

**KONSTRUKSI PEMBERITAAN PDIP DI MEDIA MASSA:
ANALISIS FRAMING PERNYATAAN PAKAR KOMUNIKASI POLITIK DI KOMPAS.COM**

Ali Sodikin

Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana, Universitas Mercu Buana
Gedung Tedja Buana, Jl. Menteng Raya No.29 - Jakarta Pusat
E-mail: angintimur147@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini berlatar belakang mengenai pemberitaan-pemberitaan *Kompas.com* tentang PDIP. Pada pemberitaan tersebut, media *Kompas.com* mengutip pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budiarto. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi pemberitaan PDIP melalui pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budiarto di *Kompas.com*. Dasar teori dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas sosial yang terdiri dari eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi menurut Berger dan Luckman. Teori sosiologi media oleh Shoemaker dan Reese juga menjadi dasar teori dalam penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah analisa *framing* model Entman dengan indikator-indikator *Define Problems, Diagnose Causes, Make Moral Judgement, dan Treatment Recommendation*. Subjek/objek dalam penelitian ini adalah pernyataan-pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budiarto yang dimuat dalam media *online Kompas.com* mengenai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan pendekatan *framing* model Entman dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budiarto yang dimuat di media *online Kompas.com* dibingkai sedemikian rupa dengan seleksi isu dan penonjolan isu tentang realitas politik partai-partai tersebut.

Kata Kunci: analisis *framing*, konstruksi realitas sosial, pakar komunikasi politik, media *online*

Abstract

This research background on the news reporting Kompas.com of PDIP. In the news, media Kompas.com citing political communications expert Dr. Heri Budiarto. The purpose of this study was to determine the PDIP construction news through the statement of political communications expert Dr. Heri Budiarto in Kompas.com. Basic theory in this research is the theory of social construction of reality consists of externalization, objectivation, and internalization by Berger and Luckmann. Sociological theory of media by Shoemaker and Reese also be the basis of the theory in this study. The method used is framing analysis Entman models with indicators Define Problems, Causes Diagnose, Make Moral Judgment, and Treatment Recommendation. Subject/object in this study are statements of political communications expert Dr. Heri Budiarto published in the online media Kompas.com on the PDIP. These results indicate that by using framing approach Entman models can be seen that the statements Political Communication Specialists Dr. Heri Budiarto contained in the online media Kompas.com framed in such a way with the selection of issues and highlighting the issue of political reality these parties.

Keywords: framing analysis, construction of social reality, expert political communication, online media

Pendahuluan

Pada tanggal 10 Oktober 2013, media online *Kompas.com* memuat berita dengan judul "Pengamat: Harapkan Presiden Perempuan, Mega Belum Pasti Dukung Jokowi". Berita *Kompas.com* tersebut mengutip pernyataan pengamat adalah "Apa yang disampaikan oleh Mega tersebut juga merepresentasikan bahwa dukungan Mega kepada Jokowi yang unggul di beberapa survei, baik elektabilitas maupun popularitas, belum bulat alias final," ujar Direktur Political Communication Institute Heri Budianto di Jakarta, Kamis (10/10/2013) (*Kompas.com*, 2013).

Berita *Kompas.com* yang memuat pernyataan Dr. Heri Budianto mengenai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sebagai partai oposisi. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan atau PDIP merupakan partai pertama yang dikomentari oleh Dr. Heri Budianto mengenai calon presiden dari PDIP, karena Ketua PDIP yaitu Megawati Soekarno Putri memberikan pernyataan bahwa presiden yang akan datang sebaiknya perempuan, bukan Joko Widodo yang menjadi bahan pembicaraan masyarakat. Dr. Heri Budianto hanya memberikan pernyataan berisi penjelasan atau maksud dari pernyataan Ketua PDIP tersebut, tidak memberikan pernyataan apa yang sebaiknya dilakukan oleh PDIP untuk calon presiden Republik Indonesia.

Pengamat yang disebut dengan Heri Budianto dari Universitas Mercu Buana dalam pemberitaan yang diunggah oleh media online *Kompas.com* tersebut termasuk kategori pakar komunikasi politik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata pakar memiliki makna adalah orang yang ahli atau spesialis. Sehingga pakar komunikasi politik memiliki makna adalah orang yang ahli atau spesialis di bidang komunikasi politik. Menurut Arifin (2011) komunikasi politik adalah pembicaraan untuk memengaruhi dalam kehidupan bernegara. Komunikasi politik dapat juga merupakan seni mendesain apa yang mungkin (*art of possible*) dan bahkan dapat merupakan seni mendesain yang tidak mungkin menjadi mungkin (*art of impossible*).

Pakar komunikasi politik menunjukkan bahwa seseorang sudah ahli atau memiliki spesialis dalam memahami komunikasi dan juga

politik. Para pakar ilmu komunikasi lebih menjelaskan bahwa perbendaharaan kata para komunikator politik berisi istilah-istilah yang samar-samar, seperti demokrasi, kemerdekaan, dan keadilan, yang maknanya diperselisihkan. Konsep-konsep yang pada dasarnya diperjuangkan itu menimbulkan perjuangan dan menjadi masalah pokok dalam politik (Arifin, 2011).

Pernyataan yang disampaikan oleh seorang pakar, khususnya pakar komunikasi politik termasuk kategori sumber berita. Sumber berita merupakan salah satu faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media. Lingkungan di luar media termasuk level ekstramedia. Kategori level ekstramedia adalah salah satu hal-hal yang memengaruhi pendefinisian realitas suatu media menurut Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam ruang pemberitaan dan kebijakan redaksi (Shoemaker dan Reese, 1996).

Menurut Berger (dalam Eriyanto, 2012) realitas tidak terbentuk secara ilmiah dan berasal dari Tuhan tetapi sebaliknya realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Setiap orang bisa mempunyai penafsiran yang berbeda-beda terhadap realitas. Proses konstruksi realitas dimulai ketika seorang konstruktor melakukan objektivitas terhadap suatu pernyataan yakni melakukan persepsi terhadap suatu objek. Selanjutnya, hasil dari pemaknaan melalui proses persepsi itu diinternalisasikan ke dalam diri seseorang konstruktor. Dalam tahap inilah dilakukan konseptualisasi atau penerjemahan terhadap obyek yang dipersepsi. Langkah terakhir adalah melakukan eksternalisasi atau hasil dari proses permenungan secara internal tadi melalui pernyataan-pernyataan. Alat membuat pernyataan tersebut tiada lain adalah kata-kata atau konsep atau bahasa.

