

KONSTRUKSI MEDIA PADA KEBIJAKAN AMNESTI PAJAK (ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN DI SURAT KABAR KALTIM POST DAN TRIBUN KALTIM PERIODE JULI-SEPTEMBER 2016)

NUR RAMADHINA ANDRYANI¹

Abstrak

Nur Ramadhina Andryani, 1302055034, Konstruksi Media Pada Kebijakan Amnesti Pajak (Analisis Framing Pemberitaan di Surat Kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016) dibawah bimbingan Ibu Drs. Lisbet Situmorang, M.Si selaku pembimbing I dan Kadek Dristiana Dwivayani, S.Sos, M.Med.Kom selaku pembimbing II.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keinginan peneliti untuk mengetahui perbedaan konstruksi media pada pemberitaan Kebijakan Amnesti Pajak khususnya mengenai perolehan dana tebusan periode pertama yang dikemas oleh surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis konstruksi media pada pemberitaan kebijakan Amnesti Pajak di surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016 menggunakan perangkat framing Pan dan Kosicki. Melalui perangkat tersebut dapat diketahui realitas seperti apa yang di konstruksi oleh media dalam menuliskan pemberitaan mengenai Perolehan dana tebusan Amnesti Pajak periode pertama. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif deskriptif dikarenakan jenis penelitian ini berusaha menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian.

Dari hasil penelitian konstruksi media pada pemberitaan Kebijakan Amnesti Pajak periode Juli-September 2016 yaitu dengan mengaplikasikan perangkat Framing Pan dan Kosicki Kaltim Post dan Tribun Kaltim menunjukkan ada realitas yang ingin dikonstruksikan serta disembunyikan. Kaltim Post cukup berani memaparkan sisi lain dari Kebijakan Amnesti Pajak serta berusaha membangun realitas yang sebenarnya yang tetap berujung kepada keberpihakan semu pada masyarakat. Pada Tribun Kaltim lebih condong untuk mengkonstruksikan berita dengan menampilkan sisi netral dan menyembunyikan isu yang terkesan negatif dengan tidak memberikan penonjolan pada berita yang menjadikannya dominan keberpihakan pada kapitalis

Kata Kunci: *Amnesti Pajak, Framing, Kontruksi, Kaltim Post dan Tribun Kaltim*

¹ Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman. Email: dhinaandr@gmail.com

Latar Belakang

Media massa merupakan sebuah kekuatan raksasa yang sangat diperhitungkan. Dalam berbagai analisis tentang kehidupan sosial, ekonomi, dan politik, media sering ditempatkan sebagai salah satu variabel determinan. Bahkan, media dalam posisinya sebagai suatu institusi informasi, Karl Deutsch menyebutnya sebagai “urat nadi pemerintah” (*the nerves of government*). Hanya mereka yang mempunyai akses kepada informasi, kira-kira demikian Karl Deutsch berargumentasi, yang akan menguasai percaturan kekuasaan. Atau paling tidak, urat nadi pemerintahan itu sebenarnya berada di jaringan-jaringan informasi (Sobur dalam Ahmad,2010:1). Media massa mempunyai fungsi utama untuk memberikan informasi kepada khalayak luas, hal ini biasanya yang digunakan pemerintah untuk mensosialisasikan berbagai kebijakan-kebijakan yang menyangkut ekonomi serta politik. Salah satu kebijakan pemerintah yang sedang santer diberitakan pada awal kemunculannya adalah kebijakan tentang *Tax Amnesty* atau amnesti pajak.

Kebijakan ini dijalankan karena adanya kasus Panama Papers yang membawa nama pejabat-pejabat besar di Indonesia. Kasus ini bermula dari penerapan pajak di Indonesia yang menggunakan pajak progresif. Pengusaha yang memiliki produktivitas tinggi berusaha untuk memanipulasi laporan keuangan, menyuap petugas pajak hingga menyembunyikan kekayaan mereka di negara-negara *tax haven*. Oleh sebab itu *Tax Amnesty* muncul sebagai upaya menarik penerimaan negara melalui pajak kekayaan yang ada di luar Negeri yang berimplikasi pada peningkatan penerimaan APBN di Indonesia.

