

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Media massa merupakan salah satu unsur yang sangat penting ditengah masyarakat. Melalui media massa banyak hal yang dapat dilakukan, mulai dari menyampaikan informasi penting sampai dengan membentuk opini tertentu terhadap suatu realitas. Media massa atau dalam hal ini disebut pula media jurnalistik, merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa secara sederhana, berarti kegiatan komunikasi yang menggunakan media (*communicating with media*). Menurut Bittner, komunikasi massa dipahami sebagai “*message communicated through a mass medium to a large number of people*”, suatu komunikasi yang dilakukan melalui media kepada sejumlah orang yang tersebar ditempat yang tidak ditentukan. Jadi media massa, menurut nya, adalah suatu alat transmisi informasi, seperti koran, majalah, buku, film, radio, dan televisi, atau suatu kombinasi dari bentuk-bentuk media tersebut.<sup>1</sup>

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki hasrat untuk memperoleh berbagai informasi aktual dan itu akan dapat diraihny manakala ia pandai berkomunikasi.<sup>2</sup> Komunikasi telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup manusia. Rivers Janson dan Peterson, menyatakan dengan tegas bahwa orang Amerika sudah menganggap bahwa

---

<sup>1</sup> Candra Darmawan, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Palembang : Grafika Telindo, 2015), h. 125.

<sup>2</sup> Saidulkarnain Ishak, *Jurnalisme Modern*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), h. 34.

media menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, mereka akan sulit membayangkan bila hidup tanpa media, tanpa koran, tanpa majalah, atau tanpa film, dan jenis-jenis media lain sebagainya.<sup>3</sup>

Peranan media massa dalam berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat modern begitu besar. Hal ini tak mengherankan jika media massa digunakan untuk berbagai tujuan, untuk mempercepat proses perubahan sosial di negara-negara berkembang, untuk kampanye politik, advertensi, dan propaganda.<sup>4</sup>

Menurut Biagi, “Media massa digunakan untuk menyebarkan dan mempromosikan program sosial ekonomi pemerintah.” Jika pesan-pesan yang didifusikan bersifat tanpa paksaan, dan mengalir berdasarkan etika jurnalistik, maka tidak akan menuai masalah.<sup>5</sup>

Kekuatan efek media massa memengaruhi khalayak pertama kali dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam disertasinya, dengan menganalisis teknik-teknik propaganda yang digunakan oleh pendeta melalui radio dalam memengaruhi khalayak. Lasswell melalui penelitian itu berpendapat bahwa khalayak atau pendengar dalam menerima informasi yang disiarkan oleh media massa berada dalam posisi pasif.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Momon Sudarman, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), hlm. 66.

<sup>4</sup> Henry Subiakto, Rachmah Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2014), hlm. 108.

<sup>5</sup> TIM Mercur Buana, *The Repotition of Communication In The Dynamic of Convergence*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 48

<sup>6</sup> Andi Alimuddin Unde, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), h. 54

Kajian yang mengunggulkan dampak media, pers memiliki posisi kuat untuk menumbuhkan wawasan dan pengetahuan masyarakat. Sebagaimana radio, televisi, surat kabar, media *online* dan media alternatif lainnya, yang berperan memberikan informasi kepada khalayak. Tetapi dinegara sedang berkembang, kebebasan pers menghadapi hambatan akibat terbelenggu model pers pembangunan yang memosisikan media sebagai instrumen politik pemerintah.<sup>7</sup>

Kehidupan berdemokrasi, media massa adalah salah satu pilar penting yang mendukung tegaknya demokrasi, Media massa adalah alat atau *instrument* yang paling efektif untuk menyampaikan pesan atau membentuk *opini public* sampai membangun *image branding*, juga media massa paling efektif untuk mengawasi jalannya pemerintahan.<sup>8</sup>

Semua orang tentu pernah mendengar kata berita dan tahu apa itu berita. Berita adalah kejadian yang diulang dengan menggunakan kata-kata. Sering juga ditambah dengan gambar; atau hanya berupa gambar-gambar saja. Pernyataan ini menyiratkan adanya suatu peristiwa atau kejadian didalam masyarakat, lalu kejadian atau peristiwa itu diulangi dalam bentuk kata-kata yang disiarkan secara tertulis dalam media tulis (surat kabar dan majalah), atau dalam media suara (radio), atau juga dalam media suara dan gambar (televisi).<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> *Ibid*, h. 74

<sup>8</sup> Dedi Kurnia Syah Putra, *Komunikasi CSR Politik*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h. 171.

