

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemilihan kepala daerah tanggal 15 Februari 2017 adalah kompetisi pemilihan kedua serentak yang dilaksanakan di 101 daerah dengan 153 pasangan calon yang bertarung di pemilihan tersebut. Pemilihan kepala daerah ini menjadi kompetisi menarik dari berbagai kalangan, baik media, politisi maupun masyarakat umum. Pemberitaan mengenai Pilkada ini telah didengungkan oleh berbagai media baik cetak maupun elektronik serta media *online*. Media massa memberikan sajian berita dari berbagai sisi terhadap kandidat pasangan yang maju pada pertarungan Pilkada kali ini.

Peran media cukup efektif dalam kehidupan politik di Indonesia, seringkali media juga dapat mempengaruhi opini dan persepsi publik. Sehingga pada pembentukan opini dan persepsi publik, media melakukan tiga kegiatan sekaligus. Pertama menggunakan simbol-simbol politik (*language politic*), melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) dan fungsi agenda media (*agenda setting function*) (Ibnu Hamad, 2004:2). Ketiga hal ini yang pada akhirnya akan menghasilkan citra bagi partai dan aktor politik.

Media sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan kepentingan, konflik dan fakta yang kompleks dan beragam. Menurut Antonio Gramsci,

Media adalah sebuah ruang dimana ideologi dipresentasikan. Ini berarti di satu sisi media dapat menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media juga bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi tandingan. (Sobur, 2012 :30).

Masing-masing media tentunya memiliki ideologi serta visi dan misi tersendiri. Ideologi tersebut akan mempengaruhi kebijakan redaksional media. Seorang wartawan yang bekerja di suatu media dengan kebijakan redaksional tertentu, tentunya akan mencari, meliput, menulis, dan melaporkan peristiwa atau realitas berdasarkan kebijakan redaksional media. Kebijakan redaksional tersebut akan membatasi kebebasan wartawan tersebut dalam memahami dan mempersepsikan sebuah realitas. Intinya, bahwa seorang wartawan, bagaimana cara dia menuliskan sebuah berita, akan mencerminkan ideologi media dimana dia bernaung. Sikap seorang wartawan dalam meliput atau melaporkan sebuah berita sekaligus menunjukkan sikap medianya.

Media bukanlah saluran yang bebas, media tidak sepenuhnya sama persis seperti apa yang digambarkan, memberitakan apa adanya, cerminan dari realitas yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Media yang kita lihat, justru mengkonstruksi sedemikian rupa terhadap realitas yang ada. Ini semua terkait dengan bagaimana cara pandang media untuk membingkai atau mengkonstruksi suatu realitas tertentu.

Dalam merekonstruksi berita, masing-masing media menseleksi isu-isu tertentu dan menekankan atau menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas. Dari

cara media menseleksi isu dan aspek-aspek tertentu berita, akan terlihat bagaimana tendensi atau kecenderungan media tersebut terhadap berita yang mereka buat.

Berita yang dilihat di televisi bukanlah cerminan dari peristiwa atau realitas itu sendiri, melainkan sebuah hasil rekonstruksi dari realitas. Dan yang menjadi agen rekonstruksi berita adalah wartawan. Dengan kata lain, berita yang kita konsumsi adalah hasil rekonstruksi atas peristiwa menurut perspektif wartawan.

Berita tentang Pemilihan Umum Kepala daerah yang diselenggarakan diberbagai daerah merupakan bukti yang dapat menunjukkan betapa media-termasuk media televisi-sulit untuk bersikap independen dan objektif. Bagaimana media tersebut mengkonstruksi sebuah peristiwa menjadi berita akan memperlihatkan bagaimana kecendrungan media tersebut terhadap peristiwa yang diberitakan.

Pilkada serentak tahun ini banyak menyita perhatian publik. Bagaimana tidak, pesta demokrasi yang diadakan 5 tahun sekali ini diselenggarakan serentak untuk kedua kalinya di 101 wilayah yang ada di Indonesia. Kali ini daerah yang banyak menyedot perhatian seluruh media, baik media lokal maupun nasional adalah Jakarta. Hampir setiap hari Pilkada DKI Jakarta menghiasi layar televisi, koran dan media sosial. Padahal pilkada tahun ini tidak hanya dilaksanakan di Jakarta saja, ada 100 daerah yang juga menyelenggarakan pilkada serupa.