Kebijakan *Tax Amnesty* tidak terlepas dari adanya pro dan kontra dikalangan masyarakat. Salah satunya komentar bersifat kontra datang dari ekonom Indonesia, Faisal Basri. Beliau mengatakan bahwa kepatuhan masyarakat untuk membayar pajak seharusnya ditingkatkan terlebih dahulu sebelum pengampunan pajak diberlakukan. Tantangan yang paling mendasar, sebenarnya berasal dari dalam pemerintahan itu sendiri. Bagaimana pemerintah dipersepsikan masyarakat sebagai pengelola pajak yang terpercaya tentunya, belum lagi keresahan publik yang ditimbulkan yang pada awalnya Amnesti Pajak ditujukan untuk orang kaya yang menyembunyikan hartanya diluar negeri, tetapi semakin kesini kebijakan ini mengarah kepada hampir semua wajib pajak.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mencari tahu bagaimana media mengkonstruksikan setiap pemberitaan yang mengenai kebijakan amnesti pajak berdasarkan realitas sosial menggunakan analisis *framing*. Media massa yang digunakan dalam penelitian ini adalah surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim. Kaltim Post merupakan media cetak pertama dan terbesar Karena lahir pada tahun 1988. Media ini merupakan anak media Jawa Post grup. Berdasarkan hasil Roy Morgan Research Indonesia hingga tahun 2014 Kaltim Post masih menjadi yang tertinggi pada level jumlah pembaca Sedangkan Tribun Kaltim di bawah naungan Kompas Gramedia Group yang lahir pada tahun 2003 memiliki motto independen dan kredibel. Tribun Kaltim adalah koran terbaik pada tahun 2011 di regional Kalimantan versi IPMA.

Dari penjabaran latar belakang di atas, peneliti memilih bulan Juli-September 2016 untuk diteliti, dikarenakan pada rentang bulan tersebut merupakan periode pertama dijalankannya kebijakan amnesti pajak menurut UU *Tax Amnesty* No 11 tahun 2016 sehingga media cetak khususnya Kaltim Post dan Tribun Kaltim sedang aktif memberikan informasi terkait pemberitaan amnesti pajak. Maka dari itu peneliti mengangkat penelitian mengenai konstruksi realitas pemberitaan pada penyajiannya kepada khalayak luas.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas disini adalah Bagaimana konstruksi media surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim pada pemberitaan kebijakan Amnesti Pajak periode Juli-September 2016?

Tujuan Penelitian

Adapun yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis konstruksi media surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim pada pemberitaan kebijakan Amnesti Pajak periode Juli-September 2016.

Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dari penelitian ini sendiri dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber pengetahuan atau referensi tentang konstruksi media dan analisis *framing* media massa, serta memperkaya jenis penelitian komunikasi yang kaitannya dengan mata kuliah komunikasi massa di Universitas Mulawarman.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berguna bagi kedua belah pihak, baik bagi khalayak pembaca maupun bagi kedua Surat Kabar dimana hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengetahuan tentang pandangan media terhadap kebijakan Amnesti Pajak serta media dapat selalu kredibel dalam membingkai suatu peristiwa di media massa khususnya surat kabar.

Kerangka Dasar Teori

Teori Konstruksi Sosial Media Massa

Pertama kali dikemukakan oleh Peter L Berger dan Luckman melalui teori konstruksi realitas sosial. Ketika masyarakat semakin modern, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L Berger dan Luckmann ini memiliki kemandulan dan ketajaman atau dengan kata lain tak mampu menjawab perubahan zaman. Posisi “konstruksi sosial media massa” mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media

karena sirkulasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan penyebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Proses Konstruksi Sosial Media Massa

Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a) Tahap menyiapkan materi konstruksi
Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu Keberpihakan media massa kepada kapitalisme, Keberpihakan semu kepada masyarakat, dan Keberpihakan kepada kepentingan umum.
- b) Tahap sebaran konstruksi
Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, di mana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu.
- c) Tahap pembentukan konstruksi realitas
Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya, yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik.
- d) Tahap konfirmasi
Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembicara dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi.

Media Massa

Dalam Kamus besar Bahasa Indonesia Kontemporer (2002:954) dijelaskan media massa adalah sarana informasi untuk menyampaikan berita kepada masyarakat luas baik yang menggunakan alat cetak maupun elektronik. Marshall McLuhan mengatakan bahwa media itu *The Extension Of Man* (media itu perluasan manusia). Dengan kata lain, media menjadi “perpanjangan” tangan manusia, apa yang menjadi keinginan, cita-cita dan tujuan seseorang manusia bisa diperluas oleh media.

Ciri-Ciri Media Massa

Menurut (Nurrudin, 2007:19) ialah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan
2. Bersifat satu arah
3. Meluas dan serempak
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya
5. Bersifat terbuka
6. Dikontrol oleh *gatekeeper*

Fungsi Media Massa

Fungsi media massa bukan hanya sebagai saluran menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, kontrol sosial, dan mempengaruhi masyarakat semata. Dewasa ini media massa telah melakukan fungsi dalam pembentukan pendapat umum dan juga proses mediasi dengan menghubungkan realitas objektif dengan realitas yang ada dalam pengalaman khalayaknya.

