

**KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA *ONLINE* DALAM MENYOROTI
PILPRES 2019**

**(Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Pilpres 2019 Putaran Pertama dan
Kelima pada *Republika.co.id* dan *Tempo.co*)**

SKRIPSI

***Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (SI)***



Oleh:

EKA NOVITA SARI

14058033/2014

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA *ONLINE* DALAM MENYOROTI
PILPRES 2019
(ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN DEBAT PILPRES 2019
PUTARAN PERTAMA DAN KELIMA PADA *REPUBLIKA.CO.ID* DAN
***TEMPO.CO*)**

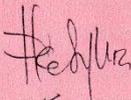
Nama : Eka Novita Sari
BP/NIM : 2014/14058033
Jurusan : Sosiologi
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, September 2019

Mengetahui,
Dekan FIS UNP


Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum
NIP. 19610218 198403 2 001

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing


Ike Sylvia, S.IP., M.Si
NIP. 19770608 200501 2 002

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

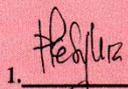
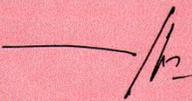
Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

**KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA *ONLINE* DALAM MENYOROTI
PILPRES 2019**

(ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN DEBAT PILPRES 2019
PUTARAN PERTAMA DAN KELIMA PADA *REPUBLIKA.CO.ID* DAN
TEMPO.CO)

Nama : Eka Novita Sari
BP/NIM : 2014/14058033
Jurusan : Sosiologi
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, September 2019

TIM PENGUJI	NAMA	TANDA TANGAN
1. Ketua	: Ike Sylvia, S.IP., M.Si	1. 
2. Anggota	: Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si	2. 
3. Anggota	: Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si	3. 

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Novita Sari
BP/NIM : 2014/14058033
Jurusan : Sosiologi
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial
Program : Sarjana (S1)

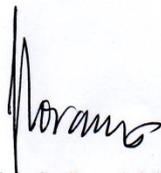
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Konstruksi Sosial Media Online Dalam Menyoroti Pilpres 2019 (Analisis Framing Pemberitaan Debat Pilpres 2019 Putaran Pertama dan Kelima Pada Republika.co.id dan Tempo.co)*" adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat dari karya orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila suatu saat saya terbukti melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukuman sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, September 2019

Diketahui Oleh,
Ketua Jurusan Sosiologi

Saya yang Menyatakan



Nora Susilawati, S.Sos., M.Si
NIP. 19730809 199802 2 001



Eka Novita Sari
NIM/BP. 14058033/2014

ABSTRAK

Eka Novita Sari. (14058033/2014). Konstruksi Sosial Media *Online* Dalam Menyoroti Pilpres 2019 (Analisa *Framing* Pemberitaan Debat Pilpres 2019 Putaran Pertama dan Kelima Pada *republika.co.id* dan *tempo.co*). Skripsi: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang 2019.