Bicara politik di Jakarta saat ini sudah biasa. Bagaimana dengan daerah-daerah lain, seperti Aceh, Bangka Belitung, Banten, Gorontalo, Sulawesi Barat dan Papua Barat yang juga menggelar pilkada serupa. Semestinya daerah-daerah selain

Jakarta seperti Gorontalo atau Papua lebih menarik perhatian jika berbicara tentang politik dan demokrasi.

Terfokusnya perhatian publik pada pilkada DKI Jakarta tidak lepas dari peran media massa. Media massa besar umumnya berkantor pusat di Jakarta sehingga tidak mengherankan apabila yang disuguhkan di layar kaca, di atas kertas dan di layar komputer serta *smartphone* adalah hal yang dekat dengan media massa. Ketika semua kamera media massa menyorot pilkada DKI Jakarta, publik pun ikut menyorot ke arah yang sama.

Diantara banyak stasiun televisi yang memberitakan tentang Pemilihan Kepala Daerah tahun 2017, ada dua stasiun televisi swasta nasional yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisa, yaitu tvOne dan Metro TV. Sudah bukan rahasia umum lagi pada Pemilu Presiden 2014 lalu dua media tv swasta nasional, tvOne dan Metro TV saling bertentangan. Metro TV secara terbuka mendukung Jokowi-JK dan di sisi lain tvOne berpihak pada Prabowo-Hatta. Disamping itu, Metro TV dan tvOne merupakan media yang sama-sama mengusung konsep *news*, meskipun kini mulai bermunculan stasiun televisi swasta yang juga mengusung konsep serupa, seperti iNews dan CNN Indonesia.

Pada hari Selasa, 20 September 2016 pukul 20:35 WIB, pemberitaan dalam program *Breaking News* di tvOne menyiarkan berita berjudul PDIP Umumkan Cagub dan Cawagub DKI Jakarta. Dalam tayangan yang berdurasi 16:13 detik, tvOne lebih menonjolkan bagaimana PDIP mempersiapkan para calon kepala daerah hingga akhirnya diputuskan siapa yang akan diusung dalam pilkada 2017.

Dalam tayangan tersebut, Sekjen DPP PDIP tidak hanya mengumumkan pasangan calon yang diusung oleh PDIP di Pilkada DKI tetapi juga di beberapa daerah di Indonesia, seperti Gorontalo dan Banten yang calonnya kebetulan hadir pada pengumuman tersebut.

Sementara itu, Metro TV dalam program *Headline news* pada hari Selasa, 20 September 2016 pukul 21:12 WIB menyiarkan berita berjudul PDIP Resmi Usung Ahok-Djarot. Dalam tayangan berita tersebut dipaparkan keputusan PDIP mendukung Ahok-Djarot dalam pilkada DKI 2017 dan alasan PDIP mengusung calon petahana DKI untuk maju dalam Pilkada tahun ini. Selain itu, Metro TV juga menyinggung mengenai kontrak politik antara PDIP dan pasangan Ahok-Djarot.

Dari pemberitaan mengenai Pilkada DKI Jakarta, tvOne dan Metro TV memiliki sudut pandang yang berbeda dalam mengkonstruksi realitas dan mengemas berita tersebut. Perbedaan itu akan dibuktikan peneliti, bagaimana media tersebut mengkonstruksi sebuah peristiwa menjadi berita akan memperlihatkan bagaimana kecenderungan dan keberpihakan dua lembaga penyiaran tersebut terhadap pemberitaan Pilkada DKI Jakarta. Dalam tayangan tersebut, tvOne tampak lebih objektif karena mereka memberitakan secara lengkap prosesi pendeklarasian para pasangan calon yang didukung PDIP, beserta pidatonya. Berbeda dengan Metro TV yang dari awal mendukung Ahok-Djarot pada pilkada tahun ini. Meskipun tidak menyangkan secara langsung, keberpihakan Metro TV dapat dilihat dari pemberitaan yang lebih fokus pada pasangan Ahok-Djarot.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana pemilihan kepala daerah DKI Jakarta dalam pemberitaan di Metro TV dan tvOne?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan pemberitaan pemilihan kepala daerah DKI Jakarta di Metro TV dan tvOne.

1.4. Manfaat Penelitian

a) Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi keilmuan di bidang komunikasi khususnya terkait dengan analisis *framing* di dua televisi swasta nasional mengenai pemberitaan pemilihan kepala daerah DKI Jakarta 2017.

b) Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi mahasiswa, juga bagi jurusan ilmu komunikasi serta pihak Metro TV dan tvOne itu sendiri.

