

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lingkungan sosial, komunikasi menjadi peranan penting untuk memberikan pesan, gagasan, ide agar terciptanya suatu komunikasi yang efektif. Jika biasanya komunikasi dilakukan secara langsung, kini komunikasi dapat dilakukan melalui media. Dewasa ini, komunikasi juga tidak terlepas dari bantuan teknologi yang semakin berkembang dengan adanya peluncuran gadget yang semakin banyak, serta maraknya masyarakat yang menggunakan gawai di era sekarang. Melalui penggunaan gadget inilah, membuat masyarakat menginginkan sebuah perubahan dalam menerima informasi secara cepat dan mudah.

Tidak hanya pada segi produksi teknologi, perkembangan teknologi memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media massa yaitu, dengan adanya media konvensional hingga lahirnya media baru. Pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka, kini menuju media yang berlimpah dan menyebabkan kemunculan media secara masal membuat khalayak diberikan pilihan untuk mengkonsumsi informasi melalui jenis medianya mulai dari cetak, audio, visual, audio-visual, hingga *online*.

Berangkat dari kebutuhan masyarakat yang haus akan informasi, membuat media *online* hadir sebagai jawaban dari kebutuhan masyarakat. Media *online* juga mengubah karakter media lama. Jika biasanya sebuah media hanya memberikan informasi tanpa melibatkan khalayak, kini media *online* menjadi media interaktif (adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*). Dalam hal ini, khalayak tidak sekadar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran pesan tersebut. Tetapi, khalayak menjadi individu yang aktif dan bebas menentukan informasi yang akan mereka terima.

Lahirnya media *online* tentu saja membuat perkembangan pada jurnalistik, yaitu dengan adanya jurnalisme *online*. Romli (2013:64) mendefinisikan jurnalisme *online* sebagai proses penyampaian informasi dengan menggunakan media atau saluran komunikasi berbasis telekomunikasi dan multimedia. Pada definisi tersebut, penyebaran karya jurnalistik melalui media *online* ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sebuah informasi secara aktual.

Banyaknya kelebihan yang dimiliki oleh media *online* juga, membuat maraknya media *online* di Indonesia. Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo mengatakan jumlah media daring mencapai 43.400. Sedangkan pada tahun 2019, jumlah media daring Indonesia telah mencapai angka 47.000. Data tersebut diungkapkan oleh ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jawa Barat, Hilman Hidayat pada 4 April lalu dalam pemberitaan situs web Asosiasi Media Siber Indonesia. (*Idntimes.com*, 8 Februari 2018 dan *amsi.or.id*, 6 April 2019).

Meski dikatakan sebagai jurnalisme *online*, penulisan fakta yang ditulis oleh seorang jurnalis tetap mengacu pada kaidah-kaidah jurnalistik yang berlaku. Hal ini masuk ke dalam penulisan berita yang ditetapkan oleh Dewan Pers, dan tertulis dalam Surat Keputusan Dewan

Pers Nomor: 3/SK-DP/III/2006 Tentang Kode Etik Jurnalistik. Berita yang disajikan ini haruslah memenuhi unsur-unsur kelayakan berita seperti akurat, lengkap, adil dan berimbang, objektif, ringkas, serta jelas dan hangat. Namun demikian, media tidak serta merta mempublikasikan berita tanpa menyelipkan makna dan pesan tertentu dalam sebuah peristiwa. Seperti yang terjadi baru-baru ini yaitu, Debat Calon Wakil Presiden (Cawapres) AS yang disaksikan oleh berbagai negara, termasuk Indonesia.

