

## ANALISIS BERITA PRA KLB PARTAI DEMOKRAT DI MEDIA VIVA.CO.ID DAN LIPUTAN6.COM

Yufinna Amelia Astriani W<sup>1</sup>

### *Abstrak*

*Media bukan sarana yang netral yang menampilkan kekuatan dan kelompok dalam masyarakat secara apa adanya, melainkan sarana yang menampilkan kelompok dan ideologi yang dominan dalam suatu pemberitaan. Ideologi dipengaruhi sipemilik media dalam menurunkan pemberitaan untuk pembaca, seperti dalam berita Pra KLB Partai Demokrat di media Viva.co.id dan Liputan6.com setiap pihak media mempunyai versi atau pendapat sendiri-sendiri atas suatu masalah. Mereka bukan hanya memiliki versi yang berbeda, tetapi juga berusaha agar versinyalah yang dianggap paling benar dan lebih menentukan dalam mempengaruhi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana framing berita pra KLB Partai Demokrat yang dilakukan oleh media Viva.co.id dan Liputan6.com dalam menyampaikan sebuah peristiwa. Untuk mencapai tujuan dimaksud, maka metode penelitian yang digunakan adalah Analisis framing dengan model analisis Pan dan Kosicki. Peneliti mengamati bagaimana suatu teks terbangun lewat elemen-elemen yang lebih kecil dalam perangkat framing yang meliputi struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Adapun hasil penelitian menunjukkan keberpihakan pemilik media dalam memilih sudut pandang penyampaian berita. Pada framing berita pra KLB Partai Demokrat di Viva.co.id cenderung ingin mengarahkan opini pembaca ke arah negatif terlebih mengenai sosok SBY dan Ani Yudhyono. Gambaran positif SBY dan Ani dikurangkan dalam pemberitaannya. Sebaliknya dalam framing berita pra KLB Partai demokrat di Liputan6.com, lebih ditemukan kecenderungan pembentukan citra positif SBY dan Ani di dalam berita-berita yang diturunkan. Liputan6.com lebih menjadi pendukung, berita yang bernilai positif untuk SBY dan Ani diberikan tempat yang lebih banyak.*

**Kata Kunci:** *Framing, Media, KLB Partai Demokrat*

### **Pendahuluan**

Partai Demokrat adalah salah satu Partai Politik yang ada di Indonesia. Sebagai Partai Politik yang dipimpin oleh Kepala Negara Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), Partai Demokrat memiliki nilai jual berita yang tinggi bagi media massa. Terbukti dari 6.205 berita partai politik yang dihimpun oleh Pol-

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: fi\_nnot@gmail.com

Tracking Institute, Demokrat mendapat porsi dalam 59,4 % pemberitaan, jauh lebih tinggi dibandingkan posisi kedua, PKS (15,9%) dan Hanura (4,8%).

Pada tanggal 23 Februari 2013, Anas Urbaningrum mengundurkan diri sebagai Ketua Umum Partai Demokrat pasca dijadikan tersangka korupsi Hambalang, pengunduran diri Anas membuat kursi tertinggi DPP Demokrat kosong. Kekosongan itu yang menjadi ganjalan Partai Demokrat terlibat persyaratan pendaftaran caleg parpol peserta pemilu 2014 yang harus disertai dengan pencantuman tanda tangan Ketua Umum dan Sekretaris Jenderal.

Maka Partai binaan Susilo Bambang Yudhoyono ini dituntut untuk menjalankan prinsip-prinsip demokrasi, termasuk penyelenggaraan kongres luar biasa (KLB) guna menentukan ketua umum bagi partai tersebut sesuai dengan prosedur pemilihan ketua umum baru seperti yang diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) Partai. Seluruh kandidat akan dipilih dalam forum Kongres Luar Biasa yang akan dilakukan pada tanggal 30-31 Maret 2013 di Denpasar, Bali.

Fenomena pemberitaan KLB Partai Demokrat mulai marak muncul di media massa dalam waktu kurang lebih dua pekan sebelum KLB digelar. Tentu yang menjadi sorotan utama bagi pembaca adalah mengenai tokoh yang akan menggantikan posisi Anas Urbaningrum di kursi tertinggi Demokrat. Beberapa pandangan berkembang mengenai syarat calon Ketua Umum Partai Demokrat mulai dari tidak bolehnya calon eksternal hingga ketentuan posisi dan masa pengabdian sang calon selama di Demokrat.

