

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN POLITIK CAPRES DAN CAWAPRES DI MEDIA SOSIAL PADA AKUN DETIK.COM

Muhammad Rizal¹

Abstrak

Muhammad Rizal, 1002055161, Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres Dan Cawapres Di Media Sosial Pada Akun Detik.Com, dibawah bimbingan Prof. Dr. Drs. H. Adam Idris, M.Si selaku pembimbing I, Sabiruddin, S.Sos. MIA selaku pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis media online detik.com dalam membingkai pemberitaan capres dan cawapres dengan menyampaikan sebuah peristiwa kepada publik. Tipe penelitian ini menggunakan interpretatif kualitatif dengan metode penelitian analisis framing. Fokus penelitian ini adalah analisis framing pada pemberitaan capres dan cawapres pada detik.com. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis framing model Robert N. Entman dengan empat perangkat yaitu Define Problems, Diagnose Cause, Make Moral Judgement, dan Treatment Recommendation. dengan menekankan pada penonjolan kerangka pemikiran, perspektif dan konsep tentang memaknai suatu berita. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa isu yang diangkat oleh media online, detik.com adalah isu politik. Maka dapat disimpulkan bahwa detik.com lebih menampilkan realitas berita yang ada sesuai dengan faktanya atau tidak disadari rangkaian informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi pola pikir pembacanya.

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Menghadapi gempuran media menjelang pilpres, publik perlu pencerahan dan pencerdasan lewat media literasi. Kampanye pilpres terlihat makin seru, bukan lantaran popularitas dan elektabilitas para kandidat yang bersaing ketat. Kampanye menjadi sengit dan menarik karena masing-masing pasangan didukung oleh pemilik (owner) dan pengusaha bisnis pers. Pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa didukung pemilik televisi TVOne, Antv, dan MNC group. Adapun Joko Widodo-Jusuf Kalla didukung oleh pemilik MetroTV dan Media Indonesia Group.

Detik.com merupakan situs media online yang sering menayangkan berita-berita tentang pemilihan capres dan cawapres. Bagaimana pemberitaan ini masih bergulir hingga saat ini, pemberitaan pemilihan capres dan cawapres tahun 2014 pada situs online detik.com dimulai dari awal Mei 2014. Dalam liputan di

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : rizal3392@gmail.com

bulan Mei 2014 masyarakat Indonesia banyak yang melihat atau membuka situs detik.com untuk mengetahui pemberitaan capres dan cawapres.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana memframing berita pada disitus detik.com tentang pemberitaan pemilihan capres dan cawapres?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui framing berita tentang pemberitaan politik capres dan cawapres di media sosial situs detik.com periode Mei 2014.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Dapat memberikan kontribusi, memperluas, dan memperkaya pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi. Serta berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya bidang Jurnalistik mengenai framing dalam pemberitaan. Memberikan informasi dan referensi khususnya bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengadakan penelitian sejenis.
2. Dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan acuan bagi para praktisi jurnalistik di media sosial untuk dapat melihat dan mengidentifikasi frame berita pada setiap pemberitaan di media.

Kerangka Teori dan Konsep

1.1 Teori Dan Konsep

Teori Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. (dalam Nurudin, 2011:195-199) secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berfikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang kita harus lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaan sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung.

1. Agenda media terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
 - a) Visibility (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
 - b) Audience salience (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
 - c) Valence (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda khalayak, terdiri dari dimensi-dimensi berikut.

- a) Familiarity (keakraban), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
 - b) Personal salience (penonjolan pribadi), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
 - c) Favorability (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
- a) Support (dukungan), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
 - b) Likelihood of action (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
 - c) Freedom of action (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

Teori Konstruksi Realitas

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman dalam buku *the social of construction reality*. Realitas menurut Berger tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi dibentuk dan di konstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwujud ganda atau plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, berdasarkan pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial, yang dimiliki masing-masing individu (Eryanto, 2000:15).

Konstruksi realitas terbentuk bukan hanya dari cara media memandang realitas tapi kehidupan politik tempat media itu berada. Sistem politik yang diterapkan sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa negara itu memengaruhi cara media massa tersebut mengkonstruksi realitas, menurut Hamad, karena sifat dan faktanya bahwa tugas redaksional media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka tidak berlebihan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan. (Hamad, 2001:55).