Media massa memiliki peran sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Informasi yang dimuat oleh media massa dalam bentuk teks berita, biasanya, dalam proses produksinya terikat dengan faktor-faktor tertentu, seperti kaidah-kaidah jurnalistik, ideologi media, kepemilikan media bahkan kepentingan politik. Sikap media kemudian mengakibatkan realitas yang diwartakan bukanlah nyata melainkan berita adalah bangunan konstruksi pemikiran media dan wartawan untuk kemudian dihantarkan pada khalayak. Konstruksi tersebut adalah usaha media untuk menarik atensi pembaca serta mempengaruhi pembaca agar ketika memaknai suatu realitas, makna tersebut serupa dengan makna yang dibentuk dan diharapkan oleh media. Bertolak dari hal tersebut, penelitian ini mencoba mengetahui bagaimana debat Pilpres sebagai salah satu agenda Pilpres 2019 dikonstruksi oleh media *republika.co.id* dan *tempo.co* melalui teks-teks berita yang diproduksi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif. Metode analisis yang digunakan analisis *framing* dari Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki yang memiliki empat perangkat *framing* yang terdiri dari, Sintaksis, Skrip, Tematik dan Retoris.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan: 1) Dari segi objek *framing*, pada berita debat pertama baik *republika.co.id* dan *tempo.co*, dalam teks beritanya membentuk *framing* berlandaskan moral dan ideologi media itu sendiri yakni visi misi media. Kedua media tersebut sama-sama membawa sebuah ide dan isu besar dalam setiap pemberitaannya, hal ini kemudian teraplikasi dalam teks-teks berita yang *linear* dengan ide luhur media. *Republika.co.id* secara konsisten membawa isu-isu yang kerap disinggung dengan Islam yang seperti masalah terorisme, dalam teks beritanya *republika.co.id* menggunakan unsur *framing* untuk mematahkan asumsi tersebut. Hal ini sesuai dengan ide besar media yang tertera dan visi-misi *Republika*. *Tempo.co* sebagai media dengan citra nasionalis dan humanis, membuat *tempo.co* cenderung menyerukan isu-isu sosial seperti HAM dalam teks-teks beritanya, hal ini sesuai dengan visi-misinya. Pada berita kelima, objek *framing* lebih mengarah pada ketokohan salah satu Paslon. 2) Berkaitan dengan sikap politik media, penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media tersebut tidak begitu leluasa untuk memperlihatkannya. Namun, meskipun tidak begitu jelas, tapi sikap politik tersebut tetap bisa ditemukan pada berita debat kelima.

Kata Kunci: Konstruksi Sosial, *Framing*, debat Pilpres, *republika.co.id*, *tempo.co*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur tercurah atas kehadiran Allah SWT untuk setiap petunjuk, rahmat, anugerah, hidayah-Nya dan keridhoan-Nya sehingga terselesaikannya penulisan skripsi yang berjudul ***“Konstruksi Sosial Media Online dalam Menyoroti Pilpres 2019 (Analisa Framing Pemberitaan Debat Pilpres 2019 Putaran Pertama dan Kelima Pada Republika.co.id dan Tempo.co)”***. Penulisan skripsi ini merupakan upaya penulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Sosiologi, Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini, keberhasilan bukan semata-mata diraih oleh penulis, melainkan diperoleh berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang berjasa dalam terselesaikannya karya tulis ini. Penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ike Sylvia, S.IP.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus pembimbing akademik, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabaran telah membimbing dan memotivasi penulis

sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Selanjutnya, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua terkasih serta Uda dan Uni yang telah memberikan dukungan berupa do'a, moril dan materil kepada penulis selama proses perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Ibu Dekan Fakultas Ilmu Sosial beserta staf dan karyawan yang telah memberikan kemudahan dalam administrasinya.
3. Ibu Nora Susilawati, S.Sos.,M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi dan Ibu Ike Sylvia, S.IP.,M.Si selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini
4. Bapak Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si, Bapak AB Sarca Putera, S.Ikom., M.A, Ibu Dr. Desy Mardhiah, S. Thi., S.Sos., M.Si dan Ibu Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan bantuan berupa kritik, saran maupun tambahan berkaitan dengan penulisan skripsi ini.
5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga selesai.
6. Segenap staf administrasi jurusan Sosiologi dan karyawan, Kak Wezi Restu A., Kak Fifin Fransiska dan Bang Rhavy Ferdian yang telah sabar dalam menghadapi keluhan mahasiswa/i, membantu dengan sungguh dan banyak memberi kemudahan dalam mengurus segala administrasi jurusan.