Seperti berita-berita yang dilangsir oleh Viva.co.id, media yang berlatar belakang kepemilikannya dari seorang Politik Partai ternama, ARB (Abu Rizal Bakhrie) jelas berusaha melakukan pemojokan terhadap partai lawannya. Liputan6.com yang pemilik medianya bukan dari pihak politik tetapi dari pengusaha mempunyai pandangan sendiri dalam berita-berita pra KLB Partai Demokrat tersebut. Terlihat adanya dukungan yang diberikan Liputan6 pada pasangan suami istri SBY dan Ani Yudhyono untuk menjadi Ketua Umum. Pemberitaan mengenai dukungan yang diberikan kepada SBY maupun Ani Yudhyono ditempatkan dalam berita yang mendapat porsi terbesar.

Dalam membingkai (framing) atau mengkontruksi suatu realitas, antara media satu dengan yang lainnya terdapat perbedaan. Seperti halnya pada media online "Viva.co.id" dengan "Liputan6.com", dipilih peneliti karena dipandang mewakili kepentingan dan ideologi tertentu. Kedua media online ini memiliki cara pandang berbeda dalam menyikapi suatu permasalahan yang terjadi, isu-isu yang berkembang pra KLB edisi tanggal 18-29 Maret 2013 dikemas sesuai ideologi yang dipakai kedua media tersebut.

Ada misi-misi tertentu yang dibawa media sebagai wujud dari agenda lembaganya. Dalam pandangan paradigma kritis, media juga dipandang sebagai wujud dari pertarungan ideologi antar kelompok yang ada dalam masyarakat. Di sini media bukan sarana yang netral yang menampilkan kekuatan dan kelompok

dalam masyarakat secara apa adanya, melainkan sarana yang menampilkan kelompok dan ideologi yang dominan (Roni Tabroni, M.Si, 2012:107).

Dengan menggunakan analisis framing akan jelas terlihat bahwa masing-masing media, Viva.co.id dan Liputan6.com mempunyai penangkapan tersendiri tentang apa berita yang perlu ditonjolkan dan dijadikan fokus dan mana yang harus disembunyikan atau dihilangkan. Begitu pula dengan cara bagaimana sebuah isu dituturkan dan ditayangkan, pasti setiap media memiliki angle, cara dan gaya masing-masing yang saling berbeda, meskipun perbedaan itu tidak selalu signifikan (Malik, 2001 : 69).

Pada penelitian ini menggunakan model analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (Pan dan Kosicki) dalam penelitiannya mereka mengoprasionalisasikan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing: sintaksis, skrip, tematik, dan rektoris.

Hal ini sangat sesuai dengan studi penelitian yang diambil oleh peneliti yang membahas tentang berita pra KLB Partai Demokrat. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana framing berita pra KLB Partai Demokrat di media Viva.co.id dan Liputan6.com.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah bagaimana framing berita pra KLB partai Demokrat di media viva.co.id dan liputan6.com ?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan Framing berita pra KLB partai Demokrat di media viva.co.id dan liputan6.com.

### **Kerangka Dasar Teori**

#### ***Konsep Komunikasi Massa***

Jalaluddin Rakhmat merangkum definisi komunikasi massa menurut para ahli menjadi satu kesatuan, yaitu komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak serta elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Ardianto, 2004: 7).

Secara umum peran komunikasi massa adalah menginformasikan pesan-pesan lewat media massa yang digunakan untuk kepentingan apa pun, terlebih dalam dunia politik, media massa memiliki peran penting. Dengan daya jangkau dan kekuatannya dalam menyampaikan pesan, komunikasi massa menjadi bagian tak terpisahkan dalam aktivitas politik. Selain dapat membentuk citra yang baik maupun buruk, media massa juga dapat dijadikan corong untuk menjatuhkan pemerintahan oleh pihak-pihak yang berkepentingan (Roni Tabroni, M.Si. ,hlm. 41).

### **Konsep Analisis Framing**

Pan dan Kosicki mendefinisikan framing sebagai strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentuk berita (Eriyanto, 2002: 68). framing dari Pan dan Kosicki di dalam penelitiannya mereka mengoprasionalisasikan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing: sintaksis, skrip, tematik, dan rektoris.

Proses framing menjadikan media massa sebagai arena dimana informasi tentang masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya didukung pembaca. Dalam melakukan pbingkai (framing) peristiwa politik. Untuk kepentingan pemberitaan, komunikator massa seringkali hanya menyoroti hal-hal yang “penting” (mempunyai nilai berita) dari sebuah peristiwa politik.

