuk memberikan porsi pemberitaan yang seimbang pada kedua pasangan. Meskipun demikian, pasangan Jokowi–JK tetap diberikan porsi lebih banyak dalam *hard news* maupun *soft news*.

Pasangan Prabowo–Hatta diberitakan *Kedaulatan Rakyat* melalui 19 berita yang tergolong independen dan 6 berita yang tidak independen. Pasangan Jokowi– JK diberitakan dalam 29 berita yang independen dan 13 berita tidak independen. Untuk berita yang menyebut kedua pasangan secara bersamaan, *Kedaulatan Rakyat* menurunkan 13 berita yang

independen dan 2 berita yang tidak independen.



Gambar 53. Independen Berita Berdasarkan Nama Capres-Cawapres

Dari berbagai analisis di atas, terlihat bahwa *Kedaulatan Rakyat* sebagai koran lokal lebih banyak menyiarkan berita lokal terkait kampanye pemilihan presiden dan wakil presiden. Meskipun pemilihan presiden merupakan hajatan tingkat nasional, tetapi *Kedaulatan Rakyat* lebih mengedepankan lokalitas berita. Dalam pemberitaannya, *Kedaulatan Rakyat* berusaha menghindari berita yang provokatif ataupun berita negatif mengenai kedua pasang kandidat. Jika dilihat dari kecenderungan pemberitaan, *Kedaulatan Rakyat* terlihat lebih memihak pasangan Jokowi–JK dengan memberikan porsi pemberitaan yang lebih banyak dan lebih lengkap kepada pasangan ini.

Foto dan Tipografi Berita Pemilu Presiden

Untuk pemilu pilpres, semua judul berita menggunakan huruf hitam, dengan perincian 179 (97%) judul berita dalam huruf tebal, dan hanya 5 (3 %) judul berita yang tidak menggunakan huruf tebal. Terdapat 66 (36%) berita yang dilengkapi dengan foto, 49 diantaranya (27%) merupakan foto berwarna, sementara 118 (64%) berita tidak dilengkapi foto. *Kedaulatan Rakyat* tidak banyak menggunakan ilustrasi grafik. Dari keseluruhan berita, hanya 4 berita yang dilengkapi dengan ilustrasi grafik, 3 diantaranya menggunakan warna (*full colour*). Grafik tersebut berisi daftar kekayaan capres dan cawapres serta daftar pemilih tetap di Sleman. Selain itu, terdapat 3 (1,5%) berita yang dilengkapi dengan kartun, berisi kampanye Jokowi–JK adalah kita dan tentang bulan Ramadhan.

Pembingkai Berita Pemilu Legislatif

Bingkai Berita: “Sultan Minta PNS dan Aparat Desa Netral”

Dalam berita yang dimuat tanggal 3 April 2014 ini, *Kedaulatan Rakyat* meletakkan masalah pada kemungkinan *money politics* yang disebabkan ketidaknetralan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan aparat desa dalam pemilu. Menurut *Kedaulatan Rakyat*, hal ini disebabkan undang-undang yang mengaturnya masih memiliki banyak celah.

Nilai moral yang dikedepankan *Kedaulatan Rakyat* dalam berita ini adalah keberpihakan PNS dan aparat desa dapat menyebabkan merosotnya kepemimpinan mereka. Untuk memperkuat penilaian moral ini, *Kedaulatan Rakyat* mengutip secara langsung pernyataan Sri Sultan Hamengku Buwono X di bawah *lead* berita. Dalam hal ini, sosok Sri Sultan dianggap memiliki otoritas bukan hanya sebagai gubernur, tetapi juga sebagai raja bagi masyarakat Yogyakarta.

Dalam hal rekomendasi, *Kedaulatan Rakyat* memberikan penekanan agar masyarakat yang mengetahui adanya politik uang berani melaporkan, karena polisi membutuhkan bukti dan saksi. Jadi, dalam pandangan *Kedaulatan Rakyat*, partisipasi rakyat untuk melaporkan *money politics* lebih penting dibandingkan, misalnya, investigasi mandiri oleh PNS.

Bingkai Berita: “Panwaslu Kesulitan Pengawasan: Banyak Parpol Tak Laporkan Lokasi Kampanye”

Pada berita yang dimuat tanggal 22 Maret 2014 ini *Kedaulatan Rakyat* mengidentifikasi adanya masalah, yaitu parpol yang tidak melaporkan dana dan lokasi kampanye, dan kemungkinan politik uang yang terjadi di masa kampanye. Penyebab tidak dilaporkannya dana kampanye adalah partai politik itu sendiri tidak mampu mendekatkan diri kepada masyarakat. Sementara itu, penyebab maraknya *money politics* adalah sulitnya pembuktian, terutama karena kurangnya alat bukti, dan ketiadaan masyarakat yang bersedia menjadi saksi.

Nilai moral yang ditawarkan dalam berita ini adalah pentingnya partai politik mendekatkan diri kepada masyarakat dengan cara yang bersih, bukan dengan politik uang. Untuk itu, rekomendasi yang diusulkan terkait masalah tersebut adalah partai politik harus melaporkan kegiatan kampanye, dan bagi masyarakat yang melihat adanya politik uang harus segera melapor.

Bingkai Berita: “10 Hari Kampanye Telan 5 Nyawa”

Kedaulatan Rakyat melalui berita tanggal 27 Maret 2014 mengidentifikasi persoalan ketiadaan tata tertib berlalu lintas dan kriminalitas. Korban jiwa terjadi karena adanya kecelakaan lalu lintas yang terjadi selama kampanye. *Kedaulatan Rakyat* juga melihat ada persoalan kriminalitas dalam kegiatan kampanye, seperti penganiayaan, perusakan dan perampasan pada pengguna jalan selama kegiatan kampanye, terutama pada kampanye terbuka PDIP di Lapangan Deggung, Sleman, Yogyakarta.

Kedaulatan Rakyat melihat kerumunan massa sebagai penyebab munculnya masalah. Pada kasus kecelakaan lalu lintas, kurangnya kesadaran masyarakat dalam berlalu lintas adalah penyebab terjadinya kecelakaan. Sementara pada kasus-kasus kriminalitas, *Kedaulatan Rakyat* melihat adanya massa dalam jumlah besar menyulitkan polisi bertindak, yang kemudian mendorong tindakan-tindakan kejahatan seperti penganiayaan, perampasan, dan perusakan.

Secara umum, *Kedaulatan Rakyat* menilai bahwa hal-hal itu disebabkan kurangnya kesadaran peserta kampanye dalam tertib lalu lintas. Sebagai tawaran solusi, *Kedaulatan Rakyat* menyatakan perlu ada koordinasi yang lebih baik antara polisi dengan satgas partai politik yang sedang kampanye agar kasus kekerasan yang melibatkan massa kampanye tidak terjadi.

Bingkai Berita: “PDIP Protes Nama Caleg Menghilang”

Masalah yang diangkat dalam berita tertanggal 29 Maret 2014 ini adalah hilangnya nama Caleg PDIP dari DCT. Dalam berita dengan jelas disebutkan, nama caleg PDIP di Karanganyar yang berjumlah tujuh orang hilang dari DCT, berganti nama caleg dari PKS. Panitia pemilu di tingkat kecamatan dianggap sebagai aktor penyebab terjadinya kesalahan ini. Menurut *Kedaulatan Rakyat*, hal ini bermula dari kesalahan Panwascam Kecamatan Jaten, Karanganyar, Jawa Tengah saat menulis nama caleg PDIP di lembar sosialisasi pada pemilih. Mereka salah melakukan *copy paste*.