7. Semua pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini.
8. Spesial, kepada sahabat-sahabat terhebat, Magfirah Rhamadani, Dian Fauziah dan Diah Saputri yang tidak pernah lupa dalam mendo'akan, menyamangati dengan sabar, dan menghibur hingga rasa bosan dengan rutinitas menjadi lipur. Tidak lupa kepada seluruh teman-teman dan rekan-rekan sosiologi angkatan 2014 yang tiada lelah memotivasi, menyemangati dan ikut memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terakhir, Skripsi ini peneliti persembahkan juga untuk pihak-pihak yang selalu bertanya "*kapan skripsimu selesai?*" dan "*kok belum lulus sih?*". Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan dan aib. Sungguh dangkal pemikiran yang menyatakan keberhasilan seseorang hanya diukur berdasarkan cepat atau lambat lulus kuliah. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai baik tepat waktu ataupun tidak dan bukankah skripsi yang baik adalah skripsi yang mampu menjelaskan bahwa masa perkuliahanmu yang sekian tahun itu tidak terbuang sia-sia. Kalaulah perkataanmu tidak bisa menyemangati orang lain, cukup diam saja, daripada perkataanmu malah menyulut rasa rendah diri orang lain, kamu tidak tahu hal besar apa yang dilaluinya untuk sampai pada tahap ini.

Semoga untuk setiap bantuan, bimbingan dan petunjuk yang diberikan oleh Bapak/Ibu dan rekan-rekan berikan menjadi catatan amalan baik yang

berbalas pahala berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna, masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Padang, Agustus 2019

Eka Novita Sari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Teoritis	9
a. Paradigma Konstruktivisme.....	9
b. Konstruksi Sosial dan Media	11
c. Analisis Framing.....	15
d. Analisis Framing Pan dan Kosicki.....	20
F. Penjelasan Konsep	29
G. Studi Relevan	32
H. Metode Penelitian.....	33
1. Lokasi Penelitian.....	33
2. Pendekatan dan Tipe Penelitian	33
3. Teknik Pengumpulan Data.....	34
4. Triangulasi Data.....	35
5. Teknik Analisis Data.....	36
 BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
A. Profil Republika	39

1. Sejarah Republika.co.id.....	39
2. Visi dan Misi Republika.....	40
3. Struktur Redaksi.....	40
4. Logo HOME Republika	42
B. Profil Tempo.co	43
1. Sejarah Tempo.co.....	43
2. Visi dan Misi Tempo.co	44
3. Struktur Redaksi.....	45
4. Logo HOME tempo.co.....	47
C. Alasan Pemilihan Media	48
D. Profil Pembaca ROL	50
E. Profil Pembaca Tempo.co	52
F. Berita-berita Republika.co.id dan Tempo.co	53

BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA

A. TEMUAN DATA	62
1. Analisis Berita Debat Pertama (Dilematika Media: Antara Kontestasi Politik dan Moral Media).....	62
a. Framing Republika.co.id (Moral Media: Konsistensi Terhadap Visi dan Misi Media).....	67
b. Framing Tempo.co (Moral Media: Konsistensi Terhadap Visi dan Misi Media).....	75
2. Analisis Berita Debat Pertama (Dilematika Media: Antara Kontestasi Politik dan Moral Media)	80
a. Framing Republika.co.id (Titik Temu Kontestasi Politik dan Moral Media).....	88
b. Framing Tempo.co (Titik Temu Kontestasi Politik dan Moral Media).....	94
3. Analisis Berita Debat Kelima (Media dalam Kontestasi Politik) ..	100
a. Framing Republika.co.id (Media, Keberpihakan Politik dan Korporasi Media)	109