### **Berita Konstruksi Realitas Sosial**

Harus dipahami bahwa suatu peristiwa adalah suatu realitas. Dalam pandangan konstruksi sosial, berita bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang sebenarnya tetapi hasil dari konstruksi wartawan yang menulis pemberitaan terkait permasalahan yang terjadi. Wartawan secara aktif terlibat mengkonstruksi realitas yang sangat dipengaruhi subjektivitas dan kebijaksanaan perusahaan media dimana wartawan bernaung. Dalam banyak kasus topik apa yang diangkat dan siapa yang diwawancarain disediakan oleh kebijakan redaksional tempat wartawan bekerja (Eriyanto, 2008 : 28).

Oleh karena itu, media massa menjadi saluran yang sering digunakan dalam menyampaikan informasi politik. Media massa menjalankan fungsinya sebagai penyebar informasi, melalui media maka masyarakat bisa dipengaruhi opininya, apakah masyarakat mau menerima atau menolak kebijakan semuanya merupakan efek dari media, bahkan media massa dilihat sebagai alat yang mampu menjustifikasi realitas sosial dimasyarakat

### **Ideologi Media**

Media massa bukan hanya sekedar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa politik secara apa adanya, tetapi tergantung kepada kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dengan demikian, apapun yang dihasilkan dan ditampilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut. Tingkat ideologi menekan pada kepentingan siapakah seluruh rutinitas dan organisasi media itu bekerja (Shoemaker dan Reese, 1996 : 223) dan melihat ideologi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi isi media.

Disini posisi media tidak lagi bebas nilai karena pasti selalu bermuatan ideologis. Bagi politisi, berita maupun hiburan dalam media dianggap sebagai ruang penyebaran ideologi. Mereka beranggapan bahwa media itu ideologis; menjual pesan dan pandangan-pandangan tertentu.

### **Komunikasi Politik di Media Massa**

Media massa baik cetak ,elektronik, maupun online merupakan media informasi bagi masyarakat yang berguna sebagai sarana pemberi informasi. Bukan hanya dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan informasi terkini tentang kejadian yang terjadi namun juga digunakan sebagai sarana komunikasi politik Semenjak kemajuan teknologi dan informasi yang revolusioner.

Saluran komunikasi politik tidak hanya mencakup alat, sarana dan mekanisme seperti mesin cetak, radio, televise, dan sebagainya, tetapi paling penting manusia itu sendiri. Manusia sebagai otak perumusan pesan politik melalui sarana yang ada di media massa (Nimmo. 1993: 166-167). Karena manusia sebagai aktor politik memanfaatkan media massa untuk menyebarluaskan pembicaraan.

### **Teori Agenda Setting**

Teori agenda setting adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen. Yakni, kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Posisi suatu berita dalam program berita sangat mempengaruhi kekuatan agenda setting. Berita-berita yang ditampilkan pertama kali pada program berita (segmen pertama) memiliki agenda setting yang paling kuat. Publik akan menganggap suatu isu itu penting karena media menganggap isu itu penting juga.

Framing merupakan salah satu bukti akan hal ini. Tekanan dan porsi yang berbeda berpengaruh terhadap aseptibilitas agenda setting di kalangan publik. Ini berarti bahwa media yang lebih diterima oleh publik akan mempunyai efek agenda setting yang lebih besar.

### **Media Online**

Media online adalah sarana komunikasi yang berbentuk blog atau situs yang dijadikan sebagai media untuk menyebarkan berbagai berita yang tersambung ke internet. Media massa sedikit banyak akan mengalami progresan atau resolusi ke arah yang lebih canggih. Media internet yang pada saat ini mulai marak adalah hadirnya portal-portal berita berbentuk website, baik yang berupa forum online, atau berformat seperti koran online.

Penggunaan media online sangat mudah dan pencarian beritanya sangat cepat. Semua berita yang ada dapat disimpan dan di akses kembali oleh audience. Ini adalah kelebihan dari media online. Maka didalam penelitian ini akan di analisis dua media online, yakni Viva.co.id dan Liputan6.com tentu saja pilihan tersebut didasarkan pada sejumlah pertimbangan yang bersifat subyektif dan purposive. Dan kedua media online ini adalah media yang berpengaruh juga banyak diminati oleh masyarakat.