Surat Kabar

Surat kabar adalah sebutan bagi penerbitan pers yang masuk dalam media massa tercetak berupa lembaran berisi tentang berita, karangan-karangan dan iklan serta diterbitkan secara berkala, bisa harian, mingguan, bulanan, serta diedarkan secara umum, isinya pun harus actual, juga harus bersifat universal, maksudnya pemberitaannya harus bersangkutan paut dengan manusia dari berbagai golongan dan kalangan

Karakteristik Surat Kabar

Publisitas ialah penyebaran kepada publik atau khalayak, **Sifat periodesitas**, keteraturan terbitnya surat kabar. **Universalitas** ialah kesemestaan isinya, aneka ragam, dan dari seluruh dunia, **Aktualitas**, menurut kata asalnya berarti kini 'kini' dan 'keadaan sebenarnya', **Terdokumentasikan**, dianggap penting untuk diarsipkan atau dibuat kliping.

Berita

Di kalangan para wartawan berita atau biasa disebut "*news*" adalah sebuah singkatan yang berarti *North, East, West, South*. Dari istilah tersebut mereka mengartikan laporan dari keempat penjuru mata angin. Berita dapat ditemukan dimana saja sesuai dengan mata angin. Analogi tersebut tidaklah salah dan dapat diterima secara logis. Namun sesungguhnya berita merupakan suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar, maupun penonton (Effendy, 2003:131).

Elemen berita

Suatu berita terutama dalam media massa cetak seperti surat kabar terdapat elemen-elemen berita yang terdiri dari judul berita, *lead*, batang tubuh (isi berita), dan penutup berita. Unsur-unsur tersebut banyak terdapat pada berita *straight news* yang bersifat langsung.

Konsep Analisis framing

Analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Betterson tahun 1955. Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta yang

menyediakan kategori- kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Gofferman pada 1974 yang mengandaikan frame sebagai kepingan- kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2012:162)

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengonstruksi fakta. *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut.

Berdasarkan konsep psikologi, *framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam konteks yang unik, sehingga elemen-elemen tertentu suatu isu memperoleh alokasi sumber kognitif individu lebih besar. Konsekuensinya, elemen-elemen yang terseleksi menjadi penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan.

Dalam analisis *framing* ada banyak model analisis yang dapat digunakan. Salah satu model analisis *framing* yang cukup terkenal adalah model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam pendekatan ini perangkat *framing* dibagi menjadi empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis; *kedua*, struktur skrip; *ketiga*, struktur tematik; dan *keempat*, struktur retorik.

Efek framing lain yang terjadi yaitu:

1. Menonjolkan Aspek Tertentu-Mengaburkan Aspek Lain.
2. Menampilkan Sisi Tertentu – Melupakan Sisi Lain
3. Menampilkan Aktor Tertentu – Menyembunyikan Aktor Lain
4. Mobilisasi Massa

Definisi Konsepsional

Media massa membangun ideologi, opini, maupun keberpihakan melalui obyek-obyek media massa seperti pemberitaan serta tayangan. Dengan menggunakan analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki peneliti berusaha mengetahui bagaimana cara media mengonstruksi, memahami dan membingkai realitas/peristiwa dengan berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari teks pemberitaan media khususnya pada penelitian ini mengenai kebijakan Amnesti Pajak di surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu jenis penelitian yang berusaha menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan perangkat *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah kumpulan data atau klipng berita tentang amnesti pajak di media cetak Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, diantaranya adalah dokumen-dokumen, laporan, buku-buku studi ilmiah serta beberapa referensi lain yang memiliki penulisan yang relevan dan objektif serta berimplikasi pada panduan untuk penyusunan skripsi.

Teknik Pengumpulan Data

Dengan cara melakukan klipng berita tentang berlangsungnya kebijakan amnesti pajak pada periode Juli-September 2016 di surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim. Teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian skripsi, yaitu: penelitian kepustakaan dan Dokumentasi

Teknik Analisi Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis *Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Konsep *Framing* dalam metode ini ialah penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya. Dengan kata lain bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksi dan dimaknai oleh media.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sejarah berdirinya Kaltim Post dimulai pada tanggal 5 Januari 1988. Pada awalnya bernama Manuntung yang dalam Bahasa Banjar ‘tuntung’ yang berarti tuntas, dalam filosofi Jurnalisme Seperti inilah tugas wartawan, memberikan informasi sebuah peristiwa secara tuntas. Surat kabar harian Kaltim Post pada awalnya didirikan oleh sejumlah jurnalis lokal dan humas Pemkot Balikpapan. Mulanya koran ini hanya terbit sebanyak delapan halaman saja. Barulah pada awal tahun 90an manajemen Jawa Post group masuk dan mengambil alih Manuntung. Visi dan Misi dari Kaltim Post adalah bagaimana agar seluruh masyarakat Kaltim dapat terakses informasi, serta membuat koran daerah dapat bersaing, sedangkan misi dari Kaltim Post itu sendiri kurang lebih sama dengan surat kabar lain yakni memberikan informasi, hiburan, sekaligus fungsi sosial kontrol di masyarakat. Berdasarkan Riset Roy Morgan sebuah lembaga riset di Australia, memetakan pasar surat kabar di seluruh Kalimantan Timur, dan Kaltim Post menempati urutan pertama dengan pembaca lebih dari

235 ribu orang. Hal tersebut menjadi salah satu keunggulan Kaltim Post Karena mendominasi pembaca di seluruh Kalimantan Timur.