b. Framing Tempo.co (Media, Keberpihakan Politik dan Korporasi Media)	112
B. PEMBAHASAN	116
1) Objek Framing Berita Utama	116
2) Sikap Politik Media	118
C. PEMBUKTIAN TEORITIS	118
BAB IV PENUTUP	
A. KESIMPULAN	124
B. SARAN	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Debat Pilpres 2019	3
Tabel 2. Perangkat Analisis <i>Framing</i> Pan dan Kosicki	28
Tabel 3. Berita-berita Debat Pilpres 2019 pada <i>republika.co.id</i> dan <i>tempo.co</i>	36
Tabel 4. Perangkat Analisa <i>Framing</i> Pan dan Kosicki	37
Tabel 5. Struktur Radaksi <i>Republika.co.id</i>	40
Tabel 6. Struktur Radaksi <i>Tempo.co</i>	45
Tabel 7. Berita debat Pilpres 2019	61
Tabel 8. Uraian Teks Berita Pertama dan Perbedaan Posisi <i>Framing</i>	62
Tabel 9. Kesimpulan <i>Framing</i> <i>Republika.co.id</i>	74
Tabel 10. Kesimpulan <i>Framing</i> <i>tempo.co</i>	80
Tabel 11. Uraian Teks Berita Kedua dan Perbedaan Posisi <i>Framing</i>	80
Tabel 12. Kesimpulan <i>Framing</i> <i>Republika.co.id</i>	94
Tabel 13. Kesimpulan <i>Framing</i> <i>tempo.co</i>	100
Tabel 14. Uraian Teks Berita Ketiga dan Perbedaan Posisi <i>Framing</i>	101
Tabel 15. Kesimpulan <i>Framing</i> <i>Republika.co.id</i>	112
Tabel 16. Kesimpulan <i>Framing</i> <i>tempo.co</i>	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo HOME Republika	42
Gambar 2. Logo HOME Republika.co.id	42
Gambar 3. Logo HOME Tempo	47
Gambar 4. Logo HOME Tempo.co.....	47
Gambar 5. Profil Pembaca Republika.....	50
Gambar 6. Profil Pembaca ROL Berdasarkan Alat Akes dan Pengambilan Keputusan	50
Gambar 7. Profil Pembaca ROL Berdasarkan Gender dan Umur	51
Gambar 8. Profil Pembaca ROL Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan	51
Gambar 9. Profil Pembaca ROL Berdasarkan SES.	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peristiwa politik selalu menarik perhatian media massa untuk dijadikan sebagai bahan liputan, hal ini terjadi karena dua faktor yang saling berkaitan. *Pertama*, hampir mustahil kehidupan politik dipisahkan dari media massa. *Kedua*, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita (Hamad, 2004). Pada praktiknya media hampir menjadikan hampir seluruh peristiwa yang dirasa memiliki unsur politik menjadi sumber berita, mulai dari yang peristiwa bersifat biasa seperti pertemuan rutin ketua partai politik dan anggotanya, kehidupan pribadi tokoh politik sampai yang bernilai berita tinggi seperti pembubaran parlemen dan pergantian presiden.

Media dalam memberitakan peristiwa politik cenderung lebih rumit, daripada meliput bidang kehidupan lainnya. Terdapat pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh media sebelum memberitakan peristiwa politik, seperti, harus mampu menggiring opini publik dan berunsur kapitalis (Hamad, 2004). Pada dasarnya setiap berita memiliki cara tersendiri untuk menarik atensi dan mempengaruhi pembaca, seperti menambahkan kesan emosional tertentu atau ditulis secara dramatis. Namun pada berita politik, berita yang diterbitkan selain harus menarik perhatian publik untuk membaca juga harus menggiring opini publik kearah tersebut.

Opini publik diharapkan sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak media, wartawan bahkan tokoh atau lembaga politik yang memiliki hubungan media. Unsur kapitalis merupakan langkah media dalam menambah pendapatannya dengan cara memproduksi dan menyebarkan berita dalam jumlah banyak. Karena tujuan ini, seringkali media melupakan bahwa dalam memberitakan peristiwa ada aspek-aspek tertentu yang harus dipenuhi media, seperti berita harus memuat unsur berita harus bernilai penting atau *significant*, artinya berita harus menyangkut kehidupan banyak orang dan berdampak pada kelangsungan kehidupan masyarakat bukan untuk kepentingan pribadi atau kelompok.

