

ANALISIS FRAMING PADA PEMBERITAAN POLITIK PARTAI HANURA DI MEDIA ONLINE SINDONEWS

Farah Diba ¹

Abstrak

Artikel ini berisi tentang pengemasan pemberitaan Partai Hanura yang berkaitan khusus tentang Pemilihan Presiden 2014 oleh kantor berita online Sindonews. Peneliti menggunakan teori agenda setting dan komunikasi massa. Jenis penelitian yang digunakan peneliti bersifat kualitatif deskriptif interpretatif dengan metode analisis framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Konsep framing dalam metode ini adalah strategi kontruksi dan memproses berita. Fokus penelitian ini yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan klipng berita tentang pemberitaan Partai Hanura yang berkaitan dengan Pemilihan Presiden 2014 pada edisi 2 Juli – 2 Agustus 2013 di Sindonews. Hasil penelitian ini menunjukkan Sindonews melalui pemberitaannya menunjukkan keberpihakkannya terhadap Partai Hanura dengan selalu memberikan pemberitaan positif dan tidak satu pun memuat berita negative terhadap Partai Hanura Hal tersebut menunjukkan kekuasaan pemilik perusahaan media sangat berpengaruh terhadap isi pemberitaan.

Kata Kunci: Analisis Framing, Media Massa (Sindonews), Partai Hanura

Pendahuluan

Politik dan media ibarat dua sisi dari satu mata uang. Media massa, khususnya harian dan elektronik, memerlukan karakteristik yang dimiliki oleh ranah politik praktis: hingar bingar, cepat, tak memerlukan kedalaman berpikir, dan terdiri dari tokoh-tokoh antagonis dan protagonis. Politik juga memerlukan media massa sebagai wadah dalam mengelola kesan yang hendak diciptakan. Tidak ada gerakan sosial yang tidak memiliki divisi media. Apapun bidang yang digeluti oleh sebuah gerakan, semuanya memiliki perangkat yang bertugas untuk menciptakan atau berhubungan dengan media.

Fungsi media massa sesungguhnya adalah memberikan informasi, memberikan pendidikan, memberikan hiburan, dan melakukan control social. Dalam menyajikan informasi media harus netral dan sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Namun fenomena yang terjadi sekarang ialah sebaliknya dimana media cenderung tidak netral, baik secara teoritis maupun praktis, pemilihan atas peristiwa apa yang menjadi headline, siapa yang menjadi narasumber, bahasa apa yang digunakan, atau sudut pandang apa yang dipakai dalam membaca fakta,

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: dibashahab@gmail.com

semuanya adalah pilihan-pilihan yang tak terhindarkan oleh media yang bersangkutan. Dalam menghadapi dunia politik, media massa tak jarang menemui kesulitan-kesulitan tersendiri. Di satu sisi, media massa dituntut untuk melaksanakan fungsinya agar pembaca, pemirsa, atau pendengar kian memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir. Namun di sisi lain, pragmatisme ekonomi memaksa media mengadopsi logika politik praktis yang terpatri pada spektakuler, sensasional, superfisial, dan manipulative

Perang politik di media massa pada Pemilu 2014 akan semakin panas dibandingkan dengan edisi pesta demokrasi lima tahunan sebelumnya. Terlebih kini beberapa capres-cawapres adalah orang-orang yang menjadi pemilik korporasi media, diantaranya Aburizal Bakrie (pemilik Grup Viva: stasiun TV One dan ANTV) dari Partai Golkar dan Surya Paloh (pemilik Media Grup: stasiun Metro TV) dari Partai Nasdem yang mencalonkan diri sebagai calon presiden, kemudian Hary Tanoesodibjo (pemilik PT Global Mediacom Tbk: MNC Group) dari Partai Hanura yang mencalonkan diri sebagai calon wakil presiden. (Agus, "Pemberitaan Politik Jelang Pemilu Akan Memanas", Investor Daily Indonesia. 2013)

Media akan terus menjadi pengiklanan partai politik dalam memperkenalkan dirinya kepada public dan memiliki peran sentral dalam mengelola kebutuhan publik mengenai informasi Pemilu 2014. Tinggal nanti bagaimana partai mampu mengemas iklannya dengan cara kreatif dan efektif dalam menarik minat publik.