PT. Mahakam Media Grafika menerbitkan Koran Tribun Kaltim pada tanggal 8 Mei 2003 dan tanggal tersebut sekaligus menjadi hari ulang tahun Tribun Kaltim. Tribun Kaltim merupakan anak perusahaan dari Kompas Group, surat kabar ini didirikan dengan tujuan membangun koran daerah. Dan Kaltim adalah provinsi pertama di Kalimantan yang dipilih oleh Kompas Group sebagai proyek percontohan untuk koran daerah di jajaran Kompas group, dilirikinya Kaltim sebagai proyek percontohan tak lepas dari peluang bisnis yang lebih menjanjikan daripada provinsi lain di Kalimantan. Visi dan misi Tribun Kaltim sendiri adalah, agar menjadi kelompok usaha penerbitan surat kabar, media *online* dan percetakan daerah terbesar dan tersebar di Kalimantan Timur dengan misi menyediakan informasi yang terpercaya untuk memberikan *spirit* baru dan mendorong terciptanya demokratisasi di daerah. Untuk prestasi yang pernah dicapai Tribun Kaltim antara lain medali emas, dan perunggu versi IPMA (Indonesia *Printing Media Award*) tahun 2010, medali perak 2011, medali emas dan perak 2012, serta medali *gold* 2013 semua di kategori *The Best Regional* Kalimantan. Lalu pada tahun 2014 kembali Tribun Kaltim menyabet medali perak untuk kategori *cover* terbaik juga versi IPMA.

Hasil Penelitian

Peneliti melakukan analisis framing pada pemberitaan kebijakan Amnesti Pajak periode pertama di surat kabar harian Kaltim Post dan Tribun Kaltim dengan menggunakan perangkat framing Z.Pan dan Gerald Kosicki. Jumlah pemberitaan mengenai kebijakan Amnesti Pajak pada surat kabar harian Kaltim Post periode Juli-September 2016 ada sebanyak 17 berita dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016 berjumlah 13 berita. Totalnya 30 berita dari kedua surat kabar. Tetapi peneliti memfokuskan penelitian pada pemberitaan perolehan dana tebusan Amnesti Pajak pada kedua surat kabar. Terdapat masing-masing 5 berita mengenai berita perolehan dana tebusan Amnesti Pajak pada kedua surat kabar. Adapun penyajiannya disusun sesuai dengan urutan kronologis diterbitkannya berita di masing-masing surat kabar harian menggunakan tabel perangkat framing dari Z.Pan dan Gerald Kosicki yang meneliti dengan empat struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Pembahasan

Berdasarkan pada penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti pada dua surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim periode Juli-September 2016 tentang pemberitaan Amnesti Pajak berkaitan dengan perolehan dana tebusan Amnesti Pajak Periode Pertama, maka peneliti dapat melihat dan mengetahui bagaimana media tersebut mengkonstruksikan sebuah realitas pada saat disusun menjadi teks berita melalui cara analisis *framing*.

Dalam mempermudah melihat hasil konstruksi yang dilakukan surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim peneliti melakukan analisis berita menggunakan Z.Pan dan G.M Kosicki yang didalamnya terdiri dari empat struktur besar, yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik.

Pada struktur sintaksis, bentuk penyusunan yang paling populer adalah struktur piramida terbalik yang dimulai dengan *judul*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian yang diatas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis memberi petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak ke mana berita tersebut dibawa (Eriyanto, 2002:296). Dari kedua surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim memiliki perbedaan dasar pada jenis penulisannya, penekanan kata yang digunakan pada *judul* oleh Kaltim Post lebih menonjol dibandingkan Tribun Kaltim. Kelengkapan berita dan sumber yang beragam dalam satu pemberitaan juga dapat ditampilkan secara berimbang oleh Kaltim Post. Tetapi penonjolan yang dilakukan oleh Tribun Kaltim lebih banyak ditampilkan pada bagian *lead* berita. Namun dalam sistematika penulisan, keduanya menyajikan secara tetap dan teratur seperti piramida terbalik, dimana bagian yang paling penting berada di atas dan bagian bersifat umum diletakan di bawah. Secara keseluruhan kedua surat kabar ini sama-sama membuat pemberitaan dengan sistematika yang tepat dan menampilkan fakta secara logis.