<sup>9</sup> Abdul Chaer, *Bahasa Jurnalistik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), h. 11.

Berita telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Setiap hari ribuan berita menghampiri kehidupan kita. Pagi hari, koran memuat berita yang terjadi pada hari sebelumnya. Radio dan televisi menyiarkan berita yang bukan hanya berasal dari kejadian kemarin, namun juga berita yang sedang terjadi secara langsung (*live*).<sup>10</sup>

Berita yang dihadirkan oleh beragam media massa terdiri dari berbagai jenis berita, mulai dari berita politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, olahraga, dan lain sebagainya.<sup>11</sup> Berbicara tentang berita seputar politik, media dan politik tidak dapat dipisahkan. Sebagaimana yang diketahui bahwa begitu besar peran media massa dalam kehidupan masyarakat, yang mampu mempengaruhi dan merubah cara pikir suatu kelompok masyarakat. Keefektifan media massa dalam menyampaikan pesan politik telah menjadikannya sebagai ajang baru pertempuran politik. Dengan dicanangkannya deklarasi bahwa abad ini adalah abad informasi membuat siapapun yang memiliki akses kepada media massa memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik sesuai dengan yang diharapkannya. Ketika kekuatan politik ingin mendeskreditkan *image* politik lawan, yang perlu dilakukan sudah cukup dengan membanjiri informasi di media massa dengan hal-hal buruk yang dilakukan lawan politik. Begitu juga sebaliknya, ketika ingin membentuk *image* positif dari publik, cukup dengan membanjiri media massa dengan hal-hal positif dari suatu partai atau kandidat.

---

<sup>10</sup> Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 3.

<sup>11</sup> Junaedi. *Op.cit.* h. 1.

Isu politik uang atau yang sering disebut dengan mahar politik memang tidak pernah lepas dari hajatan pemilu di Indonesia. Politik uang merupakan tindak pidana suap. Dalam praktik politik Indonesia, lebih satu dasawarsa terakhir, istilah mahar politik dipahami publik sebagai transaksi dibawah tangan yang melibatkan pemberian dana dalam jumlah besar dari calon untuk jabatan yang diperebutkan (*elected office*) dalam pemilu atau pilkada dengan partai politik yang menjadi kendaraan politiknya. Politik uang terjadi sejak tahapan pencalonan, pemungutan suara, hingga tahapan rekapitulasi suara. Politik mahar atau mahar politik jelas menimbulkan penyimpangan dalam demokrasi. Jika demokrasi adalah kepentingan rakyat, politik mahar membuat demokrasi lebih berorientasi pada pihak pemberi mahar, baik partai politik maupun donor korporasi. Hasilnya, demokrasi gagal dalam meningkatkan kehidupan politik, juga dalam memperbaiki kesejahteraan rakyat. Selain itu, mahar politik juga memunculkan politik biaya tinggi, dan menjadi “investasi” sangat mahal bagi setiap aspiran politik. Investasi perlu dikembalikan, dan ini mendorong merajalelanya korupsi.

Perhelatan pilkada serentak 2018 isu mahar politik telah diakui oleh La Nyalla Mattalitti, seorang bakal calon Gubernur Jawa Timur. La Nyalla mengaku telah diperas oleh partai Gerindra setelah ia mengeluarkan uang sebesar Rp. 5,9 Miliar. La Nyalla juga mengaku telah dimintai pengurus partai DPD I Jawa Timur senilai RP. 40 Miliar pada 11 Januari 2018 dari total Rp. 170 miliar. La Nyalla pun telah mengeluarkan cek sebesar RP. 70 Miliar yang dapat dicairkan jika rekomendasi

sudah ada ditangan. Namun, rekomendasi tak kunjung diterima hingga tanggal batas pengajuan bakal calon ditutup KPUD.

