

ANALISIS FRAMING BERITA CALON PRESIDEN RI 2014 - 2019 PADA SURAT KABAR KALTIM POST DAN TRIBUN KALTIM

Elina Flora ¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim membingkai berita calon presiden RI 2014 melalui pendekatan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif interpretatif. Data diperoleh dari artikel-artikel berita yang berhubungan dengan calon presiden RI 2014 periode 1-31 Desember 2013. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang mengemukakan perangkat framing yang terdiri dari empat struktur yaitu, Sintaksis, Skrip, Tematik dan Retoris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pemilik media memberikan dampak pada keberpihakan pemberitaan oleh media, Kaltim Post sebagai salah satu surat kabar terbesar di Kalimantan Timur lebih menonjolkan sosok Dahlan Iskan didalam pemberitaannya. Tidak jauh berbeda dengan Kaltim Post, Tribun Kaltim juga menonjolkan salah satu tokoh, yaitu Jokowi.

Kata Kunci : *Analisis Framing, Calon Presiden RI 2014, Kaltim Post, Tribun Kaltim*

Pendahuluan

Tahun 2014 merupakan tahun politik, dimana masyarakat Indonesia pada tahun 2014 ini kembali memilih wakil rakyat secara langsung untuk yang ke-3 kalinya. Pemberitaan pada media massa juga tak kalah heboh menjelang Pemilu 2014 ini, baik pemilu legislatif (Pileg) maupun pemilu presiden (Pilpres). Pemilu 2014 tak henti-hentinya menyorot kepentingan-kepentingan politik, baik dari pihak partai maupun tokoh-tokoh nasional yang mewakili partai tersebut.

Ketidakpastian informasi berkaitan dengan program dan kandidat calon presiden (capres) serta calon wakil presiden (cawapres) membuat khalayak pemilih semakin sulit menentukan pilihan. Pada saat ini seluruh media massa, baik media elektronik maupun media cetak khususnya surat kabar, turut serta

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

mensukseskan Pilpres dengan mensosialisasikan dan memperkenalkan kandidat-kandidat capres dan cawapres kepada khalayak. Dengan kata lain, media mampu melakukan pendidikan politik bagi masyarakat.

Di era reformasi saat ini dengan tumbuhnya kebebasan informasi yang luar biasa, industri media tidak perlu lagi menunggu izin dari pemerintah dalam penyampaian informasinya, sehingga banyak fenomena yang sesungguhnya penting dan seharusnya diketahui oleh masyarakat justru dikendalikan oleh kekuasaan maupun sebaliknya. Banyak fakta kecil yang tidak penting justru *blow up* oleh media massa dan diproduksi secara tidak wajar dalam arti melampaui apa yang dibutuhkan khalayak, yang mengakibatkan ketimpangan antara fakta penting yang terjadi dimasyarakat dengan fakta yang tidak penting.

Bagi masyarakat biasa, pesan dari sebuah berita akan dinilai apa adanya, terkesan penuh dengan objektivitas. Apabila dicermati lebih dalam, realitas atau peristiwa yang terjadi di sekitar kita sudah direkonstruksi dan dibingkai oleh media, di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu, yaitu dalam setiap penulisan berita menyimpan ideologis/latar belakang seorang penulis. Seorang penulis pasti akan memasukkan ide-ide mereka dalam analisis terhadap data-data yang diperoleh di lapangan.

Wajar apabila dalam suatu peristiwa yang sama akan disajikan berbeda oleh media, tidak terkecuali surat kabar. Kaltim Post dan Tribun Kaltim adalah salah satu dari surat kabar yang ada di Kalimantan Timur yang memiliki oplah tinggi, setiap harinya Kaltim Post mampu mendapat oplah sebesar 40.000 dan Tribun Kaltim sebesar 25.000, tentu kedua surat kabar tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dalam mengangkat sudut pandang pemberitaannya. Sebagaimana dipahami, sejak awal perkembangannya surat kabar telah menjadi bagian dari politik. Secara khusus, surat kabar pun memiliki persepsi demikian. Surat kabar tidak berdiri sendiri, tetapi dikelilingi dengan berbagai kepentingan yang mewarnainya. Lebih dari itu, penyampaian sebuah berita ternyata menyimpan subjektivitas penulis.