Di satu sisi partai membutuhkan publikasi sedangkan media akan mendapatkan pemasukan dari ruang iklan yang dijual. Namun pemilik dari media akan memiliki keleluasaan yang lebih dalam menyiarkan iklan yang terkait dengan partai atau dirinya. Hal tersebut diperkuat para pemilik media yang mencalonkan diri merupakan pemilik televisi yang menjadi media primadona dalam pemilu. Salah satunya adalah Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Hanura mengusung Wiranto sebagai Capres dan Hary Tanoesoedibjo sebagai Cawapres. Hary Tanoe ialah pengusaha dan Presiden Direktur PT Global Mediacom Tbk yang memiliki anak usaha yaitu PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC Media). MNC Media memiliki tiga televisi dan sepuluh radio, serta media cetak dan media online. Diantaranya adalah RCTI, Global TV, MNC TV, Koran Seputar Indonesia (Sindo) dan Sindonews.com. Dengan kekuatan media yang dimiliki, Hary Tanoe yang merupakan mantan politisi Nasdem ini dianggap mampu untuk meningkatkan citra Partai Hanura di mata masyarakat.

Jelang Pemilu 2014 mendatang, politik pencitraan terus digencarkan seluruh partai politik peserta pemilu. Partai Hanura tercatat sebagai partai yang disoroti dengan pemberitaan positif di media massa. Berdasarkan hasil survei pemberitaan positif itu disebabkan partai itu bersih dan tidak ada kader yang diberitakan terlibat korupsi. Hasil riset media yang dilakukan Politik Tracking Institute, atas berita politik yang diangkat oleh 15 media nasional sepanjang 1 Februari hingga 31 Maret 2013, dari 5.850 berita partai politik yang dihimpun

Hanura hanya mendapatkan 4,8 persen. Posisi tertinggi pemberitaan parpol yakni Partai Demokrat yang mendapatkan porsi 59,4 persen pemberitaan. Itu jauh lebih tinggi dibandingkan posisi kedua yang ditempati PKS sebesar 15,9 persen. (Aan, "Pemberitaan Partai Hanura di Media Positif", Liputan6.com. 2013).

Untuk Demokrat pemberitaan yang paling dominan terpusat pada dua isu, yaitu tentang konflik internal partai, dan kasus hukum kader Demokrat, terutama kasus status Anas Urbaningrum. Sedangkan PKS kasus hukum kadernya yang mendominasi. Pemberitaan Hanura walaupun di posisi ketiga dengan 4.8 persen, namun semuanya didominasi pemberitaan positif dan membangun masyarakat. Pemberitaan Partai Hanura lebih kepada kebijakan partai dan jauh dari konflik dan permasalahan hukum. Pemberitaan Hanura secara tidak langsung mengajarkan hal yang sangat baik bagi kehidupan politik di Indonesia. Masyarakat diajak untuk belajar dan bersama-sama menunjukkan politik santun dan mengedepankan persatuan. Partai Hanura dalam tiga besar ini membuktikan partai ini mendapatkan perhatian cukup besar di masyarakat. Apabila terus berlanjut, akan menjadi korelasi pada hasil Pemilu 2014.

Berbeda dengan pemberitaan Partai Hanura yang selalu mendapatkan pemberitaan positif. Partai Demokrat didominasi dengan pemberitaan negative, dimana Demokrat sedang mengalami krisis internal partai yang menyebabkan menurunnya tingkat elektabilitas partai. Dari kasus korupsi yang menimpa anggotanya, kepengurusan partai yang berantakan sehingga membuat Susilo Bambang Yudhoyono langsung turun tangan mengurus partai sehingga menimbulkan tanggapan negative dari beberapa pihak yang beranggapan SBY lebih mementingkan kepentingan partainya sendiri dibanding dengan kepentingan negara, dan yang terakhir adalah isu tentang Demokrat dianggap sebagai partai dinasti atau partai keluarga. Kemudian disusul dengan pemberitaan PKS, PDIP, Golkar, PAN, dan PPP yang terkesan netral dan tidak memihak.