Pernyataan-pernyataan pakar komunikasi politik dapat terlihat dari berbagai macam bentuk media massa. Salah satunya adalah media internet yang dapat melayani khalayak dengan interaktivitas tinggi. Media internet ini mulai digunakan untuk menunjang berbagai kebutuhan informasi khalayak. Internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia manapun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan

mudah. Internet mengubah komunikasi dengan beberapa cara yang mendasar. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi “satu-untuk-banyak”. Sedangkan internet memberikan model-model tambahan: “banyak-untuk-satu” (*e-mail* ke satu alamat sentral, banyaknya pengguna yang berinteraksi dengan satu *website*) dan “banyak-untuk-banyak” (*e-mail*, milis, kelompok-kelompok baru). Internet menawarkan potensi komunikasi yang lebih terdesentralisasi dan lebih demokratis dibandingkan yang ditawarkan oleh media massa sebelumnya (Severin & Tankard, 2011).

Salah satu media internet yang ada di Indonesia adalah *Kompas.com*. *Kompas.com* dimulai pada tahun 1995 dengan nama *Kompas Online*. *Kompas Online* pada awalnya hanya berperan sebagai edisi internet dari *Harian Kompas*. Kemudian tahun 1998 *Kompas Online* bertransformasi menjadi *Kompas.com* dengan berfokus pada pengembangan isi, desain, dan strategi pemasaran yang baru. *Kompas.com* pun memulai langkahnya sebagai portal berita terpercaya di Indonesia. Sepuluh tahun kemudian, pada tahun 2008 *Kompas.com* tampil dengan perubahan penampilan yang signifikan. Mengusung ide “Reborn”, *Kompas.com* membawa logo, tata letak, hingga konsep baru di dalamnya. Menjadi lebih kaya, lebih segar, lebih elegan dan tentunya tetap mengedepankan unsur *user-friendly* dan *advertiser-friendly* (*Kompas.com*, 2013).

Pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto merupakan hasil konstruksi realitas sosial di media *online*. Pernyataan-pernyataan pakar komunikasi politik tersebut dapat membuat opini masyarakat berbagai macam dalam memandang kondisi politik bangsa Indonesia saat ini. Sehingga pernyataan-pernyataan seorang pakar komunikasi politik dapat menciptakan system demokratisasi kondisi politik di Indonesia setelah peristiwa reformasi melalui media massa.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian di atas, maka masalah penelitian yang dapat difokuskan dalam bentuk pertanyaan adalah “Bagaimana konstruksi pemberitaan PDIP melalui pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto di Media Massa *Kompas.com*?”

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui konstruksi pemberitaan PDIP melalui pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto di *Kompas.com*.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Politik

Komunikasi politik menurut Arifin (2011) adalah pembicaraan untuk memengaruhi dalam kehidupan bernegara. Komunikasi politik dapat juga merupakan seni mendesain apa yang mungkin (*art of possible*) dan bahkan dapat merupakan seni mendesain yang tidak mungkin menjadi (*art of impossible*). Sumarno yang dikutip oleh Rosit (2012) menyatakan bahwa untuk memahami komunikasi politik harus diperhatikan pengertian-pengertian yang terkandung dalam kedua perkataan tersebut, yaitu komunikasi dan politik, baik secara teori maupun penerapannya. Ilmuwan komunikasi A. Muis (1990) yang dikutip Arifin (2011), menjelaskan bahwa istilah komunikasi politik menunjuk pada pesan sebagai objek formalnya sehingga titik berat konsepnya terletak pada komunikasi dan bukan pada politik. Pada hakikatnya komunikasi politik mengandung informasi atau pesan tentang politik. McNair (1995) menyebutkan bahwa komunikasi politik adalah komunikasi yang diupayakan untuk mencapai tujuan-tujuan politik tertentu. Graber (1984) memandang bahwa komunikasi politik adalah proses pembelajaran, penerimaan, dan persetujuan atas kebiasaan-kebiasaan atau aturan-aturan, struktur, dan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik (Arifin, 2011). Sementara menurut Nimmo (1999), komunikasi politik sebagai kegiatan yang bersifat politis atas dasar konsekuensi aktual dan potensial, yang menata perilaku dalam kondisi konflik.

Beragam definisi dan makna mengenai komunikasi politik, Arifin (2011) mengambil sebuah kesimpulan bahwa adanya rumusan komunikasi politik yang lebih dari satu itu dapat dipahami, karena baik komunikasi maupun politik merupakan fenomena yang ‘serbahadir’ (*ubiquitous*). Artinya komunikasi dan politik berada di mana pun dan kapan pun juga. Setiap orang berkomunikasi dalam bentuk berpikir,

berbicara, menulis, dan bertindak. Demikian juga setiap orang berpolitik dan bahkan setiap tindakan selalu mengandung makna politik (*everything is political*). Hal itu sejalan dengan pandangan Aristoteles bahwa secara alamiah manusia adalah makhluk yang berpolitik (*zoon politicon*) sehingga politik merupakan hakikat keberadaan manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Komunikator Politik

Leonard Doob yang kemudian di kutip oleh Nimmo (1993), mengkategorikan komunikator politik dalam tiga tipologi (Subiakto & Ida, 2012), 1) Politikus atau disingkat “pols”; 2) Komunikator profesional atau “pross”; dan 3) Aktivis atau disingkat “vois”.

Daniel Katz (Subiakto & Ida, 2012), membedakan politikus menjadi dua, yakni “partisan” dan “ideolog”. Partisan adalah mereka yang mengidentifikasi diri sebagai wakil kelompok. Ia lebih banyak melindungi atau mendahulukan kepentingan kelompok atau pribadi. Adapun ideolog merupakan politikus yang berorientasi pada pengambilan keputusan. Mereka berusaha memperjuangkan kepentingan partai, ideologi, atau nilai-nilai perjuangan.