Untuk melihat subjektivitas penulis tersebut, diperlukan sebuah analisis tersendiri terhadap isi berita sehingga akan diketahui latar belakang seorang penulis dalam menulis berita. Pembaca akan lebih memahami bagaimana seorang penulis atau institusi pers dalam menulis berita. Salah satu cara untuk menganalisis berita di media adalah analisis bingkai (*frame analysis*). Analisis bingkai adalah bagaimana cara media memaknai, memahami dan membingkai kasus/peristiwa yang penting. Metode semacam ini berusaha menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim membingkai

berita calon presiden RI 2014 melalui pendekatan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki”.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis cara surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim dalam membingkai berita calon presiden RI 2014 melalui pendekatan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Kerangka Dasar Teori

Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

Media Massa

Media merupakan saluran penyampaian pesan dalam komunikasi antarmanusia. Menurut McLuhan (Nova. 2009: 204) media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Adapun fungsi media massa secara umum adalah:

1. Media massa memiliki fungsi pengantar (pembawa) bagi segenap macam pengetahuan.
2. Media massa menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik.
3. Pada dasarnya hubungan antara pengirim pesan dengan penerima pesan seimbang dan sama.

Media massa menjangkau lebih banyak orang dari pada institusi lainnya dan sejak dahulu “menggambil alih” peranan sekolah orang tua, agama dan lain-lain

Surat Kabar

Menurut Gunadi (1998: 28), Surat Kabar adalah “Media komunikasi massa yang memuat serba-serbi pemberitaan, meliputi bidang politik, ekonomi, sosial budaya, maupun pertahanan dan keamanan. Fungsinya sebagai penyebar informasi pendidikan, menghibur, mengawasi atau mengatur massa”.

Konstruksi Realitas Sosial

Menurut Eriyanto (2002:3) manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Karena itu, paradigma definisi sosial lebih tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial. Dalam proses sosial, individu dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Konstruksi realitas sosial di media massa

Pada dasarnya, pekerjaan media adalah mengkonstruksikan realitas. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004: 11). Konstruksi realitas media massa pada dasarnya memang melibatkan individu sebagai subjeknya, akan tetapi individu tersebut tidak akan memberi kontribusi besar terhadap proses konstruksi tanpa melalui media massa, contohnya aktor atau subjek individu dalam proses pengkonstruksian sebuah peristiwa di media massa adalah wartawan dan pihak redaksi media tersebut. Wartawan tersebut tidak memiliki kekuatan konstruksi besar dalam mata khalayak, tetapi gagasan-gagasannya tersebar di media massa. Burhan Bungin (2008: 129) mengatakan dalam konteks konstruksi iklannya, bahwa konstruksi iklan atas realitas sosial itu terjadi karena iklan televisi adalah bagian dari media televisi dan menjadi salah satu sumber otoritas individu.

Komunikasi Politik di Media Massa

Menurut Blake dan Haroldsen (1997) dalam Zen (2004: 66) Komunikasi politik adalah komunikasi yang memiliki pengaruh aktual dan potensial mengenai fungsi dari pernyataan politik atau entitas politik lainnya. Sedangkan Nimmo dalam Zen (2004: 66) mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang memiliki konsekuensi-konsekuensi yang mengatur perbuatan manusia didalam kondisi-kondisi konflik.

Saluran komunikasi politik sangat beragam, pada dasarnya saluran komunikasi politik sama dengan saluran komunikasi secara umum. Saluran komunikasi politik adalah alat atau sarana yang memudahkan penyampaian pesan politik. Saluran komunikasi politik tidak hanya mencakup alat, sarana dan mekanisme seperti mesin cetak, radio, televisi dan sebagainya, tetapi yang paling penting adalah manusia itu sendiri. Manusia sebagai otak perumusan pesan politik melalui sarana yang ada di media massa (Nimmo, 2001. 166). Oleh karena itu manusia sebagai aktor politik memanfaatkan media massa untuk menyebarkan pembicaraan-pembicaraan politik dengan harapan capaian tujuan politiknya lebih besar daripada melalui saluran komunikasi politik yang lain.