Pencitraan politik yang baik tentunya akan menjadi konstruksi politik di media dan menjadi modal untuk meningkatkan elektabilitas partai menjelang pemilu. Dalam kenyataannya, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran seseorang, baik di dalam maupun diluar realitas tersebut. Realitas sosial memiliki makna ketika dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh orang lain sehingga memantapkan realitas tersebut secara objektif.

Media melalui berita-beritanya, secara langsung bisa juga digunakan sebagai ajang sosialisasi kepada masyarakat, menyebarluaskan, memotivasi, meningkatkan partisipasi. Disinilah media berfungsi sebagai pengawal dalam proses demokratisasi.

Dengan latar belakang Wiranto yang telah lama berkecimpung dalam dunia politik dan seorang militer serta Hary Tanoë sebagai seorang yang sukses dalam berbisnis dan pemilik anak usaha MNC Media, Capres dan Cawapres ini memiliki popularitas tersendiri dan kedudukannya sebagai tokoh yang berpengaruh, tentunya memiliki nilai berita (news value) yang tinggi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul Skripsi sebagai berikut: Analisis Framing Pada Pemberitaan Politik Partai Hanura di Media Online Sindonews. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Framing Pada Pemberitaan Politik Partai Hanura di Media Online Sindonews?”

Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat terus memberikan manfaat di kemudian hari baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Berikut manfaat yang dimiliki penelitian :

1. Secara Teoritis
 - a. Memperluas pengetahuan penulis dalam hal komunikasi massa khususnya tentang Analisis Framing. Serta diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap Ilmu Komunikasi.
 - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian mengenai media secara lebih mendalam dan dapat digunakan sebagai bahan acuan teori-teori komunikasi dan menjadi referensi penelitian lain yang sejenis.
2. Secara Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi Sindonews.com tentang konstruksi realitas sosial dalam pemberitaan politik Partai Hanura untuk melakukan evaluasi, memberikan berita yang berimbang dan sesuai dengan fakta agar pembaca dapat mendapatkan berita yang sebenarnya.

Kerangka Dasar Teori

Teori Agenda Setting

Gagasan pemikiran agenda setting sesungguhnya sudah mulai muncul pada awal tahun 1920-an melalui pemikiran Walter Lippmann (1922) dalam tulisannya yang berjudul “*The World Outside and the Pictures in our Heads*”. Dalam pembuka bab yang berjudul Public Opinion, Lippman sudah menyiratkan ide agenda setting meski ia menyebutnya dengan istilah yang sama. Tesisnya adalah bahwa media berita, yang menjadi jendela kita ke dunia luas di luar pengalaman kita secara langsung, telah menentukan peta kognitif kita tentang dunia tersebut. Sehingga menurutnya, opini publik bukanlah respon terhadap lingkungan melainkan reespon terhadap lingkungan semu yang dikonstruksi oleh media.

Pemikiran Lippman tersebut kemudian mendapat dukungan dari McCombs & Shaw (1972) yang menyatakan bahwa informasi yang diberikan media berita memainkan peranan yang penting dalam mengkonstruksi gambaran seseorang tentang realitas. Hipotesis sentralnya adalah bahwa media massa telah menyusun agenda (umunya berkaitan dengan isu kampanye politik) dengan memberikan penonjolan pada isu-isu tertentu. Isu-isu tersebut kemudian diberi

penekanan oleh media sehingga akan dianggap sebagai sesuatu yang penting oleh anggota public. Dengan kata lain, isu yang dianggap penting oleh media juga akan dianggap penting oleh public. Inilah yang disebut sebagai pengaruh agenda setting.

Politik Media

Runtuhnya pemerintahan Orde Baru berpengaruh cukup besar terhadap pengaruh media terhadap kehidupan politik, dari terkendali ke arah yang lebih bebas. Bahkan media memiliki peran penting di dalam prose demokratisasi dan keruntuhan pemerintahan Orde Baru.