Komunikator politik yang lain adalah mereka yang tergolong sebagai komunikator profesional. Di Amerika menjadi komunikator yang profesional merupakan salah satu profesi yang dapat diandalkan untuk mencari nafkah. Yang digolongkan sebagai komunikator profesional adalah mereka yang disebut sebagai promotor dan jurnalis. (Subiakto & Ida, 2012). Promotor merupakan orang yang dibayar untuk mendahulukan kepentingan pelanggannya. Apa yang harus mereka sampaikan kadang-kadang bertentangan dengan dirinya, tetapi hal ini tidak berarti subjektivitas mereka hilang begitu saja. Dengan demikian, yang termasuk ke dalam promotor adalah juru bicara tokoh masyarakat yang penting, personel humas pada organisasi swasta atau pemerintah, juru bicara jawatan pemerintah, sekretaris pers kepresidenan, personel periklanan perusahaan, manajer kampanye kandidat politik, dan profesi lain yang menggantungkan tugasnya pada kemampuan komunikasi (Subiakto & Ida, 2012).

Jurnalis adalah mereka yang bekerja di media massa atau organisasi berita. Para jurnalis mempunyai pengaruh yang besar terhadap konstelasi politik. Mereka mempunyai *collection of facts*, sekumpulan fakta, yang dimiliki karena aktivitas kerja dan jaringan informasi yang begitu luas. Sebagai penghubung antara sumber berita dan khalayak, jurnalis dapat memainkan peran yang penting dalam pembentukan opini publik, yakni melalui kemampuannya menentukan isu-isu yang perlu mendapatkan perhatian khalayak.

Komunikator yang ketiga menurut Dobb (Subiakto & Ida, 2012) adalah aktivis. Aktivis adalah mereka yang terlibat baik dalam politik maupun komunikasi dan memiliki keahlian tentang itu, tetapi mereka tidak menggantungkan nafkahnya pada kedua bidang itu. Juru bicara kelompok kepentingan, pemuka pendapat (*opinion leader*), dan mahasiswa merupakan aktivis. Para aktivis ini tidak jarang justru sangat berpengaruh terhadap pandangan politik jaringan sosialnya, seperti yang dilaporkan oleh penelitian Lazarsfeld (Subiakto & Ida, 2012) dan teman-teman yang menemukan bahwa para pemuka pendapat mempunyai peran yang sangat penting dalam perubahan sikap.

Media Politik

Menurut McLuhan (dalam Arifin, 2011) bahwa yang memengaruhi khalayak bukan apa yang disampaikan oleh media, tetapi jenis media komunikasi yang dipergunakan, yaitu antarpersona, media sosial (internet), media cetak, atau media elektronik. Dalam hal komunikasi politik, pandangan McLuhan itu akan bermakna bahwa media politik itu merupakan pesan politik yang akan berguna untuk membentuk citra politik dan opini publik (Arifin, 2011). Media massa datang menyampaikan pesan yang aneka ragam dan aktual tentang lingkungan sosial dan politik. Surat kabar dapat menjadi medium untuk mengetahui berbagai peristiwa politik yang aktual yang terjadi di seluruh penjuru dunia. Demikian juga radio dan televisi sebagai media elektronik menjadi sebuah sarana untuk mengikuti berbagai kejadian politik (Arifin, 2011).

Sesungguhnya media pada prinsipnya adalah segala sesuatu yang merupakan saluran

dalam menyatakan gagasan, isi jiwa, atau kesadaran manusia. Atau dengan kata lain, media adalah alat untuk mewujudkan gagasan manusia. Dalam hal itu media dapat dibagi kedalam tiga bentuk (Arifin, 2011). Pertama, media yang menyalurkan ucapan (*the spoken words*), yaitu gendang, kentongan (*alarm block*), telepon dan radio. Kedua, media yang menyalurkan tulisan (*the printed writing*) dan hanya dapat ditangkap oleh mata, disebut juga *the visual media* (media pandang). Media yang termasuk golongan ini, antara lain prasasti, selebaran, pamflet, poster, brosur, baliho, spanduk, surat kabar, majalah, dan buku. Ketiga, yang menyalurkan gambar hidup, dan dapat ditangkap oleh mata dan telinga sekaligus, disebut *the audio visual media* (media dengar pandang). Media yang termasuk dalam bentuk ini hanya film dan televisi.

Selain itu menurut Arifin (2011), media juga sering dibedakan antara media antarpersona (antarpribadi) seperti telepon, surat, dan telegram dengan media massa seperti pers, radio, film, dan televisi. Kemudian, dengan perkembangan teknologi muncul media baru yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer yang sering juga disebut internet (*international networks*). Internet adalah sesungguhnya penggabungan antara komputer, telepon, dan televisi.

Melalui internet, komunikasi politik dapat dilakukan dengan menyertakan jutaan orang dari seluruh dunia, tanpa adanya hubungan yang bersifat pribadi. Khalayak yang tercipta oleh internet tersebut sangat khas, yaitu sebuah masyarakat yang terbentuk oleh jaringan komputer, yang disebut sebagai masyarakat maya (*cyber space*) (Arifin, 2011). Kehadiran media tersebut, menurut Arifin (2011), terutama media massa (pers, radio, film, dan televisi) mendorong retorika, propaganda, agitasi, kampanye dan *public relations* politik, berkembang lebih pesat lagi. Penggunaan media massa dalam komunikasi politik tentu sangat penting karena media massa memiliki kontribusi yang besar dalam demokrasi. Selain itu media massa selalu dipandang memiliki pengaruh yang kuat terutama dalam membangun opini dan pengetahuan bagi khalayak.