Menurut (Hasrullah, 2001: 38) Kekuatan media massa sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak telah banyak memberi andil dalam pembentukan opini publik. Bahkan dalam komunikasi politik, media massa menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi perilaku individu terhadap *exposure* berita yang diterimanya. Maka penggunaan media massa dalam proses politik tertentu mempunyai arti yang sangat penting, begitu pula dampak atau akibat dari penyebaran pesan terhadap khalayak luas akan terjadi secara kuat, apalagi dilihat dari dampak penyebaran pesan yang tidak hanya sampai pada tahap kognitif dan afektif tetapi juga sampai tahap konatif.

Analisis Framing

Analisis *framing* (Eriyanto, 2002: 4) adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan

Analisis *framing* dipahami dan banyak digunakan dalam penelitian sebagai salah satu teknik analisis isi. Tetapi pada perkembangan berikutnya, analisis *framing* telah berubah menjadi seperangkat teori yang oleh sejumlah pakar komunikasi dipahami sebagai salah satu pendekatan untuk melihat bagaimana domain dibalik teks media mengkonstruksi pesan.

Framing Model Pan dan Kosicki

Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dibagi dalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa dalam bentuk susunan umum berita. Dapat diamati dari bagan berita (*lead*, latar, *headline*, kutipan yang diambil dan sebagainya). *Kedua*, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. *Keempat*, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita. Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca (Eriyanto, 2002: 255-256).

Metode analisis *framing* yang dapat dilihat adalah bagaimana cara media memaknai, memahami dan membingkai kasus/peristiwa yang diberitakan. Metode semacam ini tentu saja berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan bagaimana media membingkai isu. Peristiwa yang sama bisa jadi dibingkai berbeda oleh media. Ada beberapa model *framing* yang digunakan dalam menganalisis teks media. Salah satunya model Pan dan Kosicki yang merupakan modifikasi dari dimensi operasional analisis wacana Van Dijk. Model *framing* ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Bagi Pan dan Kosicki, analisis *framing* ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisa teks media.

Teori Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw (Nurudin, 2007. 195) adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting. Teori ini muncul sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya berjudul "*The Agenda Setting Function of The Mass Media*". Secara singkat, teori ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang masyarakat pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu masyarakat berpikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan khalayak terhadap apa yang harus masyarakat lakukan.

Media memberikan agenda melalui pemberitaannya, dan masyarakat akan mengikutinya. Dalam teori, ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tersebut. Media mengatakan pada khalayak apa yang penting dan tidak penting serta mengatur apa yang harus dilihat dan tokoh siapa yang harus didukung.

Asumsi dari teori ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi masyarakat untuk menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting media, maka penting juga bagi masyarakat. Dalam hal ini media diasumsikan memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar bukan dengan perubahan sikap dan pendapat.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif interpretatif. Penulis akan mencoba menginterpretasi berita calon presiden RI di surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode 1 Desember hingga 31 Desember 2013 dan kemudian menyimpulkan hasil temuan dari analisis tersebut.

Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis subjek dan objek. Subjeknya, yaitu Surat Kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim. Sedangkan Objeknya, yaitu

teks-teks berita terkait calon presiden RI yang dimuat dalam surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode 1 Desember hingga 31 Desember 2013.

Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan data primer, yaitu berita-berita calon presiden RI yang dimuat di surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode 1 Desember hingga 31 Desember 2013. Selain itu penulis juga akan menggunakan data-data tambahan dari kepustakaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti memperoleh atau mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dibedakan dengan metodologi dari riset yang digunakan para periset, yakni riset kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan riset kualitatif dengan menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Teknik ini digunakan peneliti untuk mendapat jawaban terbaik dari pertanyaan penelitian.

a. Observasi

Observasi pada penelitian ini diartikan sebagai kegiatan mengamati subjek (surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim) dan objek (berita calon presiden RI periode 1-31 Desember 2013).