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksi:

1. Pendekatan konstruksi menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas. Makna bukanlah suatu yang absolut, konsep statik yang ditemukan dalam suatu pesan. Makna adalah suatu proses aktif yang ditafsirkan seseorang dalam suatu pesan.
2. Pendekatan konstruksi memandang kegiatan komunikasi sebagai proses yang dinamis. Pendekatan konstruksionis memeriksa bagaimana pembentukan pesan dari isi komunikator dan dalam isi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi makna individu ketika menerima pesan. (Eryanto, 2002:40-41).

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

2.2.2 Politik

Menurut Breed dalam bukunya yang berjudul "*social control in the newstroom*" mengatakan bahwa politik adalah siapa yang memperoleh, apa, kapan dan bagaimana pembagian nilai-nilai oleh yang berwenang, kekuasaan dan yang pemegang kekuasaan, pengaruh tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan atau memperluas tindakan yang lainnya, dan semua kegiatan yang beragam itu ada persesuaian umum bahwa politik mencakup sesuatu yang di lakukan orang, bisa di katakan politik adalah kegiatan yang di bedakan meskipun tidak selalu berhasil.

2.2.3 Berita

Berita harus memenuhi beberapa unsur yang nantinya akan membuat suatu berita tersebut layak untuk dipublish. Berita harus cepat dan cermat, dalam bahasa jurnalistiknya harus akurat selain akurat berita harus berimbang tidak boleh memihak. Berita harus objektif, Karena berita memiliki kekuatan untuk menciptakan opini publik, jadi sesuatu yang ditulis oleh media harus memenuhi unsur-unsur diatas agar tidak ada pihak yang dirugikan (Kusumaningrat 2006 : 47).

2.2.4 Konsep Analisis Framing

Konsep framing sering digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realita oleh media. *Framing* dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu dapat dialokasikan lebih besar dari pada isu yang lain (Nugroho, Eriyanto, Surdiansis, 1999:20). Gagasan framing pertama kali dilontarkan oleh Baterson tahun 1955 (Sobur, 2002: 161). Mulanya frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacan serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep tersebut kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974 yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas. (sobur, 2002:162).

2.2.4.1 Teori Framing Model Robert N Entman

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Dalam praktiknya, framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain; dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana-penempatan yang mencolok (menempatkan di-*headline* depan atau dibagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap symbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.

Frame berita timbul dalam dua level. Pertama, konsepsi mental yang digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari teks berita. Kedua, perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa. Frame berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, citra yang ada dalam narasi berita. Karenanya, frame dapat dideteksi dan diselidiki dari kata, citra dan gambar tertentu yang member makna tertentu dari teks baru. Kosakata dan gambar itu ditekankan dalam teks sehingga lebih menonjol dibandingkan bagian lain dalam teks. Itu dilakukan lewat pengulangan, penempatan yang lebih menonjol atau menghubungkan dengan bagian lain dalam teks berita, sehingga bagian itu lebih menonjol, lebih mudah diingat, dilihat dan lebih mempengaruhi khalayak. Secara luas pendefinisian

masalah ini menyertakan, didalamnya, konsepsi dan skema interpretasi wartawan. Pesan secara simbolik menyertakan sikap dan nilai. Ia hidup, membentuk, dan menginterpretasikan makna di dalamnya.

Framing, secara esensial meliputi penseleksian dan penonjolan. Membuat *frame* adalah menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman realitas, dan membuatnya lebih menonjol didalam suatu teks yang dikomunikasikan sedemikian rupa sehingga mempromosikan sebuah definisi permasalahan yang khusus, interpretasi kausal, evaluasi moral, dana atau merekomendasikan penanganannya.