Konstruksi Realitas Sosial

Menurut Berger (dalam Eriyanto, 2012) realitas itu tidak terbentuk secara ilmiah dan berasal dari Tuhan tetapi sebaliknya realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh manusia. Setiap orang bisa mempunyai penafsiran yang berbeda-beda terhadap realitas. Menurut Berger proses konstruksi sosial dibagi atas tiga bagian yaitu: *Pertama*, eksternalisasi yaitu usaha usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun kegiatan fisik. *Kedua*, objektivasi yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dan hasil kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. *Ketiga* adalah internalisasi yang merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Proses konstruksi realitas dimulai ketika seorang konstruktor melakukan objektivikasi terhadap suatu kenyataan yakni melakukan persepsi terhadap suatu objek. Selanjutnya, hasil dari pemaknaan melalui proses persepsi itu diinternalisasikan ke dalam diri seseorang konstruktor. Dalam tahap inilah dilakukan konseptualisasi atau penerjemahan terhadap objek yang dipersepsi. Langkah terakhir adalah melakukan eksternalisasi atas hasil dari proses permenungan secara internal tadi melalui pernyataan-pernyataan. Alat membuat pernyataan tersebut tiada lain adalah kata-kata atau konsep atau bahasa.

Alex Sobur sendiri mendefinisikan media massa sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, ia mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik, antara lain karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakan dalam konteks kehidupan yang empiris (Sobur, 2012).

Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa, berita, serta gambaran-gambaran umum, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai

peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. “#Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004). Idealnya berita bertujuan untuk menyebarkan realitas sosial kepada masyarakat tetapi kenyataannya memang jauh dari realitas yang sebenarnya terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat. Berita lebih merupakan rekonstruksi tertulis dari realitas sosial (Abrar, 1999).

Dalam media massa, keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas melainkan bisa menentukan gambaran makna mengenai suatu realitas media yang akan muncul dibenak khalayak. Oleh karena itulah maka penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas sebabnya bahasa mengandung makna sebagai esensinya. Bahasa dan makna merupakan kerja kolektif. Komunikasi berlangsung hanya apabila ada kesepakatan dari semua pihak yang terlibat, bahasa dan makna meniscayakan sebuah kerjasama antara yang membuat dan yang menafsirkan (Sobur, 2012).

Proses penulisan fakta sangat berhubungan dengan pemakaian bahasa didalam menulis realitas. Kata yang digunakan oleh media bukan saja mengikuti kode etik jurnalistik akan tetapi sangat terkait dengan politik bahasa. Pemilihan bahasa-bahasa tertentu memfokuskan khalayak dalam menafsirkan bahasa pada masalah tertentu pula. Kalimat atau kata yang hadir pada khalayak mencoba memberikan gambaran peristiwa pada khalayak untuk mengetahui realitas sesuai dengan gambaran yang diberikan oleh media.

Hal-hal yang memengaruhi pendefinisian realitas suatu media menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam ruang pemberitaan dan kebijakan redaksi (Shoemaker dan Reese, 1996): *Pertama*, Faktor Individual. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media memengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur, atau agama sedikit banyak

memengaruhi apa yang ditampilkan media. *Kedua*, Level rutinitas media. Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa penting yang harus diliput, bagaimana pendelegasian tugasnya, melalui proses dan tangan siapa saja sebuah tulisan sampai sebelum sampai ke proses cetak.

Ketiga Level organisasi. Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik memengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi media itu sendiri. Masing-masing komponen dalam organisasi mempunyai kepentingan dan filosofi sendiri-sendiri. Berbagai elemen tersebut memengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

Keempat, Level ekstra-media. Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun berada di luar organisasi namun hal-hal di luar organisasi ini sedikit banyak memengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media. Pertama Sumber Berita. Sumber berita di sini dipandang bukan sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Ia juga mempunyai kepentingan untuk memengaruhi media dengan berbagai alasan salah satunya adalah memenangkan opini publik atau memberikan citra tertentu kepada khalayak. Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan ia akan memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya. Kepentingan sumber berita ini yang seringkali tidak disadari oleh media. Kedua, Sumber Penghasilan media. Sumber penghasilan media bisa berupa pengiklan tetapi bisa juga berupa pelanggan atau pembeli media. Media

harus *survive* dan untuk bertahan hidup, kadangkala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka misalnya media tertentu tidak memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan. Ketiga pihak eksternal, seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh ini ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Dalam negara otoriter pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam menentukan berita yang disajikan. Pemerintah memegang kuasa penuh lisensi penerbitan suatu media sehingga jika media tersebut dianggap berbahaya terhadap pemerintah maka media tersebut dibredel atau dihentikan usaha penerbitannya. Begitu juga sebaliknya pada negara yang demokratis dan liberal. Campur tangan negara praktis tidak ada, justru pengaruh besar terletak pada lingkungan pasar dan bisnis.

Kelima, Level ideologi. Ideologi di sini diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Level ideologi bersifat abstrak dan berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pemakaian bahasa ternyata tidak hanya mencerminkan realitas tetapi juga dapat menciptakan realitas. Maka tidak mengherankan dalam media, bahasa dapat hadir sebelum ada realitas bahkan tidak mengacu pada realitas. Bahasalah yang akan menciptakan realitas itu sendiri karena konsepsi dan abstraksi pikiran pembaca akan berusaha mengkode tanda. Praktik pemberian makna melalui bahasa dalam media cetak sering kali diasumsikan oleh khalayak sebagai pemberitaan yang benar, netral, dan tidak memihak siapa pun padahal hal ini belum sepenuhnya benar.

Konsep Framing

Robert N Entman dikutip oleh Eriyanto (2012) menyatakan bahwa proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

Definisi *framing* lain disampaikan oleh Todd Gitlin dalam Eriyanto (2012), bahwa *framing* adalah strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

Cara pandang atau perspektif melalui konstruksi (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis dalam Sobur, 2012) pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut. Sehingga, berita menjadi manipulatif dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang *legitimate*, objektif, alamiah, wajar, atau tidak terelakkan (Imawan dalam Sobur, 2012).

Dalam penelitian ini analisis *framing* yang digunakan adalah analisis *framing* Robert N. Entman yang merupakan salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media. Menurut Entman (dalam Eriyanto, 2012), meskipun analisis *framing* dipakai dalam berbagai bidang studi yang beragam, satu faktor yang menghubungkannya adalah bagaimana teks komunikasi yang disajikan, bagaimana representasi yang ditampilkan secara menonjol memengaruhi khalayak.