Tujuan kapitalis pada media, menjadikan media berlomba-lomba dalam membuat, memuat dan menyebarkan berita dalam jumlah yang banyak, sekalipun berita tersebut tidak layak untuk disajikan seperti tidak memiliki nilai demokrasi, kemanusiaan, edukasi atau hanya berisi kata-kata provokasi (Subiakto & Ida, 2012). Dalam memberitakan peristiwa politik, dua pertimbangan tersebut yang bisa diamati dengan mudah terutama saat pemilu dan tahun-tahun politik, saat warga negara dan perusahaan media menunjukkan orientasi dan keberpihakan politiknya.

Informasi yang disebarkan media, termasuk informasi yang berkaitan dengan politik, pada dasarnya bukanlah cerminan realitas atau sesuatu yang nyata, melainkan berita yang disajikan adalah hasil *filter* dan seleksi peristiwa yang dilakukan oleh wartawan dan media (Eriyanto, 2002). Hal ini berkaitan erat dengan dua pertimbangan penyajian berita seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya.

Media senantiasa memilih isu, konten berita, informasi, kemudian menekankan isu dari realitas yang diperoleh tersebut dan kemudian diserasikan dengan ideologi dan standar pengelola media dan hubungan politik. Media pada akhirnya hanya menyajikan berita yang layak diketahui dan diharapkan memperoleh perhatian. Dalam studi komunikasi kondisi yang dialami oleh media ini disebut *Framing*.

Sebagai peristiwa politik terbesar dan terpenting yang akan terjadi di Indonesia sepanjang tahun 2018-2019, maka wajar kiranya pemberitaan dengan tema Pilpres adalah “wajah” pemberitaan media massa setiap harinya. Salah satu berita dengan tema Pilpres 2019 yang diberitakan oleh media adalah kegiatan Debat Pilpres 2019. Dilansir dari detik.com, KPU akan menyelenggarakan debat Pilpres 2019 sebanyak lima kali, dengan rincian (detik.com, 2011):

Tabel 1

Jadwal Debat Pilpres 2019

Putaran Debat	Keterangan			
	Tema	Tanggal	Tempat	TV yang Menyiarkan
Debat Pertama (Capres Dan Cawapres)	Hukum, HAM, Korupsi Dan Terorisme	17 Januari 2019	Hotel Bidakarta	TVRI, RRI, Kompas TV, dan RTV
Debat Kedua (Capres)	Energi Dan Pangan, SDA Dan Lingkungan Hidup	17 Februari 2019	Hotel Sultan	RCTI, GTV, MNC TV, iNews TV
Debat Ketiga (Cawapres)	Pendidikan, Kesehatan, Ketenagakerjaan Serta Sosial Dan Kebudayaan	17 Maret 2019	Hotel Sultan	Trans TV, Trans 7, CNN Indonesia
Debat Keempat (Capres)	Ideologi, Pemerintahan, Pertahanan Dan	30 Maret 2019	Hotel Shangrai La	Metro TV, SCTV dan Indosiar

	Kemanaan Serta Hubungan Internasional			
Debat Kelima (Capres Dan Cawapres)	Ekonomi Dan Kesejahteraan Sosial, Keuangan Dan Investasi Serta Perdagangan Dan Industri	13 April 2019	Hotel Sultan	TV One, ANTV, Berisatu TV dan NET TV

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui beberapa media Televisi yang menyiarkan Debat Pilpres 2019 secara langsung atau *live*. Meski demikian, disadari dikarenakan beberapa hal tertentu seperti, jadwal kerja; jadwal istirahat; atau barangkali kesulitan dalam mengakses, menyebabkan tidak semua masyarakat bisa menyaksikan Debat Pilpres 2019 secara langsung melalui siaran TV. Maka, pilihan masyarakat untuk mengikuti berita mengenai Debat Pilpres 2019 adalah *via* media lain yang turut serta mengambil peran dalam memberitakan selain Televisi. Media-media tersebut bisa berupa media yang bersifat konvensional seperti Koran, Radio, Tabloid dan Majalah, hingga media jenis terbaru yang menggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya atau dikenal dengan media *online*.