### 1. *Viva.co.id*

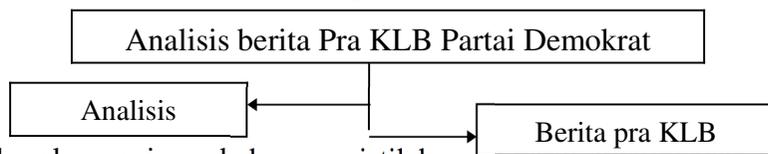
Didirikan pada tahun 2007, PT. Visi Media Asia ("VIVA") milik Bakrie Group adalah sebuah perusahaan media yang terintegrasi, berfokus pada memberikan berita, olahraga dan gaya hidup konten melalui konvergensi siaran, secara online dan platform mobile. Bagian misi VIVAnews adalah upaya mencerdaskan bangsa melalui jurnalisme *cerdas, tajam, berimbang dan menghibur*. Awalnya, VIVAnews disiapkan sebagai media online yang memiliki reputasi bagus, liputan yang mendalam, dan akurat.

### 2. *Liputan6.com*

Pada tahun 1999 untuk mengantisipasi perkembangan teknologi informasi yang kian mengarah pada konvergensi media SCTV mengembangkan potensi multimediana dengan meluncurkan situs Liputan6.com, dan Liputanbola.com. Dalam perkembangan berikutnya, melalui induk perusahaan PT. Surya Citra Media Tbk dibawah pimpinan Sutanto Hartono pada tanggal 24 Agustus 2000 diluncurkan kembali website berita Liputan6.com adalah media pelengkap dari program broadcast untuk segmen berita yang ditayangkan SCTV. Diantara begitu maraknya media berita online, liputan6.com juga tidak mau ketinggalan untuk memposisikan diri digaris terdepan sebagai media berita online yang disukai masyarakat dengan visinya "*Aktual, Tajam dan Terpercaya*".

## Defenisi konseptual

**Gambar 1 kerangka konseptual**



Berdasarkan uraian sebelumnya, istilah yang perlu didefinisikan kembali adalah sebagai berikut :

Analisis berita pra KLB Partai Demokrat. Analisis dalam penelitian ini adalah memberikan sorotan terhadap aspek-aspek mengenai Pra KLB Partai Demokrat. Dengan menggunakan metode analisis framing dalam melihat media memperebutkan suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang menginginkan pandangannya didukung pembaca. Sedangkan berita pra KLB Partai Demokrat dalam penelitian ini berisi berita-berita mengenai isu tokoh-tokoh pengganti Anas Urbaningrum yang menjadi pro dan kontra di Viva.co.id dan Liputan6.com yang dimulai tanggal 18 Maret - 29 Maret 2013 terhitung dua pekan sebelum KLB dilaksanakan.

### 1. *KLB*

Kongres Luar Biasa (KLB) adalah forum tertinggi atau musyawarah nasional yang dilaksanakan organisasi yang diatur dalam Anggaran Dasar dan Anggaran

Rumah Tangga (AD/ART). Biasanya terdapat dalam organisasi besar seperti Partai Politik atau PSSI.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan salah satu jenis metode penelitian kualitatif dan menggunakan analisis framing milik Pan dan Kosicki (Eriyanto, 2002:254—266). Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti. Deskriptif itu sendiri berarti suatu tipe penelitian yang menuturkan dan menafsirkan data yang ada. Yakni bahwa data yang dikumpulkannya yang mula-mula disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis.

### **Metode Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah analisis berita pra KLB Partai Demokrat pada tanggal 18-29 maret 2013 yang dilakukan oleh media Viva.co.id dan Liputan6.com. Data yang telah terkumpul akan dianalisis secara kualitatif yaitu digambarkan dengan kata-kata atau kalimat berdasarkan kerangka framing Pan dan Kosicki, maka fokus penelitiannya sebagai berikut ; (1) sintaksis (cara wartawan menyusun fakta) dengan perangkat framing skema berita, (2) skrip (cara wartawan mengisahkan fakta) dengan perangkat framing kelengkapan berita, (3) tematik (cara wartawan menulis fakta) dengan perangkat framing detail, koherensi, bentuk kalimat, dan kata ganti, (4) retorik (cara wartawan menekankan fakta) dengan perangkat framing leksikon, grafis, dan metafora.