Kedaulatan Rakyat menilai penyelenggara pemilu, dalam hal ini Panwascam, tidak hati-hati karena melakukan *copy paste*. Untuk mengatasi masalah tersebut, *Kedaulatan Rakyat* menyarankan agar penyelenggara lebih hati-hati agar tidak dicap sebagai penyelenggara yang tidak netral.

Bingkai Berita: “PDIP Evaluasi Konvoi Simpatisan “Siap Ambil Alih Kekuasaan”



Gambar 54. Suasana Kampanye Terbuka Partai PDIP
(Sumber: *Kedaulatan Rakyat*, 4 April 2014)

Kedaulatan Rakyat dalam berita 4 April 2014 mengidentifikasi masalah dalam dua hal. Pertama, PDIP yang siap menjadi partai pemerintah dan klaim bahwa PDIP adalah partai paling konsisten memperjuangkan keistimewaan Yogyakarta. Kedua, persoalan konvoi massa PDIP yang meresahkan pengguna jalan.

Menurut *Kedaulatan Rakyat*, aktor penyebab masalah adalah pemerintah dan massa. *Kedaulatan Rakyat* menilai pemerintah yang sedang berkuasa adalah pemerintah yang tidak lagi sesuai amanat UUD 1945. Di sisi lain, hal ini berarti PDIP adalah partai yang masih mengemban amanat UUD 1945 dan paling konsisten memperjuangkan keistimewaan. Dalam hal konvoi, *Kedaulatan Rakyat* membela PDIP dengan membingkai bahwa konvoi massa PDIP disebabkan euforia kader PDIP yang terlalu bersemangat, termasuk dalam berkonvoi. Dengan bingkai tersebut, *Kedaulatan Rakyat* memberikan rekomendasi abstrak dan normatif berupa pentingnya kembali ke UUD 1945 sebagai solusi mengatasi persoalan yang sedang berkembang.

Pembingkai Berita Pemilu Presiden

Bingkai Berita: “Ruhut Sitompul Deklarasi Dukung Jokowi–JK: Golkar Mulai Main Pecat”

Dalam berita tertanggal 24 Juni 2014 ini, *Kedaulatan Rakyat* mengangkat persoalan tentang konflik di Partai Demokrat dan Partai

Golkar dalam mendukung pasangan presiden dan wakil presiden. Pada tubuh Golkar, *Kedaulatan Rakyat* melihat persoalan yang terjadi sebagai persoalan dukungan yang berbeda dari beberapa elit Partai Golkar kepada pasangan Jokowi–JK. Secara resmi, Partai Golkar memberikan dukungan kepada pasangan Prabowo–Hatta, tetapi beberapa elit Partai Golkar justru memberikan dukungan pada pasangan Jokowi–JK. Sementara itu, dalam kasus Partai Demokrat, *Kedaulatan Rakyat* menyebutkan politisi Ruhut Sitompul, yang sebelumnya dikenal sering bersuara keras tentang Jokowi, akhirnya mendeklarasikan dukungan kepada Jokowi–JK. Untuk memperkuat *problem identification*, di akhir berita, *Kedaulatan Rakyat* menuliskan tentang beralihnya dukungan penasihat Partai Gerindra di Kalimantan Barat pada pasangan Jokowi–JK. Dari ketiga *problem identification* tersebut, tampak bingkai utama berita ini, yaitu dukungan pada Jokowi – JK yang semakin meluas, bukan hanya dari partai pengusungnya, tetapi juga dari partai politik lain yang sebenarnya secara resmi tidak mendukung Jokowi – JK.

Menurut *Kedaulatan Rakyat*, meluasnya dukungan kepada Jokowi–JK bermula dari beragam aktor dan sebab. Dalam kasus Partai Demokrat, *Kedaulatan Rakyat* menyebutkan bahwa penyebab dukungan Ruhut Sitompul adalah karena Ruhut disadarkan oleh Luhut Panjaitan dan Alwi Shihab, dua orang politisi pendukung Jokowi–JK. Dalam hal ini, *Kedaulatan Rakyat* menekankan penilaian moral dari sisi teologis, berupa kutipan secara langsung pernyataan Ruhut Sitompul, “Puji Tuhan, saya di dalam hidup mengalir. Tuhan menunjukkan melalui Pak Luhut Panjaitan, senior saya.” Sementara dalam kasus Partai Gerindra Kalimantan Barat yang diaktori oleh Harjani Abubakar, seorang anggota penasihat Partai Gerindra di daerah tersebut, dukungan pada Jokowi–JK disebabkan adanya persoalan internal di Partai Gerindra.

Bingkai Berita: “Jadwal Kampanye Akan Diatur Lagi: Sultan, Bentrokan Jangan Terulang”

Melalui berita tanggal 26 Juni 2014 *Kedaulatan Rakyat* meletakkan masalah bentrokan sebagai problem psikologi massa. Bentrokan terjadi karena adanya massa yang mudah dimobilisasi, momentum kampanye hanya menjadi pemicu bentrokan. Menurut *Kedaulatan Rakyat* kemungkinan bentrokan terjadi juga dalam kegiatan di luar kampanye, seperti dalam pertandingan sepak bola dan pagelaran dangdut.

Kedaulatan Rakyat menilai bahwa massa yang mudah dimobilisasi merupakan akar utama penyebab bentrokan. Oleh karena itu, bentrokan tidak hanya terjadi selama kampanye, tapi juga dalam acara-acara lainnya yang melibatkan massa seperti sepak bola dan dangdut. Massa menjadi mudah tersulut karena banyaknya orang yang terpinggirkan dan tidak mempunyai pekerjaan.

Oleh karena bentrokan dilihat sebagai persoalan psikologi massa, maka menghindarkan pengumpulan massa menjadi penting. Menurut *Kedaulatan Rakyat*, pengaturan jadwal kampanye perlu untuk meminimalkan potensi bentrokan yang mungkin terjadi lagi, meskipun sebenarnya tidak banyak memberikan pengaruh dalam mengurangi gesekan antarpending capres – cawapres.

Bingkai Berita: “Tindak Lanjut Kesepakatan Tim Sukses Capres:Kampanye Tak Terjadwal, Dibubarkan”

Tanggal 28 Juni 2014 *Kedaulatan Rakyat* melanjutkan berita di hari sebelumnya mengenai bentrokan antarpending massa capres–cawapres yang terjadi di Yogyakarta. Sebagai koran lokal, isu lokal yang dekat dengan khalayak (*proximity*) nampaknya masih dianggap mempunyai nilai berita yang menonjol. Oleh karena itu, berita ditempatkan dalam *headline*. *Kedaulatan Rakyat* menekankan pentingnya tindak lanjut kesepakatan antartim sukses dalam mengatasi bentrokan antarpending capres – cawapres yang terjadi di Yogyakarta.

Dalam pandangan *Kedaulatan Rakyat*, sumber masalah adalah adanya kampanye liar di luar jadwal. *Kedaulatan Rakyat* menekankan nilai moral bahwa masyarakat berhak menilai siapa yang menciderai kesepakatan untuk melangsungkan kampanye damai. Oleh karena tindak lanjut tim sukses dianggap penting untuk mengatasi bentrokan, maka *Kedaulatan Rakyat* juga melihat bahwa kesepakatan antartim sukses capres yang bersifat moral atau *gentleman agreement* menjadi penting.