2.3 Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional dimaksudkan untuk memberikan batasan tentang variabel-variabel dalam penelitian sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai hal yang akan diteliti. Batasan yang dimaksud adalah suatu analisa yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana media menyorot aspek-aspek pemberitaan yang dibuat oleh media itu sendiri. Proses framing menjadikan media sebagai sebuah alat untuk menyampaikan fakta-fakta yang belum terungkap. Batasan tersebut hanyalah sebatas bagaimana detik sebagai media

online yang membingkai (frame) pemberitaan capres dan cawapres kepada khalayak luas. Pemilihan isu-isu dari sebuah berita yang telah dihadirkan oleh detik dengan melakukan penyeleksian isu dan melihat penonjolan aspek tertentu dari sebuah isu untuk kemudian dilihat dan ditemukan sebuah realitas.

Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti bersifat deskriptif kualitatif dengan metode analisis framing. Peneliti memilih pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing. Peneliti memilih pendekatan kualitatif berdasarkan pertimbangan bahwa data-data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa tulisan-tulisan yang terangkum dalam pemberitaan politik di media sosial diakun detik.com yang tidak menekankan pada angka, karena penelitian akan lebih ditekankan pada segi makna.

Hasil dari penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu untuk menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi atau berbagai variable yang timbul pada media massa yang menjadi objek penelitian pemberitaan politik capres dan cawapres di akun detik.com.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan memudahkan peneliti dalam pengelolaan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu (Eriyanto, 2002:187). Sesuai masalah yang akan dirumuskan, maka dengan ini peneliti melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan dari Entman dan ada dua poin focus penelitian yang ingin ditekankan oleh peneliti, yaitu adalah :

1. Seleksi Isu

Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, berita mana yang diseleksi dalam pemberitaan politik capres dan cawapres untuk ditampilkan kepada khayalak? Dari proses ini terkandung didalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (*included*), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau bagian dari berita politik capres dan cawapres dari isu ditampilkan, wartawan memilih berita tertentu yang dianggap penting oleh khalayak dari berita capres dan cawapres.

2. Penonjolan Aspek Tertentu Dari Isu

Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek/berita dari pemberitaan capres dan cawapres tertentu dari suatu peristiwa atau isu tersebut telah dipilih, bagaimana berita tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan pada khalayak. Sehingga membatasi persepsi khalayak terhadap berita capres dan cawapres yang ditulis.

3.3 Jenis Sumber Data

Dalam penelitian ini pengumpulan sumber data yang dianggap relevan dengan objek penelitian.

- 1.Data Primer dalam penulisan ini adalah berita politik capres dan cawapres di dalam media detik.com pada periode Mei 2014.
- 2.Data Sekunder yang digunakan dalam penulisan ini adalah data-data yang diperoleh dari metode dokumentasi berupa penelitian kepustakaan (*Library Research*), yakni mengkaji informasi yang terdapat dalam berbagai literature, serta yang di download dari situs-situs internet (website), jurnal-jurnal online universitas di Indonesia, serta buku-buku yang berkaitan dalam penulisan ini.

3.4 Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan konsep framing yang menekankan pada penonjolan kerangka pemikiran, perspektif, dan konsep tentang memaknai pemberitaan politik capres dan cawapres di detik.com. Menganalisis data berita capres dan cawapres yang dilakukan oleh Detik.com. Data yang telah terkumpul akan dianalisis secara kualitatif yaitu digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dengan menggunakan instrument analisis framing dengan model Entman melalui empat perangkat yaitu

a) *Define Problems* (Definisi Masalah)

Bagaimana suatu masalah/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?

b) *Diagnose Cause* (perkiraan masalah dari sumber masalah)

Apa penyebab dari suatu masalah, siapa atau actor yang dianggap sebagai penyebab mereka?

c) *Make Moral Judgement* (pembuatan keputusan moral)

Nilai moral apa yang akan disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi suatu tindakan?

d) *Treatment Recommendation* (penyelesaian masalah)

Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditempuh untuk mengatasi masalah

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis pbingkaiian ini dilakukan terhadap berita-berita yang dimuat oleh media online Detik.com dan kompas.com tentang berita Capres dan Cawapres. Adapun penyajiannya sesuai dengan berita terkait seputar pemberitaan Capres dan Cawapres.

Dengan analisis framing model Robert N Entman, peneliti berusaha menelaah bagaimana pbingkaiian terhadap berita-berita Capres dan Cawapres Detik.com.