Framing dalam pikiran Entman, bisa menjadi paradigma penelitian komunikasi. *Framing* dapat dipakai dalam beberapa konsep, yaitu: *Pertama*, otonomi khalayak. Bagaimana khalayak menafsirkan dan mengkode simbol dan pesan yang diterima. Bagaimana sebuah teks dibaca secara dominan oleh khalayak, dan kenapa teks dibaca dengan cara pandang tertentu dan bukan dengan cara lain. *Kedua*, praktik jurnalistik. Ranah penelitian ini misalnya melihat bagaimana *frame* memengaruhi kerja wartawan. Apa yang diperhatikan oleh wartawan pertama kali ketika ia meliput peristiwa, kenapa ia melihat aspek tertentu, alasan apa yang menyebabkan ia melihat dengan cara tertentu dan bukan dengan cara lain. Bagaimana wartawan membuat satu informasi lebih penting

dan menonjol dibandingkan informasi lain, faktor-faktor apa yang menyebabkannya, dan sebagainya. *Ketiga*, analisis isi. Dalam analisis isi tradisional, yang diukur oleh peneliti adalah bagaimana kecenderungan pemberitaan suatu media, apakah positif atau negatif, dari suatu teks. Di sini teks dipandang sebagai sesuatu yang linear. Sama sekali tidak diperhatikan bahwa dalam teks ada penonjolan yang memengaruhi pembacaan atas suatu teks. *Keempat*, pendapat umum. Penelitian dalam ranah ini sangat banyak misalnya dalam jajak pendapat bagaimana pertanyaan yang disusun dengan *frame* tertentu memengaruhi jawaban khalayak. Atau bagaimana seorang kandidat atau politisi yang mengemas isu dalam cara tertentu dan menonjolkannya, berpengaruh terhadap persepsi khalayak atas suatu isu. Dan bagaimana kalau isu ditonjolkan dan dikemas dengan cara lain akan berbeda pandangan khalayak (Eriyanto, 2012).

Entman dalam Eriyanto (2012) melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan memengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Dalam konsepsi Entman (Eriyanto, 2012), *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Frame berita timbul dalam dua level. Pertama, konsepsi mental yang digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari teks berita. Kedua, perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa (Eriyanto, 2012). Frame berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, citra yang ada dalam narasi berita. Karenanya, frame dapat dideteksi dan diselidiki dari kata, citra, dan gambar tertentu yang memberi makna tertentu dari teks berita. Kosa kata dan gambar itu ditekankan dalam teks sehingga lebih menonjol

dibandingkan bagian lain dalam teks (Eriyanto, 2012).

Konsepsi mengenai *framing* dari Entman tersebut dalam Eriyanto (2012), menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing*. Elemen ini merupakan master frame/bingkai yang paling utama. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda.

Diagnose causes (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen *framing* untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula.

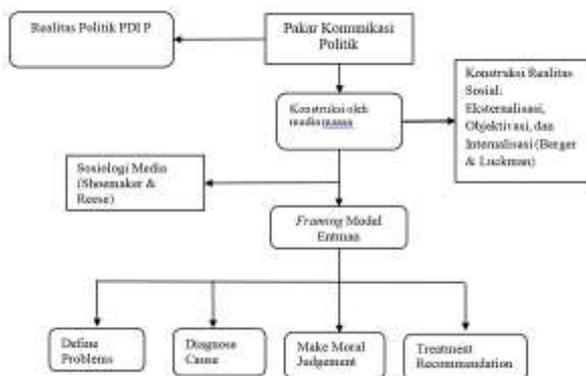
Make moral judgement (membuat pilihan moral) adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

Elemen *framing* lainnya menurut Entman dalam Eriyanto (2012) adalah *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Pernyataan yang disampaikan oleh pakar komunikasi politik Dr. Heri Budiarto juga dipublikasikan oleh berbagai macam media, baik media *online* maupun media cetak. Pernyataan komunikasi politik Dr. Heri Budiarto merupakan

hasil konstruksi seorang pakar komunikasi politik dalam melihat realitas politik di Indonesia, khusus mengenai realitas sosial partai politik. Pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto merupakan sumber berita. Sumber berita merupakan salah satu faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media. Lingkungan di luar media termasuk level ekstramedia. Kategori level ekstramedia adalah salah satu hal-hal yang memengaruhi pendefinisian realitas suatu media menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam ruang pemberitaan dan kebijakan redaksi (Shoemaker dan Reese, 1996).

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Metode

Pada penelitian ini ditetapkan objek penelitian adalah pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto mengenai Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) di media *online Kompas.com*. Pernyataan yang dianalisis dimulai dari tahun 2013 mengenai segala aspek pada PDIP.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konsep konstruksionisme pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger bersama Thomas Luckmann yang menghasilkan tesis mengenai konstruksi sosial atau realitas. Konstruksi sosial digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang di mana individu menciptakan terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif. Sumber berita dalam penelitian ini adalah pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri

Budianto tentang PDIP di media *online Kompas.com*.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, yakni suatu jenis penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data berupa (1) wawancara mendalam (*in-depth*) dan terbuka (*open-ended*); (2) pengamatan langsung (*direct observation*); atau pun (3) mempelajari dokumen tertulis. Data dari wawancara berisikan kutipan-kutipan langsung dari para narasumber mengenai pengalaman mereka, opini mereka, perasaan atau pun pengetahuan. Sedangkan data hasil pengamatan berisikan rincian deskripsi kegiatan orang-orang, perilaku, aksi, proses interaksi antarmanusia atau di dalam organisasi yang semua dapat diamati. Sedangkan kajian atau analisis dokumen mencatat hal-hal yang relevan dengan penelitian dari berbagai alat rekam apakah itu buku, manuskrip, koran, film dan lain sebagainya (Patton, 1990).