Bingkai Berita: “Debat Cawapres Dinamis dan Hangat: Saling Singgung Peran di Birokrasi”

Identifikasi persoalan yang dibingkai *Kedaulatan Rakyat* melalui berita tertanggal 30 Juni 2014 adalah debat calon wakil presiden yang berlangsung dengan suasana hangat walaupun ada saling singgung mengenai peran kedua kandidat di birokrasi. Saling singgung antara Hatta Rajasa dan Jusuf Kalla muncul karena keduanya pernah berada di birokrasi, baik sebagai

menteri maupun sebagai wakil presiden. Di sini, pengalaman keduanya di birokrasi ditempatkan *Kedaulatan Rakyat* sebagai penyebab dari munculnya saling singgung antarkandidat cawapres.

Namun, secara umum, *Kedaulatan Rakyat* menilai debat cawapres secara positif. Oleh karena itu, debat cawapres ini bisa menjadi contoh, perlu suasana yang akrab dalam berpolitik sebagaimana yang terjadi dalam debat cawapres Hatta Rajasa dan Jusuf Kalla.

Bingkai Berita: “Harta Kekayaan Capres–Cawapres Diumumkan:Prabowo Rp 1,6 T, Jokowi Rp 29,8 M”



Gambar 55. Pengumuman Daftar Kekayaan Capres dan Cawapres 2014
(Sumber: *Kedaulatan Rakyat*, 2 Juli 2014)

Masalah yang diangkat *Kedaulatan Rakyat* dalam berita tanggal 2 Juli 2014 ini adalah pengumuman secara resmi harta kekayaan calon presiden dan wakil presiden oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Dalam berita ini, *Kedaulatan Rakyat* menyajikan berita dengan urutan dari pemilik kekayaan terbesar. Berita ini menyebutkan bahwa pengumuman harta kekayaan ini telah melalui verifikasi oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) sebagai harta yang tidak terindikasi hasil pidana dan korupsi.

Kedaulatan Rakyat menekankan nilai moral bahwa kejujuran merupakan hal penting untuk membangun pemerintahan yang bersih. Bagi

Kedaulatan Rakyat, pengumuman kekayaan capres dan cawapres menjamin adanya pemerintahan yang bersih (*clean government*) dan *good government*. Sebagai rekomendasi, *Kedaulatan Rakyat* menilai perlunya pelibatan KPK untuk konfirmasi kekayaan capres dan cawapres, terutama berkaitan dengan utang piutang yang kemungkinan masih menjadi tanggungan.

Kepemilikan dan Kebijakan Redaksi

Kedaulatan Rakyat dikenal mengedepankan nilai-nilai Jawa sebagai bentuk kearifan lokal (*local wisdom*), khususnya ajaran “*migunani tumraping liyan*”. Dengan slogannya ini, *Kedaulatan Rakyat* memang cenderung berhati-hati dalam pemberitaannya, sebagaimana yang bisa dijumpai dalam berita tentang pemilu legislatif dan presiden tahun 2014. Alih-alih mendukung dengan tegas salahsatu partai politik atau salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden, *Kedaulatan Rakyat* terlihat berhati-hati dalam pemberitaannya. Memang, ditemui dalam beberapa berita, *Kedaulatan Rakyat* memberikan porsi yang agak lebih besar bagi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), tetapi secara kuantitas tidak terlalu menyolok.

Menurut Okto Lampito, Pemimpin Redaksi *Kedaulatan Rakyat*, secara umum, kebijakan *Kedaulatan Rakyat* dalam pemberitaan mengenai pemilu adalah sama dengan berita-berita lain. Wartawan *Kedaulatan Rakyat* diberi arahan rambu-rambu bahwa *Kedaulatan Rakyat* adalah milik pembaca, sehingga dalam pemberitaannya harus selalu menjaga independensi.

Okto Lampito tidak memungkiri bahwa selama pemilu 2014, *Kedaulatan Rakyat* identik dengan “merah” (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan). Menurutnya, anggapan ini muncul bukan karena berita di *Kedaulatan Rakyat*, melainkan karena iklan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan di *Kedaulatan Rakyat* yang relatif lebih banyak dibandingkan dengan partai politik lain. Selama pemilu, PDIP memasang iklan di halaman muka (halaman pertama *Kedaulatan Rakyat*) sehingga terlihat koran ini menjadi identik dengan partai berlambang banteng. *Kedaulatan Rakyat* menyatakan bahwa mereka menawari ruang (*space*) beriklan pada semua partai politik dan pasangan calon presiden-wakil presiden, tetapi faktanya Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dan pasangan Jokowi – JK yang paling banyak memasang iklan.

Redaksi *Kedaulatan Rakyat* menggariskan kepada wartawannya untuk

melakukan konfirmasi kepada pihak-pihak yang disebut dalam pemberitaan. Hal ini dipertegas ketika kampanye pemilu presiden dan wakil presiden yang melibatkan Koalisi Merah Putih (KMP) dan Koalisi Indonesia Hebat (KIH). Persaingan yang semakin memanas menjadikan *Kedaulatan Rakyat* lebih berhati-hati. Jika ada berita yang menyangkut kedua pasangan capres cawapres, redaksi *Kedaulatan Rakyat* meminta pada wartawannya untuk melakukan konfirmasi kepada kedua belah pihak.

Selama masa kampanye pemilu presiden dan wakil presiden, *Kedaulatan Rakyat* sering mendapat telepon dari tim sukses masing-masing koalisi. Secara umum, telepon biasanya mengemukakan bahwa *Kedaulatan Rakyat* terlalu banyak memberitakan pihak lain. Koalisi Merah Putih menelpon *Kedaulatan Rakyat*, menyatakan bahwa berita tentang pasangan Jokowi–JK yang diusung Koalisi Indonesia Hebat terlalu banyak, sedangkan berita tentang Prabowo–Hatta yang diusung Koalisi Merah Putih lebih sedikit. Sebaliknya, tim sukses Koalisi Indonesia Hebat menelepon redaksi *Kedaulatan Rakyat* dengan menyebut bahwa pemberitaan tentang pasangan Prabowo – Hatta yang diusung oleh Koalisi Merah Putih terlalu banyak, sebaliknya berita tentang pasangan Jokowi–JK terlalu sedikit.

Walaupun dianggap terlalu dekat dengan Koalisi Indonesia Hebat, *Kedaulatan Rakyat* menyatakan bahwa mereka berusaha tetap independen. Untuk memperlihatkan bahwa mereka berada di tengah-tengah, *Kedaulatan Rakyat* menerima kunjungan Prabowo Subianto, calon presiden yang diusung oleh Koalisi Merah Putih, menjelang pemilu presiden.

Model jurnalisme yang dikembangkan *Kedaulatan Rakyat* dalam pemberitaan pemilu memperlihatkan bagaimana koran ini menerapkan kearifan lokal “*migunani tumraping liyan*”. Alih-alih secara frontal mendukung partai politik atau capres cawapres tertentu, *Kedaulatan Rakyat* memilih untuk mengangkat semua pihak dalam pemberitaan. Memang, ada porsi yang lebih banyak bagi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, tetapi tidaklah menyolok. Justru yang terlihat menyolok adalah iklan dari partai politik ini yang dipasang di *Kedaulatan Rakyat*.

Kesimpulan

Analisis isi kuantitatif menunjukkan bahwa *Kedaulatan Rakyat* memberikan porsi pemberitaan yang besar kepada PDIP dalam masa pemilu legislatif, meskipun tidak begitu signifikan. Sementara, dalam masa pemilu presiden dan wakil presiden, porsi yang lebih besar

diberikan kepada pasangan Jokowi-JK. Persentase keterangan capres cawapres Jokowi JK lebih tinggi dibandingkan dengan keterangan capres cawapres Prabowo-Hatta. Temuan ini menunjukkan keberpihakan *Kedaulatan Rakyat* selama pemilu legislatif dan presiden.