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Detik.com

Detik.com ialah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Detik.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesianya lainnya, detik.com hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Server *detik.com* sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai daring dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir detik.com yang didirikan Budiono Darsono (eks wartawan detik), Yayan Sopyan (eks wartawan detik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugrahadhi. Semula peliputan utama detik.com terfokus pada berita publik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detik.com memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga. Dari situlah kemudian tercetus keinginan membentuk detik.com yang update-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan. Yang dijual detik.com adalah *breaking news*. Dengan bertumpu pada vivid description macam ini detik.com melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan users internet. Pada 3 Agustus 2011 CT Corp mengakuisisi detik.com (PT Agranet Multicitra Siberkom/Agrakom). Mulai pada tanggal itulah secara resmi detik.com berada di bawah terus Trans Corp. Chairul Tanjung, pemilik CT Corp membeli detik.com secara total (100 persen) dengan nilai US\$60 juta atau Rp 521-540 miliar. Setelah diambil alih, maka selanjutnya jajaran direksi akan diisi oleh pihak-pihak dari Trans Corp sebagai perpanjangan dengan CT Corp di ranah media. Dan komisaris Utama dijabat Jenderal (Purn) Bimantoro, mantan kapolri, yang saat ini juga menjabat komisaris utama Carrefour Indonesia, yang juga dimiliki Chairul Tanjung. Sebelum diakuisisi oleh CT Corp, saham detik.com dimiliki oleh Agranet Tiger Investment dan Mitsui & Co. Agranet memiliki 59% saham di detik.com, dan sisanya dimiliki oleh Tiger 39%, dan Mitsui 2%.

Pada Juli 1998 situs detik.com per harinya menerima 30.000 hits (ukuran jumlah pengunjung kesebuah situs) dengan sekitar 2.500 user (pelanggan Internet). Sembilan bulan kemudian, Maret 1999, hits per harinya naik tujuh kali lipat, tepatnya rata-rata 214.000 hits per hari atau 6.420.000 hits per bulan dengan 32.000 user. Pada bulan Juni 1999, angka itu naik lagi menjadi 536.000 hits per hari dengan user mencapai 40.000. terakhir, hits detik.com mencapai 2,5 juta lebih per harinya. Selain perhitungan hits, detik.com masih memiliki alat ukur lainnya yang sampai sejauh ini disepakati sebagai ukuran yang mendekati seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah situs. Ukuran itu adalah *page view* (jumlah halaman yang diakses). Page view

detik.com sekarang mencapai 3 juta per harinya. Sekarang detik.com menempati posisi ke empat tertinggi dari alexa.com untuk seluruh konten di Indonesia.

Manajemen Detik.com:

Komisaris Utama: Drs Raden Suroyo Bimantoro

Wakil Komisaris Utama: Zainal Rahman

Komisaris:

Sutrisno Iwantono

Calvin Lukmantara

Direktur Utama: Budiono Darsono

Direktur Sales dan Marketing: Nur Wahyuni Sulistiowati

Direktur Keuangan dan HRD: Warnedy

4.2 Analisis Framing Model Robert. N Entman

4.2.1 Analisis Framing Di Detik.com

4.2.1.1 Analisis Artikel 1

Dalam 10 tahun terakhir ini, Indonesia telah jauh berkembang di bidang ekonomi. Hal ini terlihat dari masuknya Indonesia ke dalam kelompok G20 akibat kenaikan PDB dan pertumbuhan ekonomi yang positif secara konsisten. Kesejahteraan masyarakat juga mengalami peningkatan yang signifikan. Pada sisi lain, sejak masa reformasi, Indonesia telah menjadi contoh sebagai negara demokrasi terbesar ketiga di dunia. Ini berkat terjaganya stabilitas politik dan bersemayanya proses demokrasi dengan baik. Kini pada Pilpres 2014, Indonesia menghadapi ujian yang sangat besar. Untuk kali pertama hanya ada dua pasang kandidat dalam Pilpres. Akibat akumulasi berbagai faktor, bangsa Indonesia seolah terbelah menjadi dua. Puncaknya adalah setelah masa pencoblosan selesai. Ada eskalasi politik yang harus kita cermati agar tak keluar dari koridor demokrasi yang beradab. Pers, sebagai institusi penting dalam demokrasi modern, harus ikut berkontribusi untuk tetap terjaganya proses demokrasi tersebut. Forum Pemred, kemudian membuat maklumat kepada para stakeholder di negeri ini. (Jum'at 11/7/2014)