Pada struktur skrip, bentuk umum dari struktur ini adalah pola 5W+1H (*who, what, when, why, dan how*). meskipun pola ini tidak selalu dapat dijumpai dalam setiap berita yang ditampilkan, kategori informasi ini yang diharapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting. Jika salah satu unsur dihilangkan/disembunyikan maka makna berita tersebut akan menjadi lain. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita: bagaimana suatu berita dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu (Eriyanto, 2002:299-300). Wartawan pada surat kabar Kaltim Post lebih memerhatikan kelengkapan unsur 5W+1H, sedangkan Tribun Kaltim seringkali kehilangan unsur *how* pada sebuah berita dan terkesan tidak menyampaikan informasi secara lengkap. Padahal pada setiap pemberitaan unsur 5W+1H merupakan unsur kelengkapan penting, maka dari itu sebuah informasi dapat dikatakan sebuah berita dan diterbitkan untuk diketahui khalayak luas. Berita-berita pada Tribun Kaltim lebih terkesan sedikit daripada pemberitaan yang dilakukan oleh Kaltim Post. Ada unsur yang ingin disembunyikan dengan memberikan porsi tekanan lebih besar kepada informasi lain. Unsur skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan dan bagian mana yang kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting.

Dalam struktur tematik, tema yang dihadirkan atau dinyatakan secara tidak langsung atau kutipan sumber dihadirkan untuk mendukung hipotesis. Pengujian hipotesis ini kita gunakan untuk menyebut struktur tematik dari

sebuah berita. Kalau struktur sintaksis berhubungan dengan pernyataan bagaimana fakta yang diambil oleh wartawan akan ditempatkan pada skema atau bagan berita, maka struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan. Paragraf, proposisi, kalimat, dan hubungan antarkalimat yang dihadirkan oleh kedua surat kabar ini telah mendukung pemberitaan yang diterbitkan. Tetapi setelah peneliti melakukan penelitian pada unsur tematik terdapat perbedaan pada kedua surat kabar, Kaltim Post lebih dominan mengangkat tema tentang memaksimalkan perolehan dana tebusan di Kaltim-Kaltara dengan menyisipkan isu-isu penting terkait tentang dana Amnesti Pajak sedangkan Tribun Kaltim lebih fokus pada perolehan dana tebusan Amnesti Pajak tanpa mengembangkan isu-isu yang terkait tentang Amnesti Pajak. Persamaan yang ada pada kedua surat kabar terlihat pada sumber-sumber informasi tentang perolehan dana Amnesti Pajak yang dikumpulkan langsung dari Direktorat Jendral Pajak.

Pada struktur retorik, wacana dari berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh penulis untuk memberitakan arti yang ingin ditonjolkan oleh penulis. Penggunaan *Leksikon*, pada kelima berita dari surat kabar Kaltim Post lebih ditonjolkan pada bagian *judul*. Berbeda dengan Kaltim post, Tribun Kaltim tidak banyak menyisipkan pemilihan kata yang menonjol. Dimana pada unsur grafis (penggunaan huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf yang digunakan lebih besar) tidak ditampilkan pada pemberitaan oleh kedua surat kabar ini. Penggunaan gambar/foto pada surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim dapat ditemui masing-masing dua berita. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan gambar/foto tidak selalu menekankan pesan yang ingin disampaikan oleh wartawan sebagai pelengkap berita.

Berita yang terdapat pada surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim telah menerapkan prinsip kelengkapan berita dalam menuliskan berita. Melalui proses analisis *framing*, peneliti menemukan bahwa berita yang dimuat di surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim terdapat perbedaan berdasarkan *judul* berita. Perbedaan yang dimaksud adalah terdapat beberapa berita yang isinya hampir sama tetapi di kupas secara berbeda oleh kedua surat kabar. Seperti berita tiga pada Kaltim Post dan berita sembilan pada Tribun Kaltim. Dari penerbitannya, kedua berita ini diterbitkan di hari dan bulan yang sama tetapi dengan *judul* berita yang berbeda. Surat kabar Kaltim Post memuat judul “*Tax Amnesty Kaltimra Baru Rp.5,4 Miliar*” sedangkan pada surat kabar Tribun Kaltim memuat judul “*Periode pertama berakhir September*”. Terlihat *framing* seperti apa yang ingin digambarkan oleh kedua surat kabar, *judul* dari Kaltim Post terkesan lebih berani menggunakan kata-kata yang sedikit menyentil sedangkan Tribun Kaltim bermain aman dengan mengusung kalimat yang sederhana. Tetapi dari segi isi, terdapat kesamaan tentang fakta yang diungkapkan seperti informasi tentang wajib pajak dan pendapatan yang diperoleh dari setiap KPP di Kaltim-Kaltara.