Analisis *bingkai* semakin meneguhkan temuan di atas. Dari bingkai berita, terlihat keberpihakan *Kedaulatan Rakyat* pada PDIP. Kekerasan yang terjadi selama kampanye, misalnya, tidak dibingkai sebagai perilaku buruk dari massa PDIP, namun justru dimaklumi sebagai hal yang wajar, sebagai suatu euforia. Dengan kata lain, *Kedaulatan Rakyat* membingkainya bukan sebagai persoalan yang disebabkan PDIP. Contoh lain, pada berita berjudul “Protes Nama Caleg Menghilang,” PDIP dibingkai sebagai korban dari penyelenggara pemilu yang dianggap merugikan dan berbuat curang pada PDIP.

PENUTUP

Salah satu faktor yang mendorong dilakukannya analisis atas pemberitaan di lima surat kabar ini adalah kecenderungan para pemilik media untuk terlibat dalam politik praktis. Keterlibatan ini tentu mengundang persoalan karena keberadaan media dalam sistem politik demokratis diharapkan mampu berperan menyediakan informasi bagi warga negara sehingga partisipasi politik warga dalam proses demokrasi menjadi lebih bermakna. Keterlibatan para pemilik media dalam politik praktis dikhawatirkan akan menciptakan bias pemberitaan. Ini karena keterlibatan politik praktis para pemilik media bagaimanapun akan menghalangi atau setidaknya menghambat independensi media, dan karenanya akan menurunkan pada derajat tertentu peran-peran penting media dalam menyediakan informasi kepada warga negara.

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan untuk menguji premis bahwa keterlibatan pemilik media dalam politik praktis akan menghalangi independensi media dalam menyampaikan informasi kepada warga negara. Penelitian ini sendiri dikembangkan dengan berusaha menjawab tiga pertanyaan pokok, seperti dirumuskan pada bab pendahuluan, yakni: (1) Bagaimana pemberitaan Pemilu 2014 di surat kabar *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat*; (2) bagaimana lima surat kabar tersebut membingkai berita Pemilu 2014; dan (3) bagaimana pengaruh kepemilikan terhadap manajemen redaksional dalam pemberitaan Pemilu 2014?

Untuk menjawab ketiga pertanyaan di atas, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif atau yang sering

disebut sebagai *content analysis* dan *analisis frame (framing analysis)*. Selanjutnya, untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam mengenai sikap media yang dimiliki politisi dan atau berafiliasi pada partai politik dalam memberitakan Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden, dilakukan wawancara mendalam dengan pihak redaksi. Idealnya wawancara dilakukan secara langsung dengan sang pemilik, tetapi tidak mudah untuk menembus akses ke sana. Bahkan, wawancara dengan level redaksi saja tidak semuanya dapat berjalan lancar. Ada saja hambatan yang dihadapi sehingga sampai detik-detik akhir penulisan laporan harus menunggu kepastian jawaban dari pihak redaksi untuk ditemui oleh peneliti.

Meskipun tidak berhasil menghadirkan secara langsung suara sang pemilik media, tetapi pendapat atau pandangan yang disampaikan pihak redaksi mampu memberikan gambaran bagaimana kepentingan politik dari para pemilik media direpresentasikan dalam pemberitaan. Tentu saja ketika yang bersuara kalangan redaksi, tidak seratus persen dapat diklaim merepresentasikan kepentingan pemilik, sebab kalangan redaksi yang umumnya merupakan jurnalis senior juga memiliki kepentingan terkait dengan profesinya. Akan tetapi, meski cenderung samar dan tidak vulgar toch dengan sangat jelas pendapat/pandangan dari kalangan redaksi dapat dipakai untuk melacak dan mengontruksikan pesan-pesan politik dari pemilik media.

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan terhadap surat kabar *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat* dengan menggunakan metode analisis isi, framing, dan wawancara mendalam, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut.

Kecenderungan Pemberitaan

Analisis isi kuantitatif atas kelima surat kabar menemukan bahwa *bias* pemberitaan di masing-masing media memang terjadi. Bias tersebut ditunjukkan oleh kecenderungan kelima surat kabar untuk menonjolkan pemilik atau partai politik di mana pemiliknya berafiliasi.

Ketika pemilu legislatif, baik *Jawa Pos*, *Koran Sindo*, *Media Indonesia*, *Jurnal Nasional*, dan *Kedaulatan Rakyat* memberikan porsi lebih kepada pemilik dan partai politik dimana pemilik tersebut berafiliasi, terutama selama pemilihan umum legislatif. Pada pemilu presiden, terjadi pergeseran yang disebabkan oleh perubahan konstelasi

politik. Pemilu legislatif diikuti oleh banyak kandidat partai politik, dan pemilik masih belum jelas posisinya dalam perebutan posisi capres-cawapres kecuali beberapa partai politik. Partai Demokrat, misalnya, masih asyik menggelar konvensi calon presiden sehingga posisi Gita Wirjawan (*Jurnal Nasional*) dan Dahlan Iskan (*Jawa Pos*) masih belum jelas. Meskipun demikian, media-media yang dianalisis dalam penelitian ini mempunyai kecenderungan yang sangat jelas.

Di *Jawa Pos*, Partai Demokrat dan Dahlan Iskan mendapatkan liputan yang signifikan. Pada masa pilpres, capres-cawapres yang mendapatkan dukungan Demokrat, yakni Prabowo-Hatta mendapatkan liputan yang jauh lebih signifikan dibandingkan dengan Jokowi-JK. Hal yang hampir sama terjadi di *Jurnal Nasional*. Partai Demokrat dan Gita Wirjawan mendapatkan liputan yang signifikan dalam pemberitaan selama Pemilu legislatif. Sementara itu, ketika pemilu pilpres, *Jurnal Nasional* secara signifikan memberikan porsi yang lebih besar kepada Capres-cawapres Prabowo-Hatta dibandingkan dengan Capres dan Cawapres Jokowi-JK. Ini sejalan dengan garis kebijakan Partai Demokrat yang pada akhirnya memberi dukungan kepada Prabowo-Hatta.

Kecenderungan-kecenderungan berita yang lebih memberikan porsi pada elit politik dan partai politik tertentu juga terjadi di *Sindo*, *Media Indonesia*, dan *Kedaulatan Rakyat*. Masing-masing media yang disebutkan belakangan memberikan porsi pemberitaan yang lebih besar kepada partai politik dan capres-cawapres yang menjadi 'afiliasi' politiknya. Temuan-temuan ini membuktikan kecenderungan bias pemberitaan, dan sekaligus membuktikan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini, yakni bahwa keterlibatan pemilik dalam politik praktis akan mempengaruhi *output* berita. Berita menjadi bias atau tidak objektif, yang dalam penelitian ini ditunjukkan pada buruknya independensi dan pemberian porsi yang lebih besar kepada partai atau pun tokoh politik tertentu.

Konstruksi Pemberitaan

Analisis *framing* atas berita-berita yang muncul selama pemilu legislatif dan eksekutif (pilpres) juga menemukan kecenderungan yang sama. Jika analisis kuantitatif lebih mengandalkan data kuantitatif yang dihitung dari besaran proporsi berita terkait partai atau tokoh politik, maka analisis *framing* mencari bagaimana partai dan tokoh politik

serta realitas lain selama pemilu dikonstruksikan. Analisis *framing* memberikan bukti-bukti yang sangat meyakinkan terkait 'keberpihakan' surat kabar yang dianalisis dalam penelitian ini kepada pemilik dan partai politik pendukungnya melalui konstruksi beritanya.