Debat yang diselenggarakan pada Tanggal 07 Oktober 2020 pukul 21:00 waktu setempat, berhasil merebut perhatian jutaan mata warga Amerika Serikat dan mata dunia. Dalam hal ini, beberapa media di Indonesia pun turut menyoroti perdebatan Cawapres AS itu seperti, *Kompas.com*, *Detik.com* dan juga *Kumparan.com*. Pemberitaan debat Cawapres AS ini juga menjadi headline pada Antvklik.com dan Headline News pada salah satu pemberitaan Metro Tv. Debat Cawapres AS yang dilakukan dengan mematuhi protokol kesehatan ini membahas banyak hal, namun hal dominan yang dibahas pada debat tersebut mengenai virus Corona yang semakin menyebar luas di Negeri Paman Sam tersebut.

Debat yang dilakukan oleh kubu petahana Mike Pence dan Cawapres dari Partai Demokrat Kamala Harris menjadi debat Cawapres yang paling disorot. Hal ini tidak terlepas dari fakta bahwa Kamala Harris menjadi perempuan berkulit hitam pertama yang menjadi Cawapres di Amerika Serikat. Menurut Nielsen, salah satu perusahaan yang bergerak di bidang informasi global dan berfokus kepada penelitian dan riset mengungkapkan, bahwa debat Cawapres AS kali ini menjadi debat Cawapres yang paling banyak ditonton setelah 4 tahun. Diketahui debat Wakil Presiden AS ditonton sebanyak 57,9 juta pemirsa di televisi di Amerika, dan pada saat debat masing-masing Cawapres AS menjadi trending di Twitter hingga mencapai jutaan tweet. (*antaranews.com*, 9 Oktober 2020).

Dalam debat tersebut, topik yang dibahas mengacu pada virus Corona yang semakin menyebar luas di Amerika Serikat. Diketahui bahwa *Kompas.com* memberitakan sebanyak 16 berita dalam dua hari (8-9 Oktober 2020), media tersebut memberitakan bagaimana kegagalan Trump yang tidak mampu menangani Virus Corona yang tersebar di Amerika Serikat. Pengemasan berita dalam *Kompas.com* cenderung memojokan Trump dengan mengkonstruksikan suatu isu, hal itu terlihat dari menekankan makna dengan pemakaian tanda kutip dalam berita yang mereka publish. Salah satu pemberitaan yang paling terlihat bahwa *Kompas.com* memihak pada Kamala Harris adalah pada salah judul beritanya yang demikian, "Beban Berat Mike Pence, Pilar Penopang Olengnya Pemerintahan Trump". Dalam pemberitaan tersebut, *Kompas.com* terang-terangan menyinggung Mike Pence, hingga mengungkapkan kehidupan pribadi Trump yang menikah sebanyak tiga kali.

Detik.com juga memberitakan debat Cawapres AS tersebut sebanyak 14 pemberitaan ditanggal yang sama (8-9 Oktober 2020) dengan mengemas berita tentang Cawapres Mike Pence, sebagai Wakil Presiden yang setia dengan Trump meski pemerintahan Trump dinilai gagal. *Detik.com* juga menggunakan kata seperti "pembela" sebagai gambaran bahwa Pence adalah orang yang setia pada Trump. Tidak hanya itu, *Detik.com* dengan terang-terangan menuding Pence dengan menggunakan kalimat pada salah satu pemberitaannya seperti "Kalimat Pence yang menyindir Biden itu tampak terpotong, yang mengisyaratkan bahwa dia berniat melontarkan serangan secara pribadi, bahkan saat menjawab pertanyaan soal kebijakan

dan pemerintahan”, pernyataan dari seorang penulis ini cukup menggambarkan bahwa mereka menyusun kalimat bermakna, sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta hendak disusun.