Media massa, pasca pemerintahan Orde Baru, telah menjadi bagian penting di dalam kehidupan berdemokrasi. Berbagai peristiwa politik saat ini tidak bisa hanya dikendalikan oleh sekelompok orang. Media massa yang bebas, beragam dan berjumlah banyak, secara mudah menyebarkan informasi tentang peristiwa-peristiwa politik itu. Dengan demikian, masyarakat memiliki kemudahan untuk memperoleh akses tentang peristiwa-peristiwa politik itu.

Media memang memiliki kemampuan reproduksi citra yang dahsyat. Dalam reproduksi citra tersebut, beberapa aspek bisa dlebihihkan dan dikurangi dari realitas aslinya (simulakra). Kemampuan mendramatisir ini pada gilirannya merupakan amunisi yang baik bagi para politisi, terutama menjelang pemilu. Namun pada saat yang sama, media massa juga harus berpikir bahwa ia tidak diperkenankan mengadopsi kepentingan-kepentingan tersebut secara berlebihan.

Realitas Media; Realitas yang Dikonstruksi oleh Media Massa

Realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media dalam dua model; Pertama adalah model peta analog dan kedua adalah model refleksi realitas.

Model Peta Analog, yaitu model di mana realitas sosial dikonstruksi oleh media berdasarkan sebuah model analogi sebagaimana suatu realitas itu terjadi secara rasional.

Model Refleksi Realitas, yaitu model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi di dalam masyarakat

Komunikasi Massa

Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa menjadi: “Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2003:189).

DeFleur/Dennis (Mursito, 2006: 29) mengatakan, komunikasi massa adalah proses dimana komunikator profesional menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas, cepat, dan kontinyu untuk menimbulkan makna

yang diharapkan pada audiens yang besar dan beragam dalam upaya mempengaruhinya dalam beragam cara. Mursito dalam bukunya, *Memahami Institusi Media*, mengungkapkan pendapat Lasswell mengenai 3 fungsi yang disebut sebagai aktivitas pokok komunikasi massa, yakni; (1) Pengawasan Lingkungan, (2) Korelasi antar Bagian Masyarakat dalam Menanggapi Lingkungan, dan (3) Transmisi Warisan Sosial dari Suatu Generasi ke Generasi Berikutnya. Ketiga aktivitas ini biasanya ditambah dengan fungsi keempat, yakni (4) Hiburan (Mursito, 2006: 16-17).

Berita

Menurut kaum konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideology, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Berita tidak mungkin merupakan cermin dan refleksi dari realitas. Karena berita yang terbentuk merupakan konstruksi atas realitas.

Berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa saja berbeda dengan orang lain, yang tentunya menghasilkan “realitas” yang berbeda pula. Karenanya, ukuran yang baku dan standar tidak bisa dipakai. Kalau ada perbedaan antara berita dan realitas yang sebenarnya, maka tidak dianggap sebagai kesalahan, tetapi memang seperti itulah pemaknaan mereka atas realitas. Oleh karena itu, berita bersifat subjektif: opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan positif. (Eriyanto, 2012:29)

Media Online

Sebagai medium baru, internet dan produk turunannya memiliki karakteristik khas dibanding dengan media konvensional yang telah ada. Internet merupakan salah satu aplikasi teknologi yang mendasarkan diri pada sistem kerja (*platform*) komputer. Oleh karena itu, tipologi (sistem) komputer akan menjadi landasan untuk mengidentifikasi batasan serta karakteristik internet dan produk derivatnya. Salah satu derivat produk teknologi Internet adalah situs berita. Disebut derivat karena pada prinsipnya, situs berita adalah penamaan untuk menyebut salah satu jenis media online yang telah ada

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif interpretatif dengan metode analisis *framing*. Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis apa yang ingin dikonstruksikan oleh media online Sindonews melalui pemberitaan Partai Hanura.

Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ada dua, yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

1. Data Primer dalam penelitian ini adalah berupa hasil rekap pemberitaan politik Partai Hanura di Media Online Sindonews.
2. Data Sekunder adalah data yang didapat dengan menggunakan buku-buku untuk mendukung teori serta mempelajari dokumen, laporan dan naskah-naskah lain yang berhubungan dengan penelitian. Data Sekunder ini diperoleh melalui buku-buku, artikel, internet, dan sumber-sumber lain.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Data Tekstual.
Data diperoleh dengan metode dokumentasi, yaitu pemilihan dan pendokumentasian pemberitaan politik Partai Hanura di Media Online Sindonews.
2. Penelitian Pustaka (*library research*)
Studi literature, mempelajari dan mengkaji literatur-literatur berupa buku, artikel, jurnal, maupun data dari berbagai pihak dan internet mengenai hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan konsep framing yang menekankan pada penonjolan kerangka pemikiran, perspektif, dan konsep dalam rangka memaknai pemberitaan politik Partai Hanura di Media Online Sindonews.com.

Penelitian ini menggunakan analisis framing menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Framing didefinisikan sebagai proses membuat pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. Pertama, dalam konsep psikologi. Framing dalam konsep ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Framing disini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu/peristiwa tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat keputusan tentang realitas.

Kedua, konsepsi sosiologis. Kalau pandangan psikologis lebih melihat pada proses internal seseorang, bagaimana individu secara kognitif menafsirkan suatu peristiwa dalam cara pandang tertentu, maka pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial dan realitas. Frame disini dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar

dirinya. Frame disini berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti jarena sudah dilabeli dengan label tertentu.

Dalam tulisan mereka *Framing Analysis: An Approach to News Discourse*, Pan & Kosicki mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing* (Eriyanto, 2012:295), yaitu:

1. Sintaksis (Bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita).
2. Struktur Skrip (Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita).
3. Struktur Tematik (Berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan).
4. Struktur Retoris (Berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita).

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti mengungkapkan bahwa media Sindonews cukup bagus dalam pengemasan berita, karena hampir dari semua berita yang teliti memiliki unsure 5W+1H, sehingga berita yang disajikan jelas dan berimbang.

Pada sisi pemberitaan meneliti menemukan bahwa saat seorang calon presiden atau calon presiden berasal dari pemilik media ternyata mempunyai ruang lebih leluasa dalam membingkai berita yang ingin disajikan kepada masyarakat dalam media yang dimilikinya. Dengan kekuatan yang dimilikinya ia dapat mengarahkan pada persepsi yang diinginkannya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Jika ditinjau dari teori agenda setting, dapat dilihat bahwa media mempunyai agenda tersendiri dalam melakukan pemberitaan. Hal tersebut dikatakan sebagai agenda setting media. Secara singkat agenda setting media dapat dikatakan jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting oleh media, maka penting juga bagi khalayak. Sebaliknya apa yang tidak penting bagi media maka khalayak menganggap tidak penting juga, bahkan menjadi tidak terlihat sama sekali.

Dari pengamatan yang ada, maka dapat diketahui bahwa Sindonews telah melakukan agenda setting dalam pemberitaannya. Hal tersebut dilihat dari beberapa acuan yang meliputi penempatan informasi, durasi atau frekuensi penyangan, lamanya pemberitaan, isu yang sifatnya sedang hangat, sampai kepada tingkat kredibilitas media yang mengangkat isu tersebut. Sejak tanggal 2 Juli 2013 – 2 Agustus 2013 terdapat, 36 artikel berita. Itu semua dilakukan untuk memberikan penonjolan terhadap pemberitaan tersebut. Kemudian Sindonews juga seringkali mengemas judul-judul artikel berita dengan kalimat yang menarik

khalayak, yang akhirnya merasa terpanggil untuk tahu isi dari berita dan membacanya.

Dalam pandangan kontruksionis media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Begitupun dengan Sindonews, dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Jadi fakta merupakan konstruksi atas realitas, Kebenaran suatu fakta bersifat relatif, berlaku sesuai konteks tertentu. Dalam pengemasan beritanya Sindonews selalu berpihak kepada Partai Hanura, peneliti tidak menemukan satu pun adanya pemberitaan negative dari Partai Hanura pada edisi Desember 2012 – Desember 2013. Seluruhnya berisi tentang pemberitaan positif yang mengarahkan pembaca kepada Partai Hanura yang merupakan partai bersih, baik, selalu mengedepankan kepentingan rakyat dan selalu menggunakan hati nurani dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