Dalam pemberitaan *Sindo* terkait revolusi mental calon presiden Joko Widodo atau Jokowi (Presiden periode 2014-2019) dan kampanye Megawati di Jawa Tengah, misalnya, memberikan contoh konkret konstruksi yang dimaksud. *Sindo* mengonstruksikan revolusi mental yang digagas calon presiden Jokowi sebagai warisan komunis. Narasumber yang dihadirkan dalam berita adalah yang 'menyerang' Jokowi, dan melihat revolusi mental secara negatif. Sementara itu, dalam konteks kampanye Megawati, konstruksi berita menggiring pada semacam 'rasa tidak optimis' kubu PIDP dalam menghadapi realitas pemilihan umum di Jawa Tengah sebagai wilayah yang sejak dulu merupakan basis massa PDIP. Kehadiran Megawati di kawasan itu dikonstruksikan sebagai 'ketidakpercayaan' PDIP untuk memenangkan pemilu sehingga harus menghadirkan ketua umum.

Sementara *Sindo* terlibat dalam usaha untuk 'menyerang' lawan-lawan politiknya, pada saat bersamaan, konstruksi atas Partai Hanura, Hary Tanoe, dan juga Wiranto yang merupakan pimpinan tinggi Partai Hanura sangat positif. Hanura, Hary Tanoe dan Wiranto dikonstruksikan sebagai partai dan sosok yang mampu memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi Indonesia saat ini, terutama persoalan kemiskinan dan ketimpangan dalam masyarakat Indonesia.

Apa yang dilakukan oleh *Koran Sindo* dalam mengonstruksikan partai dan tokoh yang menjadi 'afiliasi' politiknya juga dilakukan oleh *Media Indonesia*, milik Surya Paloh. Dalam pemberitaan di surat kabar *Media Indonesia*, Surya Paloh selalu dikonstruksikan sebagai sosok yang mampu menjawab persoalan bangsa. Konstruksi positif atas Surya Paloh itu dibangun salah satunya dengan cara menyerang pihak lain. Ini bisa dilihat dengan sangat baik dalam berita "Golput Akibat Demokrasi Liberal." Konstruksi negatif atas pihak lain di luar afiliasi politik semakin kuat pada pemilu presiden-wakil presiden. *Media Indonesia* memberikan konstruksi yang sangat tidak baik bagi pasangan Prabowo-Hatta. Visi misi Prabowo-Hatta, misalnya, dikonstruksikan berbahaya bagi masyarakat sipil, dan karenanya masyarakat harus memilih calon presiden yang mempunyai rekam jejak yang baik. Konstruksi positif juga diberikan *Jawa Pos* kepada Partai Demokrat selama pemilu legislatif. Partai Demokrat, dalam konstruksi *Jawa Pos*, merupakan

partai yang mempunyai optimisme dalam melanjutkan pembangunan. *Jawa Pos* mengajak pembaca untuk memilih partai yang tidak memberikan janji kosong.

Pengaruh Manajemen Redaksional

Ada banyak faktor yang mempengaruhi berita (Shoemaker dan Reese, 1996), salah satunya adalah kebijakan redaksional. Kovach dan Rosentiel (2001) dengan tegas mengemukakan bahwa jurnalisme seyogianya berpihak kepada kebenaran dan melayani publik. Ini semua pada akhirnya akan sangat ditentukan oleh kebijakan redaksional masing-masing media.

Meskipun hasil analisis kuantitatif dan analisis *frame* memberikan bukti-bukti yang meyakinkan terkait bias dan 'keberpihakan' media yang dikaji dalam penelitian ini, tetapi kebijakan redaksional yang tercermin dari hasil wawancara tidak secara eksplisit mengamini temuan tersebut. Hanya redaksi *Jurnal Nasional* yang narasumbernya memberikan pengakuan jujur atas keberpihakan redaksional terhadap partai politik dan tokoh politik (calon presiden dan wakil presiden). Adapun media lainnya, seperti *Jawa Pos*, *Kedaulatan Rakyat*, dan juga *Media Indonesia* menegaskan bahwa redaksional mempunyai independensi dan tidak terkait dengan partai politik atau pemilik media. Para pemilik tidak terlibat dalam rapat redaksi dan telah mengundurkan diri begitu terlibat dalam politik praktis. Terkait kebijakan redaksional, mereka mengemukakan bahwa publik atau pembaca tetap menjadi prioritas utama sebagai pihak yang dilayani. Dengan kata lain, mereka mengklaim bahwa medianya tetap menempatkan publik sebagai pihak paling utama yang dilayani, dan menjadi pertimbangan utama dalam menentukan berita.

Akhirnya, berdasarkan keseluruhan paparan di atas, penelitian ini sampai pada suatu simpulan bahwa keterlibatan para pemilik media dalam politik praktis, baik dalam konteks sebagai pengurus partai politik maupun sebagai calon presiden/wakil presiden telah berpengaruh buruk bagi bekerjanya media yang profesional. Keterlibatan itu secara langsung maupun tidak langsung menurunkan kualitas jurnalisme. Jurnalisme yang seharusnya mengabdikan kepada kebenaran dan warga negara berbelok ke arah jurnalisme yang tidak objektif, bias, dan lebih berorientasi pada kepentingan pemilik. Jika kondisi demikian dibiarkan, cepat atau lambat akan menurunkan kualitas demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditjondro, George Junus, 2010. *Membongkar Gurita Cikeas: di Balik Skandal Century*, Cet. 1, Yogyakarta: Galangpress
- Arum Sari, Stephanie. 2014. *Objektivitas Pemberitaan Partai Nasdem di SKH Seputar Indonesia periode Oktober 2011-Februari 2013*, Yogyakarta, UAJY (Skripsi tidak diterbitkan)
- Berger, L. Peter L. dan Thomas Luckmann, 1991. *The Social Construction of Reality – A Treatise in The Sociology of Knowledge*, Inggris: Penguin Books
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: LKiS
- Eriyanto, 2013. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group (cetakan ke-2)
- Foucault, Michel. 1979. *Dicipline and Punish The Birth of the Prison* (translated from the French by Alan Sheridan, England: Penguin Books
- Hamad, Ibnu .2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita – berita Politik*. Jakarta, Granit
- Harsono, Andreas, “Pers, Sejarah dan Rasialisme,” dikutip dari <http://www.andreasharsono.net/2007/10/pers-sejarah-dan-rasialisme.html> diakses pada 25 Desember 2014.