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, metode kualitatif banyak digunakan untuk mengadakan penelitian mengenai budaya media (*cultural studies*), khususnya terkait dengan institusi-institusi yang memproduksi simbol-simbol, produk itu sendiri. Metode kualitatif terbukti cukup baik digunakan untuk meneliti mengenai teks maupun berbagai aspek terkait interaksi antara teks dengan khalayak. Salah satu penekanan utama dalam metode kualitatif adalah penggunaan interpretasi untuk membangun sebuah konstruksi sosial, dengan asumsi bahwa sebagai makhluk sosial, realitas adalah produk yang tiada henti. (Lindlof, dalam Nabi dan Oliver, 2009). Selain itu penelitian kualitatif juga lebih fokus pada proses interaksi ketimbang variabel, kata kuncinya adalah otentisitas dan bukan reliabilitas, nilai-nilai boleh dihadirkan jadi tidak harus bebas nilai, bisa merupakan analisis tematik, kasusnya boleh kecil dan terbatas, dan peneliti dapat terlibat dalam proses penelitian itu (Neuman, 2006).

Metode pengumpulan data adalah “teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Riduwan, 2005)”. Ada beberapa metode pengumpulan data, yaitu angket, wawancara, pengamatan, ujian atau dalam bentuk dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data

dilakukan dengan teknik sebagai berikut: 1) Data Primer, pengumpulan data primer dilakukan dengan cara analisa teks media pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto di *Kompas.com*; 2) Data Sekunder, dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara Dr. Heri Budianto dan penelitian kepustakaan dengan membaca dan mengutip baik secara langsung maupun tidak langsung dari literatur-literatur yang berhubungan langsung dengan masalah penelitian.

Teknik atau metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing*. Model analisis *framing* yang digunakan adalah model dari Robert N. Entman. Robert N. Entman adalah salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media. Konsep *framing*, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Dalam konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Model analisis *framing* dari Entman menekankan pada analisis isi, hal tersebut sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis isi pernyataan-pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto yang dimuat di *Kompas.com*.

Model analisis *framing* Entman memiliki dua dimensi besar, yaitu: (Eriyanto, 2012) *Pertama*, Seleksi Isu. Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (*included*), tetapi ada juga berarti yang dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu. *Kedua*, Penonjolan Aspek. Aspek ini berhubungan

dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Berdasarkan uraian mengenai dimensi dan indikator model analisis *framing* Entman di atas, maka dalam penelitian ini akan menganalisis pernyataan-pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto dari Universitas Mercu Buana yang dimuat di media online *Kompas.com* dalam memberikan pandangan mengenai PDIP. Pernyataan-pernyataan pakar komunikasi politik tersebut diunggah oleh *Kompas.com* yang memiliki lebih dari 120 juta *pageviews* dari tahun 2008 sampai sekarang. Penelitian ini akan melihat bagaimana pernyataan pakar komunikasi politik Dr. Heri Budianto mengenai PDIP dikonstruksi oleh media massa khususnya pada *Kompas.com*.

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisa data dengan menggunakan pendekatan *framing* model Entman dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto yang dimuat di *Kompas.com* dibingkai sedemikian rupa dengan dengan seleksi isu-isu tertentu dan sekaligus penonjolan isu-isu tertentu tentang realitas politik partai-partai tersebut.

Dari pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto yang dimuat *Kompas.com* tentang PDIP, seleksi isu dan penonjolan isu yang ditampilkan adalah tema tentang belum adanya kepastian dari Ketua Umum PDIP Megawati terhadap pencapresan Jokowi dengan judul lengkap "Pengamat: Harapkan Presiden Perempuan, Mega Belum Pasti Dukung Jokowi" (*Kompas.com*, 10 Oktober 2013).

Fakta-fakta tersebut semakin menguatkan bahwa sebuah berita yang muncul atau dimuat di media massa, dalam hal ini *Kompas.com* dalam tema PDIP, dapat disimpulkan sumber berita/narasumber dalam hal ini adalah Pakar Komunikasi politik Dr. Heri Budianto tidak luput dari pembingkain/*framing* *Kompas.com* tentang realitas politik yang berkembang tentang PDIP.

Meskipun seperti yang digambarkan bahwa media massa (Eriyanto, 2012) pada dasarnya adalah media diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak: wartawan, sumber berita, dan khalayak. Ketiga pihak itu mendasarkan keterlibatannya pada peran sosial masing-masing dan hubungan di antara mereka terbentuk melalui operasionalisasi teks yang mereka konstruksi. Pendekatan analisis *framing* memandang wacana berita sebagai semacam perang simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan dan pokok persoalan wacana. Masing-masing pihak menyajikan perspektif untuk memberikan pemaknaan terhadap persoalan agar diterima khalayak.

Akan tetapi hasil akhir dari teks-teks yang kemudian muncul dimuat sebagai sebuah berita media massa, dalam konteks ini adalah berita yang memuat pernyataan-pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto tentang realitas politik PDIP adalah hasil konstruksi media massa, dalam hal ini Kompas.com. Namun demikian, keterlibatan narasumber/sumber berita dalam hal ini Dr. Heri Budianto tetap ada dalam proses terciptanya teks-teks berita tersebut.

Dari tema berita yang dimuat oleh Kompas.com mengenai PDIP dapat kita tarik benang merah, bagaimana Kompas.com mengkonstruksi pernyataan-pernyataan seorang Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto sebagai sumber berita/narasumber atas realitas politik yang terjadi kepada partai tersebut. Untuk tema berita tentang PDIP, *Kompas.com* menyajikan judul berita sebagai berikut: "Pengamat: Harapkan Presiden Perempuan, Mega Belum Pasti Dukung Jokowi". Berita *Kompas.com* tersebut mengutip pernyataan pengamat yakni Dr. Heri Budianto bahwa apa yang disampaikan oleh Mega tersebut juga merepresentasikan bahwa dukungan Mega kepada Jokowi yang unggul di beberapa survei, baik elektabilitas maupun popularitas, belum bulat alias final. Lebih lanjut, Heri mengungkapkan, Mega masih melihat peluang Gubernur DKI Jakarta tersebut sambil memainkan strategi komunikasi politik yang baru, yakni memunculkan wacana presiden perempuan.