Telah diketahui bahwa Hary Tanoesoedibjo sebagai Presiden Direktur PT Global Mediacom Tbk merupakan taipan media terkemuka di Indonesia. Global Mediacom melalui anak usaha PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC Media) menguasai jaringan bisnis media dengan jangkauan paling luas dan sangat beragam, mulai dari televisi, televisi berbayar, koran, majalah, tabloid, radio hingga media online. Lewat beragam jaringan media, MNC mampu menjangkau puluhan juta orang Indonesia. Bahkan, tidak hanya di negeri ini, MNC Media mengklaim sebagai kelompok media terbesar dan terintegrasi di Asia Tenggara.

Dengan media yang dimilikinya Hary Tanoesodibjo akan lebih mudah untuk mempromosikan dirinya dan juga partai yang mengusungnya. Sangat sulit untuk menemukan media yang netral saat ini, terlebih jika pemilik media tersebut turun ke dalam ranah politik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain ialah sebagai berikut:

1. Hasil kontruksi dari sebuah realitas yang ditampilkan oleh Sindonews tentang Partai Hanura selalu menyajikan pemberitaan positif dan tidak pernah memuat pemberitaan negative. Diantaranya adalah berita tentang Partai Hanura merupakan partai yang bersih, melalui capres dan cawapresnya Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo yang akan menciptakan caleg yang mempunyai hati nurani. Dari point diatas, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa Sindonews memberikan konstruksi atas pemberitaan Partai Hanura yang menekankan pada bahwa Partai Hanura merupakan partai yang bersih sehingga meningkatkan elektabilitas partai dan Hanura akan menciptakan caleg yang jujur dan berhati nurani kemudian melalui calon presiden dan calon wakil presiden yaitu Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo sebagai pasangan ideal dalam pemilihan presiden 2014 dan menargetkan tempat di 3 besar dan dianggap dapat memberikan perubahan di Indonesia ke arah yang lebih baik.

2. Berdasarkan struktur sintaksis, berita Partai Hanura mengenai Pemilihan Presiden 2014 pada portal online Sindonews tersusun dalam bentuk tetap dan teratur sehingga membentuk piramida terbalik, mulai dengan judul *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam penyusunan dan penekanan fakta juga didukung oleh kutipan beberapa pihak yang menjadi pendukung informasi pemberitaan.
3. Berdasarkan struktur skrip, pemberitaan yang dilakukan oleh Sindonews memiliki bentuk umum yang memiliki pola 5W+1H, hal ini tentu menunjukkan kelengkapan dalam penyajian berita tersebut. Dari mulai objek yang diberitakan, permasalahan yang terjadi sehingga membentuk suatu peristiwa, tempat terjadinya peristiwa yang diberitakan, penyebab terjadinya peristiwa, dan bagaimana kronologis dari peristiwa tersebut sampai waktu yang menunjukkan kapan terjadinya peristiwa dalam berita tersebut.
4. Berdasarkan struktur tematik, wartawan Sindonews ingin mencoba menampilkan dan mengemas berita dengan tema yang sama, tentang pemberitaan positif Partai Hanura dalam Pemilihan Presiden 2014. Berita yang ditampilkan berbentuk kalimat induktif, dimana inti dari berita tersebut ditampilkan diawal paragraf kemudian untuk paragraf-paragraf selanjutnya berisi informasi pendukung lainnya.
5. Berdasarkan struktur retorik, wacana yang diberitakan oleh wartawan Sindonews juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan itu sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Dalam memakai dan memilih kata-kata yang ingin ditekankan, wartawan Sindonews menampilkan sesuatu yang unik dan menarik, dimana kata-kata yang digunakan ialah sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Selain lewat kata, penekanan pesan dalam berita itu juga dapat dilakukan dengan menggunakan unsur grafis dan gambar yang menggambarkan kejadian di dalam berita yang disampaikan.
6. Media dengan disadari telah melakukan agenda setting. Hal tersebut terlihat melalui cara Sindonews mengangkat isu tentang Partai Hanura dengan frekuensi dan intensitas yang tinggi.
7. Dari hasil analisis pembingkai terlihat bahwa pemilik media memiliki keberpihakan pemberitaan pada medianya. Hal ini menunjukkan bahwa netralitas dan objektivitas media dipengaruhi oleh kepentingan pemilik media. Pembingkai yang dilakukan oleh Sindonews sangat berpihak kepada Partai Hanura.