### **Hasil Penelitian**

#### **1. Struktur Sintaksis Berita Pra KLB Partai Demokrat di Media Viva.co.id dan Liputan6.com**

Dari struktur *sintaksis* keseluruhan berita yang di analisis peneliti pada media Viva.co.id dan Liputan6.com, skema berita dapat dipahami bahwa setiap pihak mempunyai versi atau pendapat sendiri-sendiri atas suatu masalah. Mereka mempunyai klaim kebenaran dasar pembenaran dan penjelasan mengenai pandangan yang dimiliki. Mereka bukan hanya memiliki versi yang berbeda, tetapi berusaha agar versinyalah yang dianggap paling benar dan lebih menentukan opini pembaca. Pada framing yang dilakukan oleh wartawan Viva.co.id dalam penyusunan fakta, penulis berusaha menggambarkan atau memperlihatkan kepada pembaca tentang betapa tidak pentingnya dukungan suara Kader Demokrat untuk SBY dan Ani Yudhyono. Dalam framing Viva di tonjolkan berbagai pemberitaan yang mengisaratkan kepada khalayak bahwa SBY maupun Ani tidak dapat menjadi Ketua Umum. Pasaunya, hampir sebagian besar berita Viva memuat komitmen SBY yang mengatakan bahwa beliau dan keluarganya tidak akan berpolitik lagi setelah masa jabatan kepersidenan habis, latar informasi ini di ambil dari narasumber Sutan Bhatogana (Ketua Dewan Pusat Partai Demokrat) dan dalam framing

viva.co.id SBY dianggap tidak akan meningkatkan elektabilitas partai. Alasannya adalah SBY tidak akan laku dijual dalam pemilu 2014 baik dalam pemilu legislatif atau presiden. Bahkan bila SBY tetap maju menjadi Ketua Umum Demokrat, nama Partai Demokrat itu runtuh posisinya sebagai partai modern dan kemudian hanya menjadi satu fans club-nya SBY saja.

Sebaliknya pada framing berita di Liputan6.com, bisa kita ketahui dari ketujuh berita yang telah dianalisis sebagian besar berita memuat tentang penggambaran citra positif yang dilakukan wartawan Liputan6.com dalam keberpihakannya untuk mendukung SBY maupun Ani Yudhyono maju menjadi Ketua Umum. Pemberitaan yang berarah negatif mengenai SBY diberi ruang Liputan6.com lebih sedikit ditampilkan. Masing-masing pihak media menggunakan headline yang “eye catching” yang berisi judul yang menarik dan menggugah ingin tahu pembaca terhadap berita. Pada portal berita Viva.co.id *headline* diiringin dengan subjudul/anak judul yang biasanya terdapat di bawah *headlinenya* yang bertugas untuk menjabarkan lebih jauh pesan yang terdapat dalam judul dan menekankan isi dalam wacana beritanya.

## 2. *Struktur Skrip Berita Pra KLB Partai Demokrat di Media Viva.co.id dan Liputan6.com*

Dari struktur *skrip* yang dianalisis peneliti, ditemukan bahwa Lead berita pada Viva.co.id dan Liputan6.com tidak semata-mata untuk menjawab kesemua unsur pada rumus 5 W + 1 H. Kedua media ini sebagian besar pada bagian lead beritanya hanya menampilkan beberapa unsur saja atau hanya menggunakan salah satu, apakah unsur what atau unsur why-nya saja. Sebagian besar kesemua unsur tadi akan tersebar di paragraf selanjutnya agar pembaca tidak terpatok pada bagian lead saja. Sebagai sebuah artikel berita pemberitaan media online ini sudah memenuhi kelengkapan unsur 5W + 1H, bentuk umum dari struktur skrip.

## 3. *Struktur Tematik Berita Pra KLB Partai Demokrat di Media Viva.co.id dan Liputan6.com*

Setelah peneliti melakukan penjabaran **struktur tematik** terhadap berita yang dianalisis di media Viva.co.id dan Liputan6.com, maka dapat diketahui kearah mana pembaca dibawa oleh Wartawan kedua media tersebut. Ketika membaca berita *pra* KLB Partai Demokrat yang terdapat dalam portal berita Viva.co.id, wartawan ingin membimbing opini pembaca ke arah negatif terlebih mengenai sosok SBY dan Ani Yudhyono. Viva.co.id menampilkan tiga tema ,yaitu pertama tentang SBY yang tidak memiliki hak suara dalam menentukan Ketua Umum pada saat KLB akan datang meskipun jabatan beliau sebagai Ketua Majelis Tinggi Partai Demokrat. Dengan mengutip pernyataan Tridianto “*Untuk diketahui yang memiliki hak suara dalam menentukan Ketua Umum adalah DPC dan DPD se-Indonesia*” akan memperkuat tema yang dihadirkan viva.co.id. Tema kedua yang

menggambarkan bahwa SBY maupun Ani Yudhyono tidak dapat menjadi Ketua Umum, Dalam pemberitaan yang ditulis oleh wartawan Viva diuraikan secara detail, penyebab hal tersebut tidak mungkin terjadi. Mulai dari pernyataan bahwa Ani ingin memomong cucu, komitmen SBY dan keluarga yang tidak akan berpolitik, syarat jadi Ketua Umum tidak boleh rangkap jabatan. Dan tema ketiga yang memperlihatkan bahwa Dahlan Iskan lah yang mendapat hasil survei tertinggi LSN untuk menjadi Ketua Umum.