4.2.1.2 Analisis Artikel 2

Yogyakarta- Adanya isu yang berkembang bahwa akan muncul kerusuhan akibat Pilpres, perlu diantisipasi. Di Yogyakarta, Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X memanggil Tim sukses kedua capres cawapres sebagai langkah antisipasi. Pertemuan digelar di Komplek Kepatihan Yogyakarta, Minggu (13/7/2014). Kedua pimpinan Tim sukses hadir yakni ketua Tim sukses pasangan capres cawapres nomor urut 1 Prabowo Hatta wilayah DIY Hery Zudianto dan Ketua Tim sukses pasangan capres cawapres nomor urut 2 Jokowi-JK wilayah DIY Bambang Praswanto. Serta Kapolda DIY Brigjen Pol Haka Astana dan Danrem 072/Pamungkas Brigjen TNI Muhammad Sabrar Fadhilah. Gubernur DIY yang

juga Raja Kraton Yogyakarta Sri Sultan Hamengku Buwono X mengatakan, di media sosial meski hanya isu tapi berkembang luar biasa. Bahwa di Yogya akan ada kerusuhan dan lainnya. Hal-hal seperti ini perlu diantisipasi sedini mungkin."Meski itu sekedar isu, tapi hal-hal seperti itu bisa menumbuhkan rasaragu ataupun rasa tidak nyaman, karena memunculkan kekhawatiran dimasyarakat," kata Sultan pada pertemuan dengan KPU, Bawaslu, Timses caprescawapres, Kapolda, Danrem dan lainnya di Komplek Kepatihan Yogyakarta, Minggu (13/7/2014). Sultan mengatakan, masyarakat Yogya sendiri sudah punya pengalaman dengan isu-isu semacam itu. Pada saat gempa tahun 2006 juga banyak isu-isu yang berkembang lewat SMS, kemudian pada saat Merapimeletus tahun 2010 juga muncul isu-isu yang menyesatkan. Dengan pengalaman itu, masyarakat diharapkan benar-benar dapat menyaring berita-berita yang berkembang agar tidak terprovokasi. Selama proses penghitungan suara dan setelah pengumuman tanggal 22 Juli diharapkan Yogya tetap kondusif. Untuk mempermudah komunikasi pihak-pihak baik timses, Polda, Danrem, Pimpinan Daerah, maka sepakat dibentuk posko bersama di komplek Kepatihan Yogyakarta."Dengan posko di kepatihan koordinasi bisa lebih cepat. Bisa ambil langkah-langkah sebelum suatu peristiwa berkembang meluas. Prinsipnya kita sepakat jaga Yogya ini tetap aman dan nyaman,"katanya. Sultan berharap, masyarakat menunggu pengumuman resmi dari KPU. Siapapun yang menang harus menghargai yang kalah. Sultan mencotohkan, seperti dalam laga Jerman VS Brazil, meski Jerman mengalahkan Brazil dengan skor telak namun tidak merayakan secara euforia di lapangan. Dan sangat menghargai Brazil. Sikap seperti itu perlu dicontoh, untuk bisa saling menghargai antara yang kalah dan yang menang.

4.2.1.3 Analisis Artikel 3

Jakarta, dunia internasional tampaknya menunjukkan ketertarikannya terhadap pilpres Indonesia saat ini. Menurut pakar Hubungan Internasional LIPI, Ganewati Wuryandari, ada alasan yang membuat internasional tertarik dengan pesta demokrasi di Indonesia."Ini satu fenomena baru. Selama pemilu di Indonesia, baru kali ini ada dukungan dari kalangan artis internasional untuk salah satu capres," kata Ganewati kepada detikcom, Rabu (9/8/2014). Artis internasional yang dimaksud adalah Sting, Arkarna dan sejumlah artis lainnya. Mereka memberi dukungan ke salah satu capres melalui akun media sosial."Dari perkembangan teknologi dan media sosial dimana informasi sangat cepat melewati batas negara dan berita mengenai pemilu Indonesia mudah juga diakses," ujar Ganewati. Selain peran media sosial, Ganewati menduga pemilihan presiden baru setelah 10 tahun juga dinanti-nanti dunia. Dunia ingin melihat sejauh mana proses peralihan kekuasaan dan kedewasaan demokrasi di Indonesia."Ini pemilu yang menarik karena yang terpilih adalah presiden baru dan akan berdampak juga pada hubungan internasional. Demokrasi Indonesia menjadi perhatian mereka karena cukup dipandang berhasil setelah 32 tahun berada di