Secara keseluruhan, surat kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim telah menggunakan lebih dari satu sumber pemberitaan yang memungkinkan Kaltim

Post dan Tribun Kaltim mengemas pemberitaan secara jelas dan sesuai dengan fakta yang ada. Perbedaan yang jelas sangat terlihat pada *judul* dan kelengkapan unsur 5W+1H. Tetapi hal tersebut cukup diwakili oleh unsur-unsur yang ditekankan dan diberi porsi lebih banyak. Pada surat kabar Kaltim Post juga lebih banyak mengungkapkan tentang kendala yang terjadi selama Amnesti Pajak berlangsung sedangkan Tribun Kaltim hanya mengungkapkan pencapaian perolehan tanpa menyodorkan fakta-fakta yang terjadi selama Amnesti Pajak berlangsung.

Tinjauan dari teori konstruksi sosial media massa, surat kabar Kaltim Post terlihat berusaha membangun realitas media yang mendekati dengan realitas yang sebenarnya. Pengamatan melalui analisis *framing*, peneliti menemukan bahwa surat kabar Kaltim Post berusaha mengajak khalayak pembaca untuk lebih dekat dengan realitas yang sesungguhnya. Seperti halnya Kaltim Post mengungkapkan permasalahan seperti apa yang terjadi selama berlangsungnya Amnesti Pajak, informasi mengenai wajib pajak di lapangan serta fakta-fakta yang terjadi selama Amnesti Pajak periode pertama berlangsung. Walaupun porsi yang lebih banyak terlihat adalah sisi pemerintahan tetapi wartawan yang menulis berita dinilai telah melakukan usaha membangun realitas sosial yang mendekati realitas sosial yang sesungguhnya.

Pada Tribun Kaltim, konstruksi yang dibangun melalui perangkat *framing* Pan dan Kosicki, tidak terlihat seperti apa penonjolan yang ingin menggambarkan kondisi yang sedang terjadi pada saat Amnesti Pajak periode pertama berlangsung. Realitas yang dibangun hanya berdasarkan informasi yang didapatkan dari sumber dan tidak terlihat melakukan *cover both side* (menampilkan dua sisi dalam pemberitaan). Tetapi dalam penggunaan fakta tidak terlihat keberpihakan yang dilakukan oleh Tribun Kaltim, surat kabar ini masih menerapkan prinsip sesuai dengan *tagline* perusahaan yaitu bersikap netral untuk menampilkan suatu peristiwa.

Keduanya dalam mengkonstruksikan suatu realitas tidak terlepas dari kelompok *elite* yang diposisikan sebagai sumber kredibel dan terperscaya. Tetapi menurut Hall dalam (Eriyanto, 2002:162) kelompok *elite* tersebut bisa menjadi pendefinisi utama dari realitas. Sumber berita itu bukan hanya mendefinisikan dan menjelaskan mengenai dirinya sendiri, ia bahkan mendefinisikan realitas dan kelompok lain. Taruhlah pemberitaan mengenai perolehan dana tebusan Amnesti Pajak pada awal diberlakukannya program ini. Ketika kedua media menggunakan sumber dari Instansi yang sama yaitu Kementerian Keuangan, mereka bukan hanya menjelaskan apa yang telah dilakukan pemerintah, ia bahkan menjelaskan realitas periode pertama diberlakukannya Amnesti Pajak itu secara keseluruhan. Kementerian Keuangan akan menjelaskan sudah berapa dana yang terkumpul, optimisme pemerintah untuk kebijakan ini, serta target yang ingin dicapai pemerintah untuk kebijakan ini. Disini secara jelas terlihat bagaimana sumber berita tersebut mendefinisikan realitas dalam pandangan perspektif mereka. Dimana posisi media? Media disini secara tidak sadar ikut mempopulerkan dan menjadi

pendefinisi sekunder dari realitas. Dari keseluruhan proses kerja wartawan itu secara tidak sadar, ideologi kelompok dominan yang mendapatkan tempat dan dimapankan dalam pemberitaan (Eriyanto, 2002:161-162).

Dari proses konstruksi sosial media massa, yang ditandai dari tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi, dan tahap konfirmasi. Dari hasil analisis ditemukan bahwa tahap menyiapkan konstruksi ada tiga hal penting didalamnya yaitu keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat, dan keberpihakan kepada kepentingan umum. Pada Kaltim Post keberpihakan semu kepada masyarakat lebih dominan diterapkan karena melihat isi dari pemberitaan mengenai perolehan dana tebusan Amnesti pajak karena cukup berani untuk mengekspos isu-isu kendala yang terjadi pada saat program ini sedang berjalan tetapi pada akhirnya tetap terlihat keberpihakan yang dilakukan kepada pemerintah seperti menaikkan pemberitaan mengenai kebijakan Amnesti Pajak demi keuntungan kapitalis sedangkan pada Tribun Kaltim dominan keberpihakan kepada kapitalis karena terlihat terjadi pertukaran kepentingan antara pihak-pihak yang berkepentingan dari suatu pemberitaan yang mana disini Direktorat Jendral Pajak yang lebih banyak disorot dan dijadikan bahan informasi. Seperti membeli halaman-halaman tertentu dengan imbalan pertukaran bukan saja uang dan materi lain, akan tetapi bisa jadi *blow up* terhadap pencitraan terhadap pihak-pihak yang membeli pemberitaan tersebut (Bungin, 2006:210).