Semua hal tersebut terdapat dalam beberapa kutipan-kutipan, informasi pendukung serta pernyataan dari berbagai pihak yang juga turut mendukung bahwa berita tersebut diuraikan secara detail. Sementara pada tema yang diturunkan oleh Liputan6.com, secara garis besar berisi dukungan. Wartawan Liputan6.com memberikan pemberitaan yang sifatnya menampilkan citra positif kedua calon yang dijagokan. Berita-berita memuat opini dan dukungan dari kader-kader Partai Demokrat di hadapan sebagai tema utama pemberitaan sebelum KLB demokrat tersebut dilaksanakan. Sehingga pembaca dapat bersimpati kepada SBY maupun Ani Yudhyono.

#### **4. Struktur Retoris Berita Pra KLB Partai Demokrat di Media Viva.co.id dan Liputan6.com**

Hasil analisis *struktur retoris* pada kedua media ini menunjukkan bahwa penggunaan gambar/foto juga merupakan bentuk penekanan pesan dalam berita yang digunakan media sebagai pelengkap berita. Dalam media Viva.co.id dan Liputan6.com menampilkan gambar dalam setiap beritanya. gambar yang digunakan merupakan objek dalam topik headline. Pada kedua media ini wartawan menampilkan sesuatu yang unik dan menarik pada kalimat metaphore yang dimana saling berlomba memakai perumpaan atau kiasan dalam menggambarkan peristiwa-peristiwa sehingga membuat pembaca agar tertarik pada berita-berita tersebut, seperti penggunaan kata; *apa kata dunia? jika Tuhan turun ke bumi, sebagai bayi yang terus menjadi bayi dan tidak pernah dewasa (Viva.co.id), Saya Pecinta SBY, saya pendukung berat SBY., "Ada yang tersurat dan tersirat. Yang tersirat adalah siapa Pak SBY sopo wonge (siapa orangnya)", apa kata dunia?", "Tapi kan ada tanda kutip, asas kepatutan. Kurang elok,"(Liputan6.com).* Sebab seperti yang kita ketahui banyak kepentingan-kepentingan yang bermain dalam media, masing-masing pihak memiliki cara tersendiri untuk menekankan makna dan fakta dalam berita.

Struktur retoris Viva.co.id lebih banyak menggunakan unsur grafis yang berupa garis bawah dalam beritanya, kata Jokowi yang diberi garis bawah merupakan penekanan makna yang dilakukan oleh wartawan Viva.co.id yang menginginkan pembaca lebih mengetahuin pentingnya membantu jokowi dari pada menjadi Ketua Umum Demokrat, penekanan makna Jokowi tersebut tersebut hanya dilakukan oleh penulis Viva, terlihat di media Liputan6.com dengan berita yang sama namun tidak ada menekan nama Jokowi. Pemilihan

kata leksikon dalam headline kedua media tersebut juga sangat berbeda, bahasa-bahasa yang digunakan Liputan6.com sebagai headline terbilang cukup halus dari pada Viva.co.id. seperti kalimat yang digunakan penulis Liputan6.com untuk menggambarkan bahwa Dahlan Iskan menolak menjadi Ketua Umum. Menggunakan kalimat leksikon yang berbunyi “Disurvei LSN jadi Ketua Umum Demokrat, Dahlan *Sibuk* Urus BUMN” pemilihan kata sibuk yang dipakai penulis bersifat halus daripada menggunakan kata tolak, seperti kalimat leksikon yang digunakan Viva.co.id “Dahlan Iskan *Tolak* Jabatan Ketua Umum Partai Demokrat.

### **Kesimpulan**

Bahwa framing berita pra KLB Partai Demokrat menunjukkan keberpihakan pemilik media dalam memilih sudut pandang penyampaian berita. Suatu pemberitaan sangat tergantung pada kebijakan institusi. Tugas media untuk menyampaikan pemberitaan apa adanya yang netral berubah menjadi kepentingan terselubung dari media-media tersebut. Hanya dalam satu peristiwa, dapat diberitakan dengan berbagai sudut pandang yang berbeda. Dalam satu peristiwa media yang satu bisa menonjolkan sisi A namun media lainnya bisa menonjolkan sisi B .