Mengacu pada pendapat Eriyanto (2002) bahwa komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna, bagaimana masing-masing pihak dalam lalu lintas komunikasi saling memproduksi dan mempertukarkan makna. Selanjutnya Eriyanto menjelaskan bahwa tidak ada pesan dalam arti statis yang dipertukarkan dan disebarkan. Pesan itu sendiri dibentuk secara bersama-sama antara pengirim dan penerima atau pihak yang berkomunikasi dan dihubungkan dalam konteks sosial tempat mereka berada. Fokus dari pendekatan ini adalah bagaimana pesan politik dibuat/diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan itu secara aktif ditafsirkan oleh individu sebagai penerima. Hasil akhir pertukaran makna antara narasumber/sumber berita dalam hal ini pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto dengan *Kompas.com* menghasilkan sebuah berita tersebut. Ada proses yang terjadi bagaimana pesan politik yang dibuat/diciptakan oleh Dr. Heri Budianto sebagai sumber berita (komunikator) dalam konteks peristiwa belum akhirnya pencapresan Jokowi dalam internal PDIP, kemudian secara aktif ditafsirkan oleh penerima (wartawan) dan organisasi *Kompas.com* menjadi sebuah berita yang utuh yang kemudian disebarluaskan kepada khalayak.

Peristiwa tersebut jelas menggambarkan, meskipun peneliti meyakini ada konstruksi realitas politik tentang peristiwa belum akhirnya pencapresan Jokowi oleh Dr. Heri Budianto melalui pernyataan-pernyataan politiknya, namun pada akhirnya berita yang dimuat oleh *Kompas.com* tentang peristiwa tersebut menggambarkan faktor konstruksi realitas politik yang dominan dari pihak media massa. Narasumber atau sumber berita, meskipun berperan sebagai penguat argumentasi dari seleksi isu dan penonjolan isu yang dikonstruksi oleh media massa.

Dengan mengacu pada teori Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, konstruksi pemberitaan tentang dan PDIP yang dimuat oleh media online *Kompas.com* dapat disimpulkan faktor ideologi yang paling dominan. Bagaimana *Kompas.com* sebagai institusi memiliki ideologi tertentu. Faktor ideologi tersebut memengaruhi cara pandang dan sikap media tersebut terhadap

realitas politik yang terjadi di PDIP sebagai partai oposisi.

Dari berita *Kompas.com* tentang PDIP khususnya tentang pencapresan Jokowi yang mengutip pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto, media ini masih cenderung hati-hati. Seperti yang sudah kita ketahui, para pendiri media *Kompas* adalah tokoh-tokoh Parkindo yang kemudian berfusi dengan PDIP. Sementara dalam konteks pemberitaan tentang PDIP, *Kompas.com* meski memiliki kedekatan dengan ideologi partai tersebut, tidak semua hal tentang partai tersebut juga diberitakan dengan objektif dan positif. Temuan peneliti tentang pemberitaan *Kompas.com* terhadap pencapresan Jokowi justru cenderung negatif. Hal tersebut jelas tergambar dalam berita yang dimuat media tersebut dengan judul "Pengamat: Harapkan Presiden Perempuan, Mega Belum Pasti Dukung Jokowi".

Meski memiliki kedekatan sejarah dan ideologi dengan PDIP, namun pemberitaan *Kompas.com* tentang pencapresan Jokowi cenderung negatif, hal tersebut terjadi karena faksi-faksi yang berasal dari Parkindo (dominan dari Sumatera) lebih nyaman dengan Megawati Soekarnoputri sebagai simbol partai maupun pemimpin termasuk jika menjadi presiden. Sedangkan Jokowi, sekalipun berasal kader PDIP, namun mantan Walikota Solo tersebut memiliki sejarah ideologi yang berbeda dengan faksi Parkindo. Jokowi berasal dari faksi nasionalis dan marhenis.

Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto termasuk di dalam level ekstra-media, yakni sumber berita. Kedudukannya sebagai pakar komunikasi politik dan pengamat politik memiliki pengaruh terhadap hadirnya sebuah berita yang dimuat oleh media massa termasuk *Kompas.com*. Meski memiliki kemampuan untuk memengaruhi nilai pemberitaan di media massa, tetapi tidak memiliki ikatan secara formal dengan organisasi media massa. Sumber berita di sini dipandang bukan sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Ia juga mempunyai kepentingan untuk memengaruhi media dengan berbagai alasan salah satunya adalah memenangkan opini publik atau memberikan citra tertentu kepada khalayak.

Sebagai pihak yang mempunyai kepentingan ia akan memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya dan mengembargo informasi yang tidak baik bagi dirinya.

Dalam kasus realitas politik yang terjadi pada pencapresan Jokowi yang telah mendapat dukungan dari PDIP, peneliti meyakini Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto memiliki tafsir sendiri dalam memaknai peristiwa tersebut. Pernyataan Megawati sebagai Ketua Umum PDIP tentang bahwa apa yang disampaikan oleh Mega tersebut juga merepresentasikan bahwa dukungan Mega kepada Jokowi yang unggul di beberapa survei, baik elektabilitas maupun popularitas, belum bulat alias final. Lebih lanjut, Heri mengungkapkan, Mega masih melihat peluang Gubernur DKI Jakarta tersebut sambil memainkan strategi komunikasi politik yang baru, yakni memunculkan wacana presiden perempuan. Siapa yang dimaksud Megawati tentang presiden perempuan, Dr. Heri Budianto menafsir pernyataan Mega tersebut ditujukan kepada putrinya yakni Puan Maharani. Selain sebagai petinggi PDIP, Puan juga sekaligus mewakili trah politik keluarga Bung Karno.

Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto dengan pendekatan teori Komunikator Politik dapat dikategorikan sebagai Komunikator Politik jenis yang ketiga yang diidentifikasi dengan sebutan Aktivistis. Dr. Heri Budianto adalah seorang dosen pada Program Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana dan beberapa universitas lainnya di Jakarta, Batam, dan Ambon. Dr. Heri Budianto merupakan sarjana fisipol dari Universitas Bengkulu, Magister Komunikasi Pembangunan di Institut Pertanian Bogor, dan *Doktor Media and Cultural Studies* di Universitas Gajah Mada.