Selain kedua media tersebut, *Kumparan.com* juga memberitakan sebanyak 11 berita mengenai debat Cawapres AS tersebut. *Kumparan.com* tetap menyorot pada isu-isu yang dibahas dan menjabarkan bagaimana kedua kubu mulai saling berperang argumen. Dalam pemberitaan *Kumparan.com*, cenderung objektif karena *Kumparan.com* mengemas pemberitaan debat Cawapres AS dengan susunan kalimat, penggunaan kata dan penjelasan yang tidak menitikberatkan pada pihak siapapun. Bahkan pada hari yang sama (8 Oktober 2020) *Kumparan.com* memilih untuk menyoroti profil sang moderator dalam Debat Cawapres tersebut dengan judul “Profil Susan Page, Moderator Debat yang Minta Cawapres AS Berprilaku Sopan”. Hal ini berbeda dengan pemberitaan pada *Kompas.com* yang mempublikasikan pemberitaannya mengenai profil Kamala Harris dengan judul “Profil Kamala Harris, Wanita Blasteran India yang Jadi Sorotan di debat Cawapres AS”.

Berdasarkan contoh-contoh pemberitaan yang dipublikasikan oleh *Kompas.com*, *Detik.com*, dan *Kumparan.com* pada pemberitaan debat Cawapres AS, dapat diketahui bahwa masing-masing media memiliki sudut pandang dalam pengemasan berita sesuai dengan ideologi media itu sendiri. Dalam ilmu komunikasi, pengemasan berita tersebut disebut juga dengan pembingkai atau framing.

Menurut Eriyanto (2002: 11), analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Dalam analisis framing, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing terutama melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media.

Dalam pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran bebas, tapi ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan yang bias dan pemihakannya. Dalam pandangan semacam ini, berita yang kita baca tidak serta merta menggambarkan realitas, melainkan konstruksi media itu sendiri. Itulah sebabnya, saat kita membaca sebuah berita isinya bergantung dari bagaimana si penulis dalam mengemas sebuah peristiwa, dan bagaimana cara penulis memandang sebuah peristiwa tersebut. Sehingga dapat menghasilkan fakta-fakta yang berbeda ketika berita dilihat dan dipahami.

Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana cara ketiga media tersebut membingkai sebuah kejadian dan menonjolkan fakta pada debat Cawapres AS tersebut dengan metode analisis framing. Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.

Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki melihat framing sebagai setiap berita memiliki frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan, sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Elemen yang menandakan pemahaman

seseorang mempunyai bentuk yang terstruktur dalam bentuk aturan atau konvensi penulisan sehingga ia dapat menjadi “jendela” melalui makna yang tersirat dari berita menjadi terlihat. Dalam pendekatan ini perangkat framing yang digunakan terbagi menjadi empat struktur besar yaitu, struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. (Eriyanto 2002: 293-294).

Dari pengertian framing menurut Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki tersebut, maka penulis ingin mengetahui bagaimana *Kompas.com*, *Detik.com*, dan *Kumparan.com* memahami suatu peristiwa, dan bagaimana cara wartawan menyusun suatu peristiwa ke dalam bentuk umum berita, serta penggunaan kalimat yang dipakai agar strategi wacana itu dapat meyakinkan khalayak bahwa pemberitaan yang dipublikasikan adalah sebuah kebenaran.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memberi judul “ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN DEBAT CAWAPRES AS PADA PORTAL KOMPAS.COM, DETIK.COM, DAN KUMPARAN.COM PERIODE 8 -9 OKTOBER 2020”

1.2 Rumusan Masalah

Kemudian untuk memperjelas masalah yang akan dibahas maka peneliti merumuskan masalah, yaitu “Bagaimana Framing Berita Mengenai Debat Cawapres AS di Media Kompas.com, Detik.com, Kumparan.com?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui framing pemberitaan atau pengemasan pemberitaan pada portal Kompas.com, Detik.com, dan Kumparan.com terhadap Debat Cawapres AS.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat di hari-hari selanjutnya, baik bagi penulis maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Berikut manfaat yang ada dalam penelitian ini:

1.4.1 Secara Teoritis

Memahami penerapan komunikasi massa dengan penelitian metode analisis framing pada media massa, khususnya model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki

1.4.2 Secara Praktis

Mendapat pemahaman langsung kajian framing dalam media massa, yang mengontruksi berita melalui pendekatan framing atau pembingkaihan dan tolak ukur agar mampu menyajikan berita yang berimbang.