Menjelang pilpres 2019 saat inipun, isu mahar politik kembali muncul. seperti yang diberitakan banyak media massa, isu ini bermula dari tulisan wasekjen partai Demokrat, Andi Arief yang menyebutkan di akun twitter nya tentang jenderal kardus dan juga mahar politik. Isu ini beralamat pada Sandiaga Uno sebagai cawapres yang dipilih oleh Prabowo Subianto untuk mendampingi pada pilpres 2019. Sandiaga Uno dianggap memberikan sejumlah uang kepada partai PKS dan PAN sebagai partai koalisis untuk mendukungnya di pilpres 2019. Hal tersebut menimbulkan banyak asumsi dari publik. Penulis beranggapan bahwa isu yang beredar dimasyarakat menarik untuk diteliti. Karena penulis ingin melihat bagaimana perspektif sebuah media mengkonstruksikan sebuah peristiwa. Berbagai media massa mulai dari media elektronik maupun media *Online* ramai memberitakan kasus tersebut. Media massa *online* hadir sebagai bentuk diterimanya teknologi internet sebagai alat berkomunikasi dan menyebarkan informasi kekhlayak.

Dari beberapa media *Online* seperti *Republika Online*, *Detik.com*, *Metronews.com*, dan *Kompas.com* merupakan beberapa media massa *online* yang memberitakan kasus mahar politik tersebut.<sup>12</sup> Peneliti memilih *Kompas.com* sebagai objek penelitian karena salah satu portal terpopuler di Indonesia yang paling banyak menaikkan berita terkait isu mahar politik pilpres 2019. Kompas termasuk media yang sangat kritis terhadap kondisi sosial maupun politik di Indonesia dengan

---

<sup>12</sup> Observasi penulis disitus *Republika Online*, *Detik.com*, *Metronews.com*, dan *Kompas.com*

kritiknya yang tajam. Karena sejak awal berdirinya sebagai media yang mengidentifikasi pembawa kepentingan dan suara hati rakyat, Kompas merasa mampu menyampaikan berita yang aktual dan kontroversi ideologi.

Melalui penelitian ini, peneliti memandang perlu untuk mengkaji lebih lanjut karakter pemberitaan media *Kompas.com* mengenai kasus mahar politik menjelang pilpres 2019 jika dilihat dari proses pembingkai masalah ini pada berita-berita nya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang judul diatas maka peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana media *Kompas.com* membingkai berita kasus mahar politik menjelang pilpres 2019 dengan model analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki?
2. Bagaimana Konstruksi pemberitaan kasus mahar politik menjelang pilpres 2019 di media *Kompas.com* ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui *framing* pemberitaan kasus mahar politik menjelang pilpres 2019 pada media *online Kompas.com*
2. Mengetahui Konstruksi pemberitaan kasus mahar politik menjelang pilpres 2019 di media *online Kompas.com*

## **2. Manfaat Penelitian**

### a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi akademisi, praktisi, mahasiswa jurnalistik, dan pembaca pada umumnya khususnya bagi mahasiswa dan mahasiswi jurnalistik yang ingin mempelajari tentang analisis framing menggunakan teori Zhongdang Pan dan Kosicki.

### b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu sumber rujukan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian media yang berkaitan dengan analisis *framing* dimasa yang akan datang.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Dalam penyusunan skripsi ini sebelum disusun lebih lanjut terlebih dahulu peneliti meninjau koleksi skripsi yang ada di Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Tinjauan pustaka yang disertakan dalam penelitian ini, bertujuan agar terlihat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Tinjauan pustaka yang disertakan pada bagian ini akan mengambil beberapa penelitian yang berkaitan dengan analisis *framing*.

Penelitian yang pertama Maudina Audia (2017) Program Studi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang. Skripsinya berjudul “*Analisis Wacana Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) pada Sumeks.co.id*”. Dari skripsi Maudina Audia ini memang tidak ada persamaan dari segi teknik analisis namun sama-sama menganalisis tentang

pemberitaan kasus publik figur. dalam skripsi tersebut Maudina Audia menganalisis teks berita penistaan agama yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dari hasil penelitiannya Maudina Audia mengambil kesimpulan bahwa setiap berita pemberitaan ahok di *Sumeks.co.id* adalah Objektif. Hal ini dibuktikan dengan adanya pemilihan kata yang tidak menyudutkan Ahok, atau memberi labelisasi kepada mantan gubernur DKI Jakarta tersebut.