bawah otoriter," ujar Ganewati."Saya pikir ini juga terkait dengan perbedaan sosok dan sifat dua pasangan capres-cawapres kita," tambahnya. Menurut Ganewati, letak geografis Indonesia masih menjadi primadona untuk dunia internasional. Selain itu, kebijakan pemerintahan yang baru juga ditunggu oleh negara sahabat seperti Australia."Tentu selain ASEAN itu ada Australia dan negara-negara besar yang memperhatikan pelaksanaan pilpres kita. Karena posisi geografis Indonesia sangat menguntungkan untuk bargaining dan kita juga memiliki penduduk yang juga besar. Mereka melihat latar belakang capres dan policy dari salah satu capres terpilih," tutup Ganewati.

4.2.1.4 Analisis Artikel 4

Jakarta - Pasangan capres-cawapres nomor urut 1 Prabowo Hatta mengajukan gugatan terhadap KPU melalui MK. Pada kesempatan ini kuasa hukum Prabowo-Hatta Maqdir Ismail membacakan permohonan."Perkenankan pula kami mohon maaf jika kali ini berbeda sebagai perbaikan dari permohonan yang kami sampaikan pada 26 Juli 2014 lalu. Perbedaan itu terutama berkenaan dengan fakta. Meski demikian pokok permohonan tetap sama. Dengan kerendahan hati dapat kami bacakan semua, sehingga tak akan lagi timbul semua ilusi dan rangkaian cerita fiktif berdasarkan bukti yang diperoleh," ujar Maqdir di Gedung Mahkamah Konstitusi, Jl Medan Merdeka Barat, Jakarta Pusat, Rabu (6/8/2014).

4.2.1.5 Analisis Artikel 5

Yogyakarta,- Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Istimewa Yogyakarta secara resmi mengumumkan perolehan suara masing-masing capres-cawapres di wilayah DIY. Penetapan perolehan suara berlangsung dalam Rapat Pleno Terbuka Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 yang digelar di Hotel Royal Ambarukmo Yogyakarta, Jumat (18/7/2014). Dalam rekapitulasi tersebut, pasangan capres cawapres nomor urut 1 Prabowo Subianto-Hatta Rajasa memperoleh total 977.342 suara atau mencapai 44.19%. Sementara pasangan nomor urut 2 Joko Widodo (Jokowi)-Jusuf Kalla (JK) memperoleh 1.234.249 suara atau meraih 55.81%. Pasangan Jokowi-Jusuf Kalla unggul disemua Kabupaten/kota diseluruh DIY. Hasil rekapitulasi KPU tersebut, dapat diterima oleh semua saksi masing-masing capres. Kedua saksi pasangan capres cawapres menerima dan menandatangani berita acara rekapitulasi perolehan suara. Ketua KPU DIY, Hamdan Kurniawan mengatakan, pengguna hak pilih diseluruh DIY sebanyak 2.245.164 dan pemilih yang tidak menggunakan hak pilihnya sebanyak 566.980. Sementara untuk jumlah pemilih sebanyak 2.812.144. Tingkat partisipasi pemilih di DIY pada Pilpres kali ini mencapai 79,84%. Dan yang tidak menggunakan hak pilih mencapai 20,16%. "Tingkat partisipasi pemilih di Pilpres kali ini menurun jika dibanding pada Pileg lalu, yakni turun 0,2%. Di Pileg lalu partisipasi pemilih mencapai 80,02%. Namun jika dibanding dengan Pilpres 2009, partisipasi meningkat 4%," kata

Hamdan di Hotel Royal Ambarukmo Yogyakarta. Penyebab penurunan partisipasi pemilih di Pilpres dibanding Pileg tersebut, belum diketahui pasti. Namun ada kemungkinan, pemilih DPTB yang dimasukkan di Pilpres ini pulang dan tidak menggunakan hak pilihnya di DIY.