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang dilakukan adalah mengumpulkan teks-teks berita terkait pemberitaan calon presiden 2014 yang dimulai dari 1 Desember hingga 31 Desember 2013. Selain itu, peneliti menambah data-data yang digunakan melalui penghimpunan data-data, literatur dan kajian pustaka terkait permasalahan yang diangkat. Pengumpulan dokumentasi tersebut digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendukung dalam menganalisis data.

Teknik Analisis Data

Setelah data-data yang mempunyai relevansi dengan topik penelitian terkumpul kemudian dimasukkan kedalam matriks pengolahan data. Kemudian penulis menganalisis data-data tersebut dengan menggunakan *framing* model Pan dan Kosicki. Dengan pendekatan ini, teks berita dari data tersebut dianalisis dengan dikelompokkan dan diuraikan kedalam empat struktur besar:

1. Struktur Sintaksis, struktur sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun berita.
2. Struktur Skrip, struktur skrip adalah cara wartawan mengisahkan fakta.
3. Struktur Tematik, struktur tematik adalah cara wartawan menulis fakta.
4. Struktur Retoris, struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar.

Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa surat kabar Kaltim Post berita mengenai Capres lebih banyak menyorot pada sosok Dahlan Iskan. Dahlan Iskan sebagai mantan CEO dari Jawa Post Group memiliki porsi pemberitaan yang lebih dibandingkan dengan tokoh-tokoh lainnya. Hal ini sangat wajar, karena surat kabar Kaltim Post merupakan perusahaan milik Jawa Post *Group*.

Dinilai dari sisi komunikasi politik, media massa mampu menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi perilaku individu terhadap *exposure* berita yang diterimanya. Melalui *framing* yang dilakukan Kaltim Post, Penulis berusaha membentuk opini masyarakat mengenai sosok-sosok yang diberitakannya, pada sosok Dahlan Iskan, penulis membentuk opini bahwa sosok Dahlan Iskan merupakan sosok yang berbeda dibandingkan tokoh lainnya, Dahlan Iskan mampu memberikan perubahan bagi Indonesia, tentunya hal ini berbeda bila dibandingkan dengan tokoh lainnya, pada sosok Jokowi penulis membentuk opini bahwa sosok Jokowi hanya melakukan pencitraan saja. Dan pada sosok Rhoma Irama, penulis membentuk opini bahwa Rhoma Irama merupakan sosok kontroversial dan telah membuat polemik dalam partai PKB.

Dinilai melalui teori Agenda *Setting*, maka *framing* yang dilakukan oleh Kaltim Post berusaha menyatakan bahwa sosok Dahlan Iskan merupakan sosok yang penting. Dalam teori ini, Kaltim Post mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada sosok Dahlan Iskan. Pada pemberitaannya, Kaltim Post bukan hanya memberi informasi mengenai sosok Dahlan, bahkan Kaltim Post berusaha mengkampanyekan sosok Dahlan Iskan.

Hal serupa juga terjadi pada surat kabar Tribun Kaltim. Tribun Kaltim lebih menonjolkan sosok Jokowi dibandingkan sosok lainnya. Tribun Kaltim merupakan surat kabar milik PT. Indopersda Primamedia, anak perusahaan dari kelompok Kompas Gramedia. Pemilik Kompas Gramedia, Erik Tohir merupakan salah satu tim sukses kubu Jokowi, sehingga sangat wajar bila Tribun Kaltim lebih menonjolkan sosok Jokowi sebagai Capres RI 2014.