Saran-saran

Setelah melakukan penelitian dan telah mendapat hasil, peneliti merasa perlu memberikan saran sebagai berikut :

1. Seorang wartawan, ketika melaporkan berita, diharapkan dapat bersifat netral, menjaga objektivitas, tidak mengedepankan kepentingan tertentu

dan dapat menanggalkan bias-bias (tidak mengikutsertakan opini, ideology dan keberpihakan terhadap suatu peristiwa).

2. Wartawan Sindonews sebaiknya untuk lebih teliti dan cermat saat proses penulisan berita, karena peneliti melihat masih ada beberapa kata yang kurang tepat dalam penulisannya dan kurang menggunakan teknik penulisan yang benar seperti dalam pemakaian huruf besar dan huruf kecil. Serta dalam pemilihan gambar hendaknya harus disesuaikan dengan teks berita yang sedang di tampilkan. Hal ini nantinya akan mempengaruhi lemah dan kuatnya saat data dan nilai berita dipertanyakan.
3. Bagi pembacanya, hendaknya dapat memahami makna yang terdapat di media massa, dengan mencermati kata, kalimat istilah, isi berita serta validitas sumber informasi yang tersaji media massa. Serta aktif mencari informasi yang sama dari sumber media yang berbeda, untuk mengetahui kualitas kebenaran sebuah informasi, serta tidak menerima informasi secara apriori. Karena bisa saja informasi tersebut merupakan hasil konstruksi dari wartawan dan tidak sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Pengaruh yang diterima media kadang membuat pergeseran makna yang mestinya disadari dengan baik oleh masyarakat.

Demikian saran-saran yang penulis dapat sampaikan, semoga hasil penelitian ini dapat dikembangkan oleh peneliti lain agar lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Agung, Kurniawan, 2005, *Transformasi Pelayanan Pembaruan*.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiat Komala dan Siti Karlinah, 2007, *Komunikasi Massa*, Penerbit Simbiosis Rekatama Media : Bandung.
- Bungin, Burhan, 2008, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Penerbit Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2009, *Komunikasi Politik: Kosep, Teori, dan Strategi*, Penerbit Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Chaer, Abdul, 2010, *Bahasa Jurnalistik*, Penerbit PT. Rineka Cipta : Jakarta.
- Charnley, Mitchell Vaughn, 1979, *Reporting*.
- Effendy, Onong Uchjana, 2009, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Eriyanto, 2012, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Penerbit LKis : Yogyakarta.
- Mursito BM, 2006, *Memahami Institusi Media*, Penerbit Lindu Pustaka & SPIKOM : Surakarta.
- Nimmo, Dan, 2004, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Nuruddin, 2013, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.

- Pawito, 2009, *Komunikasi Politik : Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Penerbit Jalasutra.
- Santoso, Edi, Mite Setiansah, 2010, *Teori Komunikasi*, Penerbit PT. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&P*, Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Hamad, Ibnu, 2004, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Depok.
- Pratiwi, Luvita Eska, 2009, *Konstruksi Realitas Dalam Berita Politik Di Media Cetak Lokal (Studi Analisis Wacana terhadap Teks Berita Seputar Kampanye SBY-Boediono Pada Pilpres 2009 di Harian Umum Solopos Periode 1 Juni 2009 – 4 Juli 2009)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Partai Hanura, partai-hati-nurani-rakyat-hanura.htm, Diakses Tanggal 25 September 2013.
- Sindonews, Sumber Informasi Terpercaya _ SINDOnews.htm, Diakses Tanggal 26 September 2013.
- Investor Daily Indonesia, Pemberitaan Politik Jelang Pemilu Akan Memanas, Diakses Tanggal 22 Oktober 2013.
- Liputan6.com, Pemberitaan Partai Hanura di Media Positif, Diakses Tanggal 22 Oktober 2013.