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tentang pembingkaiian berita yang dilakukan terhadap Detik.com dalam pemberitaan politik capres dan cawapres, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis pembingkaiian terlihat bahwa Detik.com lebih membentuk opini yang mendukung satu pihak, dengan penulisan berita yang tidak memperhatikan objektivitas dan membela kepentingan tertentu sehingga disadari rangkaian informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi pola pikir pembacanya, sementara pembingkaiian.
2. Detik.com telah melakukan sebuah Agenda setting. Hal tersebut terlihat dari beberapa acuan yang meliputi penempatan informasi, lamanya pemberitaan, isu yang sifatnya sedang hangat, sampai kepada tingkat kredibilitas media yang mengangkat isu tersebut. banyaknya frekuensi berita yang dimuat merupakan aspek yang paling menonjol dalam agenda setting yang dilakukan Detik.com.

Setelah dilakukan proses pengamatan melalui perangkat framing Robert N Entman dapat dilihat bahwa detik.com terlihat lebih selektif dalam pemilihan berita dan berusaha menonjolkan berita yang dipilih dengan pemakaian kata atau kalimat yang menarik serta menyembunyikan fakta-fakta sesuai realitas yang ada. Detik.com terlihat sering sekali melupakan aspek *cover both side*, didalam pemberitaan yang ditampilkan oleh Detik.com juga terdapat agenda tersendiri.

5.2 Saran-saran

Sesuai dengan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran saran sebagai berikut :

1. Media sebagai alat penyampaian pesan haruslah selalu menjaga objektivitas dalam menyampaikan pemberitaan dengan menampilkan berita sesuai dengan faktanya.
2. Detik.com sebagai portal berita *online* besar di Indonesia dapat dimengerti jika mengejar kecepatan penyampaian berita, namun portal berita *online* harus tetap memperhatikan realitas berita yang ada.
3. Dari hasil penelitian ini disarankan agar masyarakat lebih jeli dalam memaknai setiap informasi yang terkandung di dalam sebuah berita. 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.

Daftar pustaka

Sumber Buku :

- Ardianto, Elvianto, dkk. 2009. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Beran, J. Stanley. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Bugin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Carey, James W. 1989. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Winston.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Analisa Wacana dengan Analisis Teks Media*. Yogyakarta:LKIS.2001
- , 2012. *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu dan Universitas Mercu Buana.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta: Granit.
- Hiebert, Ray Eldon, Donald F. Ungurait, Thomas W. Bohn. 1975. *Mass Media: An Introduction to Mass Communication*. New York: David McKay Company.
- Littlejohn, Stephen W. 2004. *Theories of Human Communications* 8thed. New York: Wadsworth Publishing Company.
- Nimmo Dan. 2004 “*komunikasi politik*” , Bandung: Remaja rosdakarya offset.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.

Sumber Internet :

- “*pengertian media massa menurut para ahli*”. <http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 13 juli 2014.
- Kumpulan artikel news “*pengertian politik dari pakar ahli*”.<http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 13 juli 2014.
- Kumpulan artikel news “*pengertian facebook*”.
<http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 13 juli 2014.
- Kumpulan Artikel news “*berita-berita capres dan cawapres*”.
<http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 13 juli 2014.
- Kumpulan Artikel Detik.com “*Pemberitaan Politik Pemilihan Capres dan Cawapres Tahun 2014*”.
<http://www.Detik.com>. Diakses tanggal 15 juli 2014.

Kumpulan artikel news “*pengertian berita dari pakar ahli*”.<http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 17 juli 2014.

Kumpulan artikel news “pengertian analisis framing”.
<http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 20 juli 2014.

Kumpulan Artikel news “berita-berita capres dan cawapres diakun detik.com”.
<http://www.E-jurnal.com>. Diakses tanggal 25 juli 2014.