Kedua, Skripsi Andi Sitti Maryandani (2016), Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Skripsinya berjudul "*Analisis Framing Berita Kasus Korupsi Dewie Yasin Limpodi Harian Tribun Timur Makassar*". Dalam skripsi ini sama-sama menggunakan analisis *framing*. Andi Sitti Maryandani mengambil kesimpulan bahwa pemberitaan tersebut berupaya seobjektif mungkin menonjolkan fakta-fakta yang mengarah kepada keterlibatan oknum-oknum selain Dewie Yasin Limpo.

Kemudian yang ketiga, skripsi Hariyanto (2015), program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Judul penelitiannya, "*Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi Ratu Atut di Media Online Media Indonesia.com dan Viva.co.id*". kesamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis *framing* namun Hariyanto membandingkan pemingkaiian berita didua media *online*.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Massa**

Banyak definisi komunikasi massa yang telah dikemukakan oleh para ahli komunikasi, banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan satu sama lain. Pada dasarnya, komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.<sup>13</sup> Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah: Komunikator, media massa, informasi (pesan) massa, *gatekeeper*, khalayak (publik), dan umpan balik.

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. *Gatekeeper* adalah penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.

Khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah

---

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi dimasyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 71

media massa. Sedangkan umpan balik dalam media massa berbeda dengan umpan balik dalam komunikasi antarpribadi. Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya bersifat tertunda sedangkan umpan balik pada komunikasi tatap muka bersifat langsung.<sup>14</sup> Akan tetapi, konsep umpan balik tertunda dalam komunikasi massa ini telah dikoreksi karena semakin majunya media teknologi, maka proses penundaan umpan balik menjadi sangat tradisional.

## **2. Konstruksi Realitas Sosial**

Setiap upaya mendeskripsikan konseptualisasi sebuah peristiwa, keadaan, atau benda merupakan suatu usaha mengkonstruksi realitas. Oleh karena sifat dan kenyataan bahwa pekerjaan media massa dalam hal ini surat kabar adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utamanya adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan diberitakan.<sup>15</sup>

Istilah konstruksi realitas (teori realitas sosial atas realitas) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya *The Social Of Construction Reality*. Realitas menurut Berger seperti dikutip Eriyanto tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, melainkan dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda atau plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan

---

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 72

<sup>15</sup> Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapan nya pada Wacana Media*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), h. 8.

pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu.<sup>16</sup>

Secara ringkas, Berger dan Luckman mengatakan “bahwa telah terjadi dialektika antara individu yang telah menciptakan masyarakat dan masyarakat yang menciptakan individu”. Proses dialektika ini berlangsung dalam tiga momen simultan. Pertama, *eksternalisasi*, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia kedalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri dimana tempat ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.<sup>17</sup>

Kedua, tahap Obyektivasi produk sosial terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu oleh Berger dan Luckman (1990: 49) mengatakan, memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Obyektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka dapat dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan obyektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya

---

<sup>16</sup> Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: LKIS, 2005), h. 15.

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 14

maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya obyektivasi itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang dimasyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar-individu dan pencipta produk sosial itu.<sup>18</sup>

Ketiga, *Internalisasi*. Proses *internalisasi* lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.<sup>19</sup>

### **3. Pemberitaan**

Pemberitaan berasal dari kata berita. Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet.<sup>20</sup>

Tidak ada aktivitas jurnalistik tanpa berita. Unsur terpenting dari aktivitas media dan jurnalistik adalah berita. Profesi wartawan pun sebagian besar berkaitan dengan berita. Salah satu tugas wartawan adalah mencari, menulis, dan

---

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, ( Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 15.

<sup>19</sup> Eriyanto, *Op.Cit*, h. 15

<sup>20</sup> AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia*, ( Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), h. 65.

menyajikan berita. Seorang wartawan akan merasa tidak berarti apabila dalam tugas jurnalistik yang dijalannya pada akhirnya tidak dapat menghasilkan berita yang layak. Berita adalah informasi yang penting dan menarik perhatian orang banyak. Penyajian berita pun harus mempertimbangkan aspek waktu. Setiap berita terikat dengan waktu dan karenanya, kecepatan penyajian berita patut menjadi perhatian.<sup>21</sup>

#### **4. Media *Online***

Media *Online* dapat disamakan dengan pemanfaatan media dengan menggunakan perangkat internet. Sekalipun kehadirannya belum terlalu lama, media *online* sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat mulai dan sedang menggemari media *online*. Sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk media massa, tetapi keberadaan media *online* saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita.