- Herman, Edward S dan Noam Chomsky. 2002. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Heychael, Muhamad dan Holy Rafika Dhona, 2014. “ Independensi Televisi Menjelang Pemilu 2014: Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik,” dalam *Jurnal Dewan Pers* Edisi No. 09, Juli, hal. 89-121. Jakarta: Dewan Pers. ISSN: 2085-6199.
- Heychael, Muhammad. 2014. *Independensi Televisi Menjelang Pemilu Presiden 2014*. Jakarta: Remotivi
- Hill, David T. 2007. *The Press in New Order Indonesia*. Jakarta, Equinox Publishing
- Indarto, Kuss, “Majalah “Arti” Tutup Usia”, dikutip dalam <http://indonesiaartnews.or.id/newsdetil.php?id=207> diakses pada 25 Desember 2014.
- Kellner, Douglas, 1995. *Media Culture – Cultural Studies, Identity and politics between the modern and the postmodern*, Routledge: New York
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2006. *Sembilan Elemen Jurnalisme (The Elements of Journalism)*. Alih bahasa Yusi A. Pareanom. kata pengantar Goenawan Mohamad, Ed. 3, Cet. 1, Jakarta: Yayasan Pantau.
- Luwarso, Lukas dan Gati Gayatri, 2004. *Kompetensi Wartawan: Pedoman Peningkatan Profesionalisme Wartawan dan Kinerja Pers*, Jakarta: Dewan Pers dan FES
- Luwarso, Lukas; Samsuri, Tri Agus S. Siswowiharjo, 2004. *Media dan Pemilu 2004*, Jakarta: Koalisi Media untuk Pemilu Bebas dan Adil dan SEAPA
- Manan, Bagir, 2012. *Politik Publik Pers*, Jakarta: Dewan Pers
- Masduki, Darmanto, Muzayin Nazarudin, Budhi Hermanto, Anugrah Pambudi W., Sulistiyawati, Widodo Iman Kurniadi, 2013. *Pemilu 2014 dan Konglomerasi Media Nasional (Analisis terhadap Kecenderungan Pemberitaan 4 Group Media Nasional di Indonesia)*, Jakarta-Yogyakarta: Dewan Pers – MPM (Laporan Penelitian).
- McQuail, Denis, 2011. *Teori Komunikasi Massa* (terjemahan: Putri Iva Izzati), Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication Rething and Renewal*, London: SAGE Publication.
- Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi, S. 2012. *Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia. Report Series. Engaging Media, Empowering Society: Assessing media policy and governance in Indonesia through the lens of citizens’ rights. Research collaboration of Centre for Innovation Policy and Governance and HIVOS Regional Office Southeast Asia, funded by Ford Foundation*. Jakarta: CIPG and HIVOS.
- Nurhasim, Ahmad, dkk. 2009. *Wajah Retak Media : Kumpulan Laporan Penelusuran*, Jakarta, AJI
- Oetama, Jacob. 2004. *Pers Indonesia : Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta, Penerbit Buku Kompas
- Rahzen, Taufik, et.al. 2007. *Tanah Air Bahasa Seratus Jejak Pers Indonesia*, Jakarta: I.BOEKOE.
- Saptono, Irawan; Eriyanto; Tri Mariyani Parlan; Ahmad Faisol; Dyah Listyorini; dan Agus Sudibyo, 2004. *Pemilu di Layar Kaca: Monitoring Berita Pemilu di Media Televisi pada pemilu 2004*. Jakarta: ISAI, Koalisi Media untuk Pemilu Bebas dan Adil, Tifa Foundation, dan Media Development Loan Fund (MDLF).
- Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese. 1991. *Mediating The Message*. New York: Longman.
- Siregar, Amir Effendi, 2013. “Independensi dan Netralitas Jurnalisme dan Media” dalam *SKH Kompas*, Sabtu, 20 Juli.
- Siregar, Amir Effendi. 2012. *Menegakkan Demokratisasi Penyiaran Mencegah Konsentrasi, Membangun Keanekaragaman*, Jakarta: Komunitas Pejaten
- Siregar, Amir Effendi; Rahayu; Puji Rianto; Wisnu Martha Adiputra, 2014. “Menakar Independensi dan Netralitas Jurnalisme dan Media di Indonesia” dalam *Jurnal Dewan Pers* Edisi No. 09, Juli, hal.3-39. Jakarta: Dewan Pers. ISSN: 2085-6199
- Tapsell, Ross, 2010. Newspaper ownership and press freedom in Indonesia, makalah dipresentasikan pada *18th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia* di Adelaide, 5-8 Juli.
- Tim Peneliti dari Masyarakat Peduli Media (MPM), 2014. “Pemilu 2014 dan Konglomerasi Media Nasional Analisis terhadap Kecenderungan Pemberitaan 4 Grup Media Nasional di Indonesia,” dalam *Jurnal Dewan Pers* Edisi No. 09, Juli, hal. 43-85. Jakarta: Dewan Pers. ISSN: 2085-6199.

Wehmeier, Sally (Chief Editor), 2005. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, UK: Oxford University Press.

Widiyanto, 2009. Geger di Sisminbakum Sunyi di RCTI dan Okezone dalam *Wajah Retak Media: Kumpulan Laporan Penelusuran*, Jakarta Pusat: AJI Indonesia.

Wikan, Asmono (23 Maret 2007). Jurnal Nasional, (laman web). dikutip dalam <http://asmono28.wordpress.com/2007/03/23/jurnal-nasional/> diakses pada 29 Oktober 2014

Wright, Charles Robert. 1975. *Mass Communication a Sociological Perspective* (second edition), New York: Random House

Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tahun 2014.

Keputusan Komisi Pemilihan Umum No. 457/Kpts/KPU/2014 tentang Jadwal Kampanye Rapat Umum dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden

Anonimous, *Sejarah Media Indonesia*, Dokumen Media Indonesia

“SBY Diminta Bertanggung Jawab Selamatkan Harian *Jurnas*” dikutip dalam <http://www.jpnn.com/read/2014/10/31/267038/SBY-Diminta-Bertanggungjawab-Selamatkan-Harian-Jurnas-#> diakses pada 25 Desember 2014.

“SBY Diminta Jamin Hak Pekerja Harian “*Jurnal Nasional*” yang Ditutup” dikutip dalam <http://nasional.kompas.com/read/2014/10/31/19342321/SBY.Diminta.Jamin.Hak.Pekerja.Harian.Jurnal.Nasional.yang.Ditutup> diakses pada 25 Desember 2014.

http://id.wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos diakses pada 25 Desember 2014

<http://www.pantau.or.id/?/=d/23> diakses pada 25 Desember 2014

merdeka.com

ayogitabisa.com.

Kompas.com

Jpnn.com

BIODATA KERABAT KERJA

PENELITIAN INDEPENDENSI MEDIA DALAM MEMBERITAKAN PEMILU 2014

Agatha Dyah Ayu Puspaningtyas, lahir di Kulon Progo, 29 Oktober 1992. Menempuh studi di Jurusan Ilmu Komunikasi UGM. Melakukan penelitian mengenai Hubungan Motif dan Kepuasan Mengakses Media Sosial Facebook terhadap Siswa SMP di Purworejo (2012), Menjadi asisten peneliti pada penelitian “Pemilu 2014 dan Konglomerasi Media Nasional (Analisis terhadap Kecenderungan Pemberitaan 4 Group Media Nasional di Indonesia) yang diselenggarakan oleh MPM Yogyakarta bekerjasama dengan Dewan Pers pada tahun 2013. Email:agathadyah2992@gmail.com

Aghreini Analisa, lahir di Banjarmasin, 31 Januari 1993, pendidikan dari SD-SMA diselesaikan di daerahnya, kemudian melanjutkan di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta sejak 2011. Menjadi pengurus OSIS sejak SMP-SMA. Pengurus Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) “Himmah” UII dan menjadi koordinator bidang Penelitian dan Pustaka. Masuk nominasi dalam Lomba Cipta Puisi Religius (2011), Participant of Public Speaking Workshop 2013 held by applied english development division English Department Student Association Faculty of Lenguage and Arts Yogyakarta State University (2013), dan mengikuti pelatihan software statitika (2012).