Pada tahap sebaran konstruksi, pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, di mana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pemilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Model satu arah ini terutama terjadi pada media cetak (Bungin, 2006:211). Pilihan dari sebaran konstruksi pada Kaltim Post dan Tribun Kaltim dipetakan pada segmentasi pembaca. Kedua surat kabar ini mempunyai kesamaan dari segi segmentasi pembaca yaitu menengah keatas. Apalagi untuk pemberitaan mengenai kebijakan Amnesti Pajak, rata-rata pembaca merupakan wajib pajak yang mempunyai NPWP di mana pekerjaan yang dirasa menyasar pasti kalangan karyawan, PNS, ataupun masyarakat yang mempunyai penghasilan tetap. Karena prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media.

Dari tahap pembentukan konstruksi realitas, pembentukan citra ditonjolkan oleh kedua surat kabar dengan model yang sama di keseluruhan berita mengenai perolehan dana tebusan Amnesti Pajak periode pertama, yaitu pembentukan model *good news*. Kaltim Post pada awal memberitakan mengenai isu dan kendala apa yang semestinya diperbaiki oleh pemerintah tetapi pada akhirnya memiliki kecenderungan untuk tetap memberikan citra baik mengenai perolehan dana tebusan Amnesti Pajak. Begitupun pada Tribun Kaltim, dari berita pertama sampai berita terakhir tetap konsisten untuk membentuk citra baik pada perolehan dana tebusan Amnesti Pajak. Periode pertama berjalannya kebijakan Amnesti Pajak diberitakan cukup berhasil dari

segi penghasilan maka dari itu dianggap kedua media dianggap memberikan citra baik pada kebijakan Amnesti Pajak.

Pada tahap konfirmasi, adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembedaan konstruksi (Bungin, 2006:216). Pada Kaltim Post dan Tribun Kaltim tahap konfirmasi ini hanya dihadirkan oleh media pada keterlibatan pemerintah sebagai pembaca karena dapat meningkatkan popularitas Kebijakan Amnesti Pajak.

Jika ditinjau dari efek *framing*, sebuah realitas bisa jadi dibingkai dan dimaknai secara berbeda oleh media. Bahkan pemaknaan itu bisa jadi akan sangat berbeda. Realitas begitu kompleks, penuh dimensi, ketika dimuat dalam berita bisa jadi akan menjadi realitas satu dimensi (Eriyanto, 2002:165). Kaltim Post cukup seimbang menampilkan aktor-aktor penting dalam pelaksanaan Amnesti Pajak serta berani menampilkan sisi lain dari kebijakan Amnesti Pajak. Walaupun porsi yang ditampilkan tidak cukup besar tetapi realitas yang ingin ditampilkan dapat terlihat melalui aspek bahasa dan perangkat *framing* yang ada. Pada Tribun Kaltim, memfokuskan pemberitaan pada aktor tertentu. Ini tentu saja tidak salah. Tetapi efek yang segera terlihat adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjadi tersembunyi (Eriyanto, 2002:168).

Jadi, kecenderungan yang ditemukan oleh peneliti bahwa Kaltim Post dalam konstruksi media mengenai Kebijakan Amnesti Pajak terlihat pada judul yang lebih provokatif dari judul-judul berita yang dimuat Tribun Kaltim. Walaupun secara keseluruhan tetap memberitakan isu-isu terkait kebijakan ini seperti keraguan wajib pajak serta kendala-kendala yang terjadi, tetapi pada akhirnya surat kabar ini tetap menampilkan aktor-aktor dalam pemerintahan yang berujung dengan keberpihakan semu pada masyarakat. Keberpihakan yang sesungguhnya masih pada kapitalis, dengan berusaha membuat berita yang dapat disampaikan oleh khalayak. Dapat dikatakan bahwa ada konstruksi yang ingin dibangun melalui penonjolan hal tertentu dan pengemasan beritanya. Berbeda pada Tribun Kaltim, surat kabar ini tidak menampilkan isu-isu terkait Amnesti pajak dan mengusung judul dengan karakteristik singkat dan padat. Karena sesungguhnya surat kabar ini, tidak hanya memfokuskan pemberitaan pada media cetaknya tetapi juga pemberitaan pada media onlinenya. Hal tersebut dapat dilihat dari visi-misi dan *judul* pada media onlinenya yang lebih menarik. Jadi keberpihakan yang dapat terlihat mengarah pada keberpihakan kapitalis, yang ingin membuat berita yang dapat diterima dan tetap laku di masyarakat. Maka dari itu, konstruksi media yang dilakukan Tribun Kaltim terlihat di posisi netral dengan pengemasan beritanya.