Di Viva.co.id dan Liputan6.com dapat dilihat pada penggunaan pilihan kata/ kalimat dalam unsur struktur sintaksis (menyusun fakta) , skrip (mengisahkan fakta), tematik (menuliskan fakta) dan retorik (menekankan fakta). Pada framing berita dimedia Viva.co.id cenderung ingin mengarahkan opini pembaca ke arah negatif terlebih mengenai sosok SBY dan Ani Yudhyono. Gambaran positif SBY dan Ani dikurangi dalam pemberitaannya bahkan tidak ditampilkan. Didalam pemberitan Viva.co.id SBY dianggap tidak akan meningkatkan elektabilitas partai. Alasannya adalah SBY tidak akan laku dijual dalam pemilu 2014 baik dalam pemilu legislatif atau presiden. Bahkan didalam pandangan Viva bila SBY tetap maju menjadi Ketua Umum Demokrat, nama Partai Demokrat itu runtuh posisinya sebagai partai modern dan kemudian menjadi satu fans club-nya SBY saja.

Sebaliknya pada framing Liputan6.com ditemukan kecenderungan pembentukan citra positif SBY dan Ani Yudhyono. Media liputan6.com lebih menjadi pendukung terhadap kedua sosok tersebut. Gambaran SBY dan Ani Yudhyono yang positif diberikan tempat yang lebih banyak, tentu lewat pilihan kata, narasumber, kalimat, latar dan lainnya (keseluruhan indikator perangkat framing). Oleh Liputan6.com SBY dan Ani Yudhyono adalah sosok yang dianggap dapat mempersatukan seluruh kader partai yang saat ini sedang mengalami kehilangan sosok pemimpin di partai tersebut. Bahkan didalam pemberitaan Liputan6.com, Ani Yudhyono dinilai lebih pantas menjadi calon capres 2014 akan datang.

Karena itu, tidak heran jika keberpihakan dalam memilih sudut pandang penyampaian berita sangat ketara. Hal ini menguatkan kenyataan bahwa media

bukanlah ranah yang netral dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapat perlakuan yang sama.

Dari sisi realitas media, Viva.co.id dan Liputan6.com telah membuat kontruksi realitas media yang sudah sangat berjarak dengan realitas sesungguhnya. Perangkat-bahasa, sumber berita, penafsiran atas komentar-komentar sumber berita, tidak memberikan tempat bagi perspektif lain digunakan untuk kepentingan pemilik media yang ditonjolkan dalam artikel berita yang disajikan, seharusnya realitas media diupayakan mendekati realitas sesungguhnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menurunkan berita secara lengkap dengan sumber-sumber informasi yang berimbang, namun pada kenyataannya kedua media online tersebut tidak melakukan upaya demikian, tetapi lebih menonjolkan apa yang dianggap penting.

### **Saran**

Tak dapat dipungkiri dalam suatu pemberitaan, setiap pihak media mempunyai versi atau pandangan sendiri-sendiri atas suatu peristiwa. Dan media sulit untuk menjadi independen maupun seimbang dalam pemberitaannya. Karena media—meski secara samar—berpolitik mengikuti kepentingannya masing-masing. Oleh karena itu pembaca harus lebih jeli dan sensitive dalam mengkonsumsi pemberitaan. Dan untuk kedua media (Viva.co.id dan Liputan6.com) jangan pernah menganggap semua pembaca hanyalah seorang yang pasif. Pembaca juga mampu memaknai pemberitaan dan kemudian memilahnya. Pemberitaan yang terkesan terlalu menjustifikasi suatu peristiwa atau hanya menampilkan tema itu saja bisa membuat pembaca menjadi apatis.

### **Daftar Pustaka**

- Ardial, 2010. Komunikasi Politik. Jakarta : Indeks.
- Arifin, 2008. Opini Publik. Bandung : pustaka.
- Arrianie,Lely, 2010. Komunikasi Politik, Politisi Dan Pencitraan Di Panggung Politik., : Widya Padjadjaran.
- Effendy,Onong Uchyana, 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto,2000. Kekuasaan Ortoter Dari Gerakan Penindasan Menuju Politik Hegemoni (Studi Atas Pidato-pidato Soeharto). Yogyakarta : Insist kerjasama Pustaka Pelajar.
- ,2002. Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta : LKiS.
- Featherstone,Mike, 2005. Posmodernisme dan Budaya Konsumen, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fisher B. Aubrey, 1978. Teori-Teori Komunikasi. Penyunting : JalaluddinRakhmat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fiske, Jhon, 1990. Introduction to Communication Studies. Second Edition. London: Methuen & Co. Ltd.