Anugrah Pambudi W. (Pampam), ikut aktif dalam gerakan literasi media, pengarusutamaan isu difabel, media dan demokrasi, serta penguatan kapasitas jurnalisme media komunitas (jurnalisme warga) terutama pers mahasiswa. Sebelumnya Pambudi aktif di Pers Mahasiswa HIMMAH UII. Sekarang, selain sering mengamati fenomena jurnalisme dan media dotcom *bareng* Masyarakat Peduli Media (MPM), Ia juga kerap memutar film tentang difabel/disabilitas keliling kampung bersama Festival Film Disabilitas (FFDIS). Editor buku *Surga Kaldera Kawah Ijen* – Buku Foto dan Ekspedisi Jurnalistik (2009), dan melakukan beberapa liputan lepas terutama untuk isu media, budaya, dan HAM. Ia bisa ditemui di *twitter* @pambudi_wae

Bonaventura Satya Bharata, SIP, M.Si, lahir di Jakarta pada 5 Agustus 1971. Menamatkan studi sarjana di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL-UGM Yogyakarta (1990-1995) dan magister di Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi UI Jakarta (2001-2003). Tercatat sebagai Dosen Tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP-Universitas Atma Jaya Yogyakarta (1998-sekarang). Mengajar mata kuliah Dasar-Dasar Jurnalisme, Komunikasi Massa, Opini Publik, dan Metodologi Penelitian. Bersama beberapa kolega dosen Ilmu Komunikasi dari Jakarta, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Salatiga ikut membidani kelahiran Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia (ASPIKOM) di Tuntang-Salatiga tahun 2007. Sampai sekarang masih aktif sebagai Wakil Ketua Penyunting untuk Jurnal ASPIKOM (2013-2016). Sempat pula menjadi konsultan dan *trainer* untuk materi *Media Relations* bersama *Jogja Education Partners* (JEP) pada 2007-2010. Mantan Wakil Dekan 3 FISIP UAJY ini (2010-2014) juga aktif menjadi salah satu kontributor penulis untuk beberapa buku ilmu komunikasi, seperti *Metode Penelitian Komunikasi* (2005), *Quo Vadis Televisi : Masa Depan TV dan TV Masa Depan* (2010), *Mixed Methodology dalam Penelitian Komunikasi* (2011), *Mozaik Indonesia* (2012), *Komunikasi dan Konflik di Indonesia* (2012), *New Media dan Arus Demokratisasi* (2014), *Sport, Komunikasi, dan Audiens* (2014), *Komunikasi untuk Membangun Masyarakat Daerah* (2014). Menulis pula beberapa artikel opini di surat kabar lokal Yogyakarta, seperti *Radar Jogja*, *Harian Jogja*, dan *Bernas Jogja*.

Betriq Kindy Arrazy, lahir di Banyuwangi, 24 September 1990. Selepas SMK Muhammadiyah 2 Genteng, ia melanjutkan ke Program S-1 Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII). Mengikuti banyak pelatihan/workshop di antaranya: “On Technology Update and Creating Your Own Personal Computer”, “PC Assembling”, “Citizen Journalism for Anti Corruption”, kuliah Feature yang diselenggarakan Yayasan Pantau, Pemrograman Java, Jurnalisme Investigasi, Sekolah Teori Multikulturalisme, *Institutes for Multiculturalism and Pluralism Studies* (Impulse), Sekolah Perdamaian *Young Interfaith Peacemaker Community* (YIPC-ICRS UGM). Pengalaman organisasi antara lain: Staf Jaringan Kerja Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Himmah UII, Pemimpin Redaksi Pers Mahasiswa Himmah, Redaktur Pelaksana, *e-Newsletter* Selasar, Seknas Jaringan Gusdurian, Pemimpin Redaksi, *e-Newsletter* Manifesto *Young Interfaith Peacemaker Community Indonesia* (YIPC-ICRS UGM), dan Staf Peneliti, Sentra Informasi dan Data untuk Anti Korupsi (SIDAK). Email: maskindie@yahoo.co.id

Budhi Hermanto, lahir di Banjarnegara, 28 April 1976. Menyelesaikan studi Program Sarjana dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Sejak 2008 menjadi Dosen Tidak Tetap di Jurusan Ilmu Komunikasi UMY dan Prodi Ilmu Komunikasi UII. Program Manager Capacity Building & Networking, COMBINE Resource Institution Yogyakarta (2007-2011). Aktif di Asosiasi Televisi Komunitas (ATVKI), dan pernah menjabat sebagai Ketua Jaringan Radio Komunitas. Menjadi konsultan dan fasilitator *freelance* untuk program pengembangan masyarakat yang diselenggarakan oleh berbagai lembaga. Aktif melakukan gerakan literasi media bersama MPM sejak 2011. Email: boedhihermanto@gmail.com.

Darmanto, Alumni Program D2 Jurusan Radio-TV Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC”, Jurusan Pendidikan Sejarah Universitas Sanata Dharma, dan Program Magister Administrasi Publik UGM. Kini sebagai fungsional Peneliti Balitbang Kemen Kominfo RI. Dosen Tidak Tetap untuk Mata Kuliah *Produksi Program Radio (PPR)* di Universitas Atmajaya Yogyakarta (2003-2014), *Penulisan Naskah Media* di Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan FIP, UNY (1992-2012), *Formatologi Program, Formatologi Berita Radio-TV dan Riset Khalayak* di Sekolah Tinggi Multi Media MMTC Yogyakarta (1998-2014), *Jurnalitik Radio* di Akademi

Komunikasi Yogyakarta (2000-2010), dan *Dasar-dasar Broadcasting* di UMY (2009-2011). Periode 2007-2012 menjadi Ketua Penyunting Jurnal Ilmiah *IPTEK-KOM* BPPKI Yogyakarta (Terakreditasi LIPI) dan Anggota Redaksi Majalah semi ilmiah *GAGASAN*. Ikut mendirikan Perkumpulan Masyarakat Peduli Media (MPM) dan Rumah Perubahan Lembaga Penyiaran Publik. Sekretaris Yayasan Bina Muda Panggang, Gunungkidul (1990-2012), dan sejak 2012 menjadi Pembina Yayasan yang sama. Email: darmantomp@gmail.com

Erny Kurniawati, lahir di Magelang, 14 April 1994, Lulus dari SMA Negeri 1 Sleman tahun 2012 kemudian melanjutkan di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi. Pengalaman Organisasi yang dimilikinya, yaitu: Anggota Majelis Perwakilan Kelas SMAN 1 Sleman (2009-2011), 2012 Anggota Kementerian Jaringan dan Komunikasi BEM KM UGM (2012), Anggota Redaksi UKM Pers Mahasiswa *Balairung* (2014). Memiliki pengalaman kerja antara lain sebagai reporter Taloid *BIAS* Disdikpora DIY (2010-2012), reporter Rubrik *KACA* di Harian *Kedaulatan Rakyat* 2011, dan reporter *Gelanggang Muda* di Harian *Kompas* (2010). Bergabung dengan MPM Yogyakarta dan menjadi asisten peneliti sejak November 2013. Di samping sekarang, Magang *Content Writer* di *studyinjogja.com*, *Content Manager* di *Study in Network*, *Content Writer* di PT Rwe Bhinda. E-mail: kurniawati.erny@gmail.com, Blog: ernykurnia.blogspot.com dan *kompasiana.com/ernykurnia*

Fajar Junaedi, lahir di Madiun 20 Mei 1979, dosen pada Jurusan Ilmu Komunikasi UMY, mengajar di sejumlah Perguruan Tinggi, dan tengah menempuh studi S 3 di Kajian Budaya dan Media UGM. Pernah mendapatkan penghargaan sebagai Dosen dengan Inovasi Pembelajaran dari Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Aspikom) dan Pemakalah terbaik dalam Comicos 2013 yang diselenggarakan oleh UAJY. Kini menjabat Ketua Divisi Penelitian Pengurus Pusat Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Aspikom), dan Inisiator terbentuknya Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM). Selain itu menjabat Redaktur Jurnal Komunikator dan Jurnal Aspikom. Selain menulis artikel untuk surat kabar, jurnal, makalah, juga telah menulis sejumlah buku, antara lain: *Komunikasi Politik : Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*,

dan *Ada Apa dengan Film Kita, kata pengantar buku Mata Sinema : Melihat Lebih Dalam Film, Media Parenting, dan Fanatisme Berujung Konflik, Potret Identitas Suporter Sepak Bola Indonesia, dalam buku Menemukan kembali Indonesia Kita*. e-mail: fajarjun@gmail.com