Penutup

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari skripsi yang berjudul "Konstruksi Media Pada Pemberitaan Kebijakan Amnesti Pajak Periode

Pertama (Analisis *Framing* Surat Kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim Periode Juli-September 2016), adalah:

1. Dari perangkat *framing* Z.Pan dan G.M Kosicki, Kaltim Post lebih sering menggunakan *judul* dengan tata Bahasa yang lebih provokatif serta dari segi pemilihan narasumber dinilai lebih beragam sehingga berita yang disampaikan dapat mengungkapkan realita dari segi yang berbeda. Dari kelengkapan 5W+1H Kaltim Post secara lengkap menampilkannya, tema yang diangkat juga lebih berbeda dari segi isu dengan pemakaian pemilihan kata yang cukup berani. Sedangkan Tribun Kaltim, dari segi pemilihan *judul* lebih terkesan singkat dan padat serta dinilai tidak ingin mengkritik perjalanan dari kebijakan Amnesti Pajak. Dari kelengkapan unsur 5W+1H tidak dapat ditampilkan secara lengkap dan segi pemilihan narasumber juga kurang beragam hal ini dianggap belum cukup menampilkan aktor-aktor penting pada perjalanan kebijakan Amnesti Pajak, tema yang diangkat juga terkesan biasa dan konsisten dan tidak memberikan penonjolan pada hal tertentu.
2. Dari segi konstruksi sosial media massa disimpulkan bahwa Kaltim Post sebagai surat kabar mengkonstruksikan peristiwa di media berusaha mengajak khalayak sedekat mungkin dengan realitas sosial yang ada, tetapi berujung pada keberpihakan semu pada masyarakat. Sedangkan Tribun Kaltim walaupun terlihat tidak cukup berimbang dalam segi konstruksi media karena terlihat tidak mengkonstruksikan pemberitaan mengenai Amnesti Pajak sesuai dengan realita tetapi tetap membawa media pada posisi netral dan dominan melakukan keberpihakan pada kapitalis.

Saran

Setelah melalui beberapa tahapan penelitian, maka peneliti ingin mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Kaltim Post dan Tribun Kaltim sebagai media besar di Kalimantan Timur diharapkan dapat mengkonstruksikan sebuah pemberitaan selalu menerapkan *cover both side* (menampilkan kedua sisi), agar dapat mengedukasi pembaca/khalayak dengan pemberitaannya yang berimbang apalagi mengenai isu-isu daerah dan nasional.
2. Wartawan Kaltim Post dan Tribun Kaltim sebaiknya untuk lebih teliti dan cermat saat proses penulisan berita, karena peneliti masih melihat ada beberapa kata yang kurang tepat dalam penulisannya. Serta dalam memenuhi kelengkapan unsur-unsur berita media sekelas Kaltim Post dan Tribun Kaltim dirasa dapat memerhatikannya dengan teliti. Dalam pemilihan gambar/foto juga dapat sekiranya disesuaikan dengan berita yang ada, karena penggunaan teks serta ilustrasi lainnya dapat mempengaruhi konstruksi yang ditangkap oleh pembaca.
3. Hendaknya Kaltim Post dan Tribun Kaltim sebagai surat kabar dapat memberitakan suatu peristiwa sesuai dengan realitas tanpa dilebih-lebihkan atau dikurangi dengan selalu menerapkan etika-etika jurnalisisme sehingga

dapat memuat berita yang seimbang tanpa dipengaruhi kepentingan dari aktor/pihak tertentu.

4. Bagi pembaca, diharapkan menyadari bahwa memang besar kekuasaan media massa mengonstruksi realitas. Maka dari itu untuk mengetahui dunia tidak hanya lewat “jendela” atau *frame* yang dipasang oleh media. Sebaiknya kita lebih kritis dalam melihat serta memahami sebuah peristiwa dengan memilah media sesuai dengan kebutuhan.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. 2012. *Komunikasi Massa cetakan ketiga Edisi Revisi*, Simbiosis Rekatama Media: Bandung
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L Berger & Thomas Luckman*, Media Grafika: Jakarta
- . 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Prenada Media: Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, LKiS: Yogyakarta.
- . 2005. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS: Yogyakarta.
- Harahap, Machyudin Agung. 2013. *Kapitalisme Media*. Aura Pustaka: Yogyakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Prenada Media: Jakarta
- Rahardi, Kunjana. 2010. *Dasar-dasar Penyuntingan Bahasa Media*, Gramata Publishing: Depok
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Setiati, Eni. 2005. *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan*, Andi Offset: Yogyakarta
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis teks media: suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*, PT.Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Suhaemi dan Nasrullah, Rully. 2009. *Bahasa Jurnalistik*. Lembaga Penelitian UIN Jakarta: Jakarta.