Dr. Heri Budianto sering menjadi pembicara seminar nasional dan internasional, narasumber di beberapa surat kabar, radio, televisi dan media *online* nasional. Dr. Heri Budianto juga merupakan instruktur pada Balai Diklat Kementerian Kominfo. Dr. Heri Budianto memiliki jabatan sebagai Kepala Pusat Pengembangan Institusi dan Kepala Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis (PUKOMBIS) Universitas

Mercu Buana, saat ini. Dr. Heri Budianto juga aktif di berbagai organisasi yaitu Wakil Sekjen Pengurus Pusat Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) dan Ketua Forum Komunikasi Pembangunan Indonesia (FORKAPI). Dosen Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta ini juga penggiat jaringan Integrity Education Network (I-en) sebuah jaringan yang fokus pada pendidikan integritas dan anti korupsi. Dr. Heri Budianto juga aktif melakukan penelitian bidang media, masyarakat, politik, dan *media watch*.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini:

1. *Define Problems*. Ketua Umum PDIP Megawati Soekarnoputri masih menginginkan sosok calon presiden perempuan.
2. *Diagnose cause* (memperkirakan masalah). Pernyataan Ketua Umum PDIP Megawati Soekarnoputri tentang wacana presiden perempuan adalah bentuk strategi komunikasi politik tarik-ulur terhadap pencapresan Jokowi.
3. *Make Moral Judgement*. Pencapresan Jokowi belumlah harga mati karena dukungan Megawati belum bulat dan final. PDIP hingga kini masih merupakan partai yang sangat identik dengan sosok Ketua Umumnya yakni Megawati Soekarnoputri, bukan sosok Jokowi.
4. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Pernyataan Ketua Umum PDIP Megawati Soekarnoputri yang mewacanakan calon presiden perempuan justru di saat begitu banyak hasil survei mengunggulkan Jokowi memiliki makna bahwa Megawati Soekarnoputri sedang melempar wacana atau mewacanakan anaknya Puan Maharani untuk diajukan sebagai calon presiden untuk meneruskan trah politik Bung Karno.
5. Peneliti meyakini ada konstruksi yang juga dilakukan oleh sumber berita dan memiliki pengaruh pada proses terjadinya sebuah berita, namun pada akhirnya berita yang dimuat oleh *Kompas.com* tentang PDIP tersebut menggambarkan faktor konstruksi

realitas politik yang dominan dari pihak media massa. Narasumber, meskipun seorang Pakar Komunikasi Politik sekalipun lebih berperan sebagai penguat argumentasi dari seleksi isu dan penonjolan isu yang dikonstruksi oleh media massa. Pernyataan-pernyataan Pakar Komunikasi Politik Dr. Heri Budianto justru semakin meneguhkan dominasi media massa dalam mengkonstruksi realitas politik tersebut menjadi sebuah berita.

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya (1999). *Prospek Berita Pemilu Dalam Membentuk Memori Kolektif Khalayak*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JSP). Volume 3 Nomor 1 Tahun 1999, hlm 64-79.
- Arifin, Anwar (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Burton, Graeme (2009). *Media and Society Critical Perspective*. New Delhi: Rawat Publication.
- Entman, Robert M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Journal of Communication 43 (4), Autumn, hlm 51-58.
- Eriyanto (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Cetakan I. Yogyakarta: LKiS.
- _____. (2003). *Media dan Konflik Ambon*. Jakarta: Radio 68H.
- _____. (2012). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, cetakan IV. Yogyakarta: LKiS.
- Hamad, Ibnu (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)*. Jurnal Makara, Sosial Humaniora, Volume 8 Nomor 1 April 2004, hlm 21-32.
- Hartadi, Kristanto (2012). *Analisis Framing Studi Kasus Kompas dan Media Indonesia Dalam Liputan Kerusuhan Di*

- Temanggung 8 Februari 2011*, Tesis. Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Pascasarjana, Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia.
- Kompas.com (2013). *Pengamat: Harapkan Presiden Perempuan, Mega Belum Pasti Dukung Jokowi*, <http://nasional.kompas.com/read/2013/10/10/1243145/Pengamat.Harapkan.President.Perempuan.Mega.Belum.Pasti.Dukung.Jokowi>, 10 Oktober 2013. Diakses tanggal 27 Maret 2014.
- McQuail, Dennis (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. 5th edition. London: Sage Publications.
- Nabi, Robin L., and Mary Beth Oliver (2009). *The SAGE Handbook of Media Process and Effects*. California: SAGE Publications, Inc.
- Neuman, Lawrence (2006). *Terrorism and Media*, Kaid, Linda Lee dan Bacha, Christina Holtz (eds). Encyclopedia of Political Communication Vol. 2, hlm 783-787.
- Patton, Michael Quinn (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods 2nd*. Londong: Sage Publication.
- Perdana, Putria (2012). *Suara Perempuan di Media Cetak Sebagai Komunikasi Politik: Analisis Framing Suara Politisi Perempuan dalam Kasus Hukum Pancung TKI Ruyati di Kompas*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Indonesia.
- Polcomm Institute (2014). *Profile Polcomm Institute*. <http://polcomminstitute.org/#>. Diakses tanggal 28 Maret 2014.
- Riduwan (2005). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Severin, Werner J., and James W. Tankard (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi kelima. Alih Bahasa: Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shoemaker, Pamela J., and Stephen D. Reese (1996). *Mediating the Message: Theories of Influence Mass Media Content*. 2nd edition. USA: Longman Publishers.
- Sobur, Alex (2012). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Subiakto, Henry, dan Rachmah Ida (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Susanto, Eko Harry (2012). *Eksistensi Media dalam Pemberantasan Korupsi*. journal.tarumanagara.ac.id
- Tubbs, Stewart L., and Sylvia Moss (1999). *Human Communication*. New York: McGraw-Hill Education.
- Wicks, R.H. (1992). *Schema Theory and Measurement in Mass Communication Research: Theoretical and Methodological Issues in News Information Processing*. Communication Year Book, 15, pp. 115-145.
- Yustitia, Senja (2008). *Konstruksi Pasangan Calon Dalam Pilgub Jateng 2008 Oleh Media Massa (Kasus Pemberitaan Jawa Pos Radar Semarang Dan Suara Merdeka)*. Tesis. Semarang: Program Studi Magister Ilmu Politik, Program Pascasarjana. Universitas Diponegoro.