Masduki (Adink), lahir di Banjarmasin 11 April 1972. Menempuh studi S-1 pada jurusan Pendidikan Agama Islam Fak. Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga selesai 1999. Melanjutkan studi S-2 konsentrasi Teori dan Penelitian, Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta, tamat 2004 dan studi Strata 2 kajian Jurnalistik Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Ateneo Manila, Filipina (selesai 2006). Dosen Tetap pada Prodi Ilmu Komunikasi UII, dan pernah menjabat sebagai Ketua Prodi. Pernah menjadi Direktur Program dan Produksi RRI (2010-2012) dan kemudian mendirikan Rumah Perubahan Lembaga Penyiaran Publik. Karir profesional dimulai sebagai reporter, pemandu talkshow dan kepala pemberitaan di Radio Prima Unisi FM Yogyakarta tahun 1996-2001, menjadi koresponden Kantor Berita Radio 68H Jakarta (1998-2001), koresponden Radio Suara Jerman (1998) dan sejak tahun 2007 menjadi Direktur Riset dan SDM PT. Radio Prima Unisi FM Yogyakarta. Aktif menjadi trainer dalam pengembangan radio komunitas, radio dan isu gender-AIDS. Menjadi Ketua AJI Yogyakarta (2002-2004) dan anggota Dewan Etik Nasional AJI Indonesia periode 2006-2014. Email: masadink@yahoo.co.id

Muzayin Nazaruddin mengajar Metode Penelitian Kualitatif, Analisis Isi dan Teks Media, Teori Media dan Budaya, serta Perspektif dan Teori Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia. Bidang kajian yang ditekuni adalah semiotika ruang, kota dan lingkungan. Selain itu, Muzayin juga serius menekuni isu-isu kebencanaan, khususnya dari perspektif budaya. Dalam ranah gerakan sosial, Muzayin terlibat aktif dalam gerakan literasi media dan keterbukaan informasi. Menempuh studi sarjana di Jurusan Komunikasi Massa Universitas Sebelas Maret Surakarta; serta melanjutkan strata dua di Program Master of Semiotics, University of Tartu, Estonia, salah satu *centre of semiotic studies* tertua dan terdepan di Eropa. Muzayin telah mempublikasikan puluhan artikel jurnal, paper konferensi, artikel koran, serta buku. Beberapa diantaranya adalah: *Demokrasi, Media dan Keterbukaan Informasi* (2014); *Merekam Budaya*

Lokal, Menggerakkan Perubahan Sosial (2011); Jurnalisme Warga, Radio Publik dan Pemberitaan Bencana (2011); Televisi Komunitas: Pemberdayaan dan Media Literasi (2008).

Olivia Lewi Pramesti, lahir di Semarang, 7 Juni 1986. Lulus dari Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), dan S2 Komunikasi UGM. Tahun 2014 posisinya sebagai Calon Dosen Tetap di almamaternya UAJY. Minat dalam dunia jurnalistik muncul sejak SMA dengan menjadi Jurnalis Majalah Fucuso SMA 1 Salatiga. Ketika S1, ikut menangani Majalah Teras dan Buletin Mrican Pos (2004-2006) dan Divisi Riset FIAT TV UAJY (2006). Penyandang predikat lulusan terbaik pada wisuda S 1 dan S 2 ini menjadi Anggota Aliansi Jurnalis Independen (AJI) sejak 2010, dan menjabat Divisi Sekolah Jurnalistik AJI Yogyakarta 2013-2016. Periode 2004-2006 selain menjadi asisten dosen di kampusnya, ia menjadi jurnalis lepas di Harian *Bernas*. Periode 2007-2014 menjadi Reporter Radio Edukasi Yogyakarta, *Freelancer Journalist Festival Kesenian Yogyakarta*, Jurnalis *Harian Jogja*, Jurnalis Majalah *Intisari* dan *Ide Bisnis*, dan Kontributor *National Geographic Indonesia Online* Kompas Gramedia. Sejak 2012 menjadi Pengajar Tidak Tetap Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Email: olivia.lewi@yahoo.com or oliph.aja@gmail.com

Puji Rianto, lahir di Magetan 3 Mei 1976. Lulus dengan predikat *cumlaude* dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta tahun 2002. Lulus Sekolah Pascasarjana Kajian Budaya dan Media, UGM tahun 2013. Direktur Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) (2007- sekarang). Anggota Redaksi Pelaksana *Jurnal Demokrasi Sosial*, FES Jakarta (2008-2010), Sekretaris dan sekaligus peneliti pada Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) sejak 2010. Pengalaman akademiknya antara lain menjadi Dosen Tidak Tetap di Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” sejak 2011, STIE “IEU” Yogyakarta (2004- 2010), Program Studi Komunikasi Universitas Islam Indonesia (2007- sekarang), Program Studi Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2008-Sekarang) Asisten Mengajar di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta (2002-2004). Berpengalaman mengkoordinasi kegiatan penelitian media, dan menangani penerbitan buku-buku hasil penelitian tentang media.

Selain itu aktif menulis artikel di berbagai jurnal ilmiah.

Email: pujirianto_pkmbp@yahoo.com; p.rianto1976@gmail.com

Wening Fikriyati, lahir di Cilacap, 19 Maret 1990. Setelah menamatkan pendidikan di SMA Negeri 2 Yogyakarta (2002-2005), melanjutkan di Universitas Islam Indonesia, Fakultas Ilmu Sosial Budaya Program Studi Psikologi lulus tahun 2013. Selama menjadi mahasiswa aktif di Lembaga Pers Mahasiswa Himmah UII sebagai Staf Redaksi, Pemimpin Redaksi, kemudian Koordinator Divisi Penelitian & Pustaka, dan menjadi Anggota Psychology Study Club (2009-2011). Beberapa kali memenangkan kompetisi karya tulis, memperoleh Juara III Mahasiswa Berprestasi Utama/Teladan Anugerah Prestasi Mahasiswa FPSB UII (2011), dan menjadi staf redaktur Jurnal *Intervensi Psikologi* (2010-2013). Sejak 2012 Wening tergabung dalam *Coin a Chance*, dan Institut DIAN/Interfidei sebagai Staf Bidang Dokumentasi, Website, dan Database. Aktif menjadi relawan dan terlibat dalam sejumlah kegiatan literasi maupun penelitian media yang dilakukan MPM sejak 2012. Email: wening.fikriyati@gmail.com

Widodo Iman Kurniadi, lahir di Purwokerto, 28 September 1975. Alumni Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) ini aktif di Bidang Pers HMI (1996-1997), Penasehat Kopma UMY (1997-1998), Bidang Pengembangan Pendidikan *Indonesian Society for Religion and Culture (ISORC)* (2000-2003), Bidang Dakwah Pemuda Muhammadiyah (2000-2005), dan Bidang Pendidikan Pimpinan Ranting Muhammadiyah (2005-2010). Pengalaman kerjanya pernah menjadi Guru Pada SD Muhammadiyah Tamantirto Bantul DIY (2002), peneliti LP3 UMY (2003-2005), Peneliti Pada Masyarakat Peduli Lingkungan Merden (2005), Fasilitator PKLP3M World Bank dan Diknas RI (2007-2008), Surveyor Pola Distribusi Minyak Tanah di DIY (2008), Asisten Peneliti pada Cakrawala Nusantara Consultant (2008), Manajemen Kegiatan pada Masyarakat Peduli Media (2009-sekarang), peneliti pada Program Video Komunitas Budaya Lokal (2010), fasilitator pada program Pemberdayaan UKM melalui Pemanfaatan IT (2013). Email: widodo_iman@yahoo.co.id