Dari sisi komunikasi politik, manusia sebagai aktor politik memanfaatkan media massa untuk menyebarluaskan pembicaraan-pembicaraan politik dengan harapan capaian tujuan politiknya lebih besar daripada melalui saluran komunikasi politik yang lain, hal ini lah yang digunakan oleh Erick Thohir untuk mengkampanyekan sosok Jokowi. Disini Tribun Kaltim menjadi saluran komunikasi politik bagi Jokowi, mulai dari pemberitaan mengenai tingginya elektabilitas Jokowi dibandingkan tokoh-tokoh nasional lainnya hingga pemberitaan mengenai Jokowi yang dianggap sebagai tokoh yang mampu memecahkan oligarki politik yang ada di Indonesia. Hal tersebut juga didukung oleh sisi konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Mark Fishman yang menyatakan bahwa wartawan hidup dalam institusi media dengan seperangkat aturan, pola kerja dan aktivitas sehingga tidak menutup kemungkinan ada

kontrol dari pihak institusi dalam pengemasan suatu peristiwa. Adanya intervensi dari pemilik media mampu mempengaruhi isi berita pada Tribun Kaltim.

Pada sisi Teori Agenda *setting* media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tersebut. Media mengatakan pada masyarakat apa yang penting dan tidak penting serta mengatur apa yang harus dilihat dan tokoh siapa yang harus didukung. Pada pemberitaannya mengenai Capres RI, Tribun Kaltim berusaha membentuk opini publik dengan memberitakan tokoh-tokoh yang diisukan akan maju dalam pilpres, seperti Jokowi, Rhoma Irama, Wiranto dan Mahfud MD. Disini pada sosok Jokowi, Tribun berusaha mengatakan kepada masyarakat bahwa sosok Jokowi merupakan sosok yang mampu memecahkan oligarki politik dan merupakan sosok yang paling populer di masyarakat, hal tersebut terbukti dari berbagai *lead* dalam artikel yang menampilkan hasil survei Jokowi yang mampu menyaingi tokoh lainnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembedaan berita yang dilakukan terhadap dua surat kabar yaitu Kaltim Post dan Tribun Kaltim tentang berita Calon Presiden RI 2014-2019, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Framing* yang dilakukan Kaltim Post, terkait berita Calon Presiden RI 2014-2019 melalui analisis *framing* Pan dan Kosicki sangat dipengaruhi oleh pemilik/institusi surat kabar. Dahlan Iskan sebagai mantan CEO Jawa *Post Group* merupakan sosok yang ingin ditonjolkan oleh Kaltim Post, hal tersebut didukung oleh penggunaan kutipan narasumber, *lead*, *headline* serta gambar-gambar yang lebih banyak menonjolkan sosok Dahlan Iskan dibandingkan sosok lainnya.
2. Pada Tribun Kaltim, berita terkait Calon Presiden RI 2014-2019 melalui analisis *framing* Pan dan Kosicki lebih banyak menyorot pada sosok Jokowi. Adanya intervensi pemilik media mempengaruhi isi berita. Erick Thohir sebagai pemilik Kompas Gramedia merupakan salah satu tim sukses kubu Jokowi, sehingga sangat wajar bila Tribun Kaltim lebih menonjolkan sosok Jokowi sebagai Capres RI 2014 pada pemberitaannya.

Saran

Berkenaan dengan penelitian diatas maka ada beberapa point yang dapat penulis sarankan, yaitu:

1. Kaltim Post dan Tribun Kaltim
Sebagai kontrol sosial, Kaltim Post dan Tribun Kaltim diharapkan dapat meningkatkan kualitas pemberitaan yang menitikberatkan pada asas-asas jurnalistik, untuk menjaga pemberitaan yang berimbang dan dapat dipercaya.
2. Masyarakat
Masyarakat diharapkan lebih kritis dalam melihat, memahami dan menyikapi sebuah berita yang dihadirkan oleh media massa. Hendaknya sebuah artikel

berita tidak ditelan mentah-mentah dan lebih selektif dalam memilih media sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsmen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckman*. Jakarta: Kencana.
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gunadi. 1998. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Jakarta: Grafindo.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Hasrullah. 2001. *Megawati Dalam Tangkapan Pers*. Yogyakarta: LkiS.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa* . Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat Jalaluddin, 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS.
- Zen, Fathurin. 2004. *NU POLITIK: Analisis Wacana Media*. Yogyakarta: LkiS.