- Hamad, Ibnu, 2004. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah studi Critical Discourse Analisis Terhadap Berita Politik*, Jakarta: Granit.
- Hamidi, 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Hartley, Jhon 1982. *Understanding News*, Routledge.
- Haryatmoko, 2007. *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisus.
- Hill, David T, 2011. *Pers Di Masa Orde Baru*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Littlejohn, Stephen W, 1996. *Theories of Human Communication*. Fifth Edition. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Malik, Dedy Djamaluddin, 2001. "Media, World Trade Center dan Opini Publik." *Pikiran Rakyat*, 10 Oktober 2001.
- Mulyana, Deddy, 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung; *Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan, 1993. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Penerjemah Tjun Surjaman. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Panjaitan, Erica L dan Iqbal, TM Dhani, 2006. *Matinya Rating Televisi*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Pawito, 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rakhmad, Jalaluddin, 1996. "Komunikasi dan Perubahan Politik di Indonesia," dalam Latif, Y. dan Ibrahim, I.S. *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*, Bandung: Mizan,
- Shoemaker, Pamela J & Stephen D Reese, 1996. *Mediating The Message : Theories of Influences on Mass Media Content 2nd Ed*, New York: Harper's Row Publiser Inc.
- Sobur, Alex, 2012. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, Analisa Semiotika dan Analisa Framing*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suparmo, Ludwig, 2011. *Aspek Ilmu Komunikasi dan Public Relations*. Kembangan: PT Indeks.
- Syahputra, Iswandy, 2006. *Jurnalistik Damai*, Yogyakarta: Pilar Media
- , 2013. *Rezim Media, Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme dan Infotainment Dalam Industri Televisi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

### **Skripsi**

Nurliah. 2002. *Skripsi Perbandingan Berita Tentang Megawati Soekarno Putri di Harian Kompas dan Republika (Suatu Analisis Wacana)*. Makassar : Universitas Hasanuddin

### **Sumber Internet:**

1. (<http://www.sctv.co.id/corporate/sejarah-perusahaan>). Di Askes pada tanggal 24 April 2013; pukul 01 : 25 WITA
2. (<http://www.viva.co.id>). Di Askes pada tanggal 24 April 2013 pukul 01 : 40 WITA
3. (<http://poltracking.com/kemelut-bikin-demokrat-paling-banyak-diberitakan-media-massa/>) Di Akses tanggal 10 Mey 2013; pukul. 19 : 24 WITA

**Berita Viva.co.id:**

1. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/398203-tridianto--jadi-calon-ketum-demokrat-tak-perlu-restu-sby-atau-anas>
2. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/398566-bhatoegana--ani-yudhoyono-momong-cucu--tak-jadi-ketum>
3. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/399887-survei-lsn--publik-ingin-dahlan-pimpin-demokrat>
4. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/400033--sby-jadi-ketua-umum-demokrat--apa-kata-dunia-->
5. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/400214-dahlan-iskan-tolak-jabatan-ketua-umum-partai-demokrat>
6. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/400804-sby-ketua-umum--partai-demokrat-rugi-besar>
7. <http://politik.news.viva.co.id/news/read/401092-tri--saya-mundur-dari-pencalonan-ketum-jika-tuhan-turun-ke-bumi>

**Berita Liputan6.com:**

1. <http://news.liputan6.com/read/538566/ani-yudhoyono-lebih-pas-jadi-capres-daripada-ketum-demokrat>
2. <http://news.liputan6.com/read/538660/deklarasi-calon-ketum-demokrat-di-cikeas-tri-karena-cinta-sby>
3. <http://news.liputan6.com/read/543578/jelang-klb-demokrat-dpd-sultra jagokan-sby-ketum-pd>
4. <http://news.liputan6.com/read/544039/sby-ketum-demokrat-sutan-apa-kata-dunia>
5. <http://news.liputan6.com/read/544531/disurvei-lsn-jadi-ketum-demokrat-dahlan-iskan-sibuk-urus-bumn>
6. <http://news.liputan6.com/read/544133/33-dpd-dukung-sby-jadi-ketum>
7. <http://news.liputan6.com/read/545303/sby-dan-ani-layak-jadi-ketumdemokrat>