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, disamping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita. Keunggulan media *online* adalah informasi bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. *Up to date* karena media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu

---

<sup>21</sup> Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2015), h. 46.

informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana. *Real time* karena media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Sebagian besar wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa, setiap saat dan setiap waktu untuk meng-*update* informasi. Praktis, karena media *online* dapat diakses dimana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat melakukannya di kantor, di rumah, maupun di warung internet (warnet).<sup>22</sup>

## **5. Analisis Framing**

Pada dasarnya framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media.<sup>23</sup>

Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis framing mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif, yang ditekankan adalah isi (*content*) dari suatu pesan atau teks komunikasi. Sementara dalam analisis framing, yang menjadi pusat

---

<sup>22</sup> Yunus, *Op.Cit*, h. 32

<sup>23</sup> Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2011), h. 10.

perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing, terutama, melihat bagaimana pesan atau peristiwa dikonstruksi oleh media.<sup>24</sup>

Akhir-akhir ini, konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut.<sup>25</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Karena yang diteliti adalah teks berita, dimedia online *Koimpas.com*. Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan berupa gambar, kata-kata dan

---

<sup>24</sup> *Ibid*

<sup>25</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, ( Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 162.

bukannya dalam bentuk angka.<sup>26</sup> Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah.<sup>27</sup>

#### b. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan.<sup>28</sup> Sumber data primer penelitian ini adalah berita yang diambil dari media *online kompas.com*. Sementara sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.<sup>29</sup> Yang diperoleh dari buku-buku mengenai kejournalistikan dan rujukan pada situs web diinternet yang menyangkut dengan penelitian yang sedang penulis lakukan.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya, selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Karena itu,

---

<sup>26</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 333.

<sup>27</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 80.

<sup>28</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada media Group, 2012), h. 41.

<sup>29</sup> *Ibid*, h. 42.

observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya.<sup>30</sup> Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.<sup>31</sup> Dalam hal ini penulis membaca dan mengamati berita di media online *Kompas.com*

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini dikumpulkan berita dari media online *Kompas.com*, yang memuat berita-berita mengenai isu kasus mahar politik pilpres 2019

### 3. Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data, penulis menggunakan metode penelitian analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing* diantaranya: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide.

---

<sup>30</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, ( Jakarta: Prenada Media Group, 2014), h. 118

<sup>31</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 140.

<sup>32</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*, ( Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015), h. 80.

**Tabel 1**

**Kerangka *Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki<sup>33</sup>**

<b>Struktur</b>	<b>Perangkat <i>Framing</i></b>	<b>Unit yang diamati</b>
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headline</i> , <i>lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5 W +1 H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Maksud 5. Nominalisasi antar kalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf dan proporsisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metaphor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

---

<sup>33</sup> Eriyanto, Op.Cit, h.295

Penelitian ini peneliti mencari, mempelajari, menelaah, dan mengamati pembedaan teks berita pada media online *Kompas.com* terhadap pemberitaan kasus mahar politik pilpres 2019.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah mengetahui dan mempelajari isi penelitian ini maka karya tulis ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN :** Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, definisi konsep dan operasional, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

**BAB II KERANGKA TEORITIS :** Bab ini memaparkan tentang uraian yang berisi kerangka pemikiran atau landasan teori yang memuat tentang komunikasi massa, media dalam politik, ruang lingkup berita, *new media*, analisis *framing*, dan analisis *framing* model Robert N. Entman

**BAB III GAMBARAN UMUM :** Dalam bab ini membahas gambaran umum, latar belakang media online *Kompas.com* serta visi dan misi media *Kompas.com*

**BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN :** Membahas mengenai analisis hasil penelitian yaitu mengenai pemberitaan kasus mahar politik menjelang pilpres 2019 di media online *Kompas.com*. Analisis hasil penelitian sikap media online *Kompas.com* dalam membingkai pemberitaan kasus mahar politik menjelang pilpres 2019.

**BAB V PENUTUP** : Berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Sebagai kesimpulan jawaban masalah yang telah dirumuskan secara singkat. Kemudian ditambah dengan saran-saran yang berkaitan dengan hasil temuan penelitian.