Hadir ditengah-tengah era globalisasi dan sistem komunikasi yang berkembang dengan cepat menjadikan media berbasis *online* mendapatkan tempat ditengah masyarakat. Dilatar belakangi sifat media *online* yang mudah diakses dan dilacak, tidak terbatasnya jangkauan pembaca, serta memiliki fungsi dokumentasi yang berarti informasi atau peristiwa yang diberitakan dapat disimpan dan diakses kembali meski berita tersebut telah lama terjadi, menjadikan media *online* berkembang pesat di Indonesia. Hal itu sekaligus

menjadikan media *online* dalam bentuk yang lebih spesifik jurnalistik *online* adalah pilihan yang tepat bagi masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai suatu peristiwa namun terkendala untuk menyaksikan secara langsung.

Linear dengan penjelasan paragraf-paragraf sebelumnya, meskipun hadir dalam bentuk jurnalisme dengan wajah baru dan terbilang “muda” jurnalistik *online* mengambil peran yang cukup besar dalam meramaikan pemberitaan dengan tema Pilpres 2019. Dua diantara banyaknya jurnalistik *online* di Indonesia yang turut memberitakan peristiwa berkaitan dengan Pilpres 2019 adalah *republika.co.id* dan *tempo.co*. Tahun 2019, dilansir dari *www.alexacom*, situs yang menyediakan *web traffic* atau situs yang mengitung data kebiasaan berselancar seseorang di internet berdasarkan kategori tertentu, terdapat 50 situs yang paling sering dikunjungi di Indonesia, salah satunya ditempati oleh *tempo.co* dengan kategori “*in depth and most trusted news portal in Indonesia*” atau situs berita yang paling dipercaya di Indonesia (Alexa.com, 1996).

Republika.co.id sendiri mendapat ranking pertama dalam kategori “*referral sites*” atau situs yang paling sering dicari dengan jumlah tagar pencarian 13.9 K dan *tempo.co* diposisi ketiga dengan tagar pencarian 11.4 K. Masih dari situs pencarian yang sama, dalam kategori persentase situs yang paling sering diakses dari setiap jenis media *republika.co.id* berada diperingkat satu dengan persentase 59.3% dan *tempo.co* diurutan kedua dengan persentase 54.8% (Alexa.com, 1996).

Penjelasan pada paragraf di atas, sekiranya merupakan salah satu alasan peneliti memilih *republika.co.id* dan *tempo.co* sebagai subyek pada penelitian ini dibandingkan media lain. Selain itu, faktor korporasi media atau fenomena dimana media banyak dimiliki oleh tokoh politik yang kemudian berakibatkan berita yang ditayangkan dibuat demi kepentingan pemilik media tersebut, juga menjadi pertimbangan peneliti. Alasan ini berdasar pada *republika.co.id* merupakan milik dari Erick Tohir selaku Komisaris Utama dari Mahaka Grup sekaligus menjadi tokoh politik yang ramai diperbincangkan sepanjang tahun 2018-2019 karena tergabung dalam pusran bursa Pilpres 2019 (MahakaMedia, 1992). Penelitian ini nantinya akan berusaha melihat apakah faktor korporasi media dan afiliasi politik ini berpengaruh terhadap berita yang dihasilkan.

Mengacu pada penjelasan pada paragraf-paragraf sebelumnya tentang berita-berita yang dimuat lalu disebarakan oleh media tidaklah objektif dan tidak rill, apalagi jika media tersebut memiliki *afiliasi* dengan tokoh politik tertentu, tentu saja berita adalah hasil cipta manusia atau hasil konstruksi yang sarat akan kepentingan dan tujuan tertentu. Pada dasarnya berita pada setiap media adalah konstruksi realitas yang diciptakan melalui *framing*, untuk kemudian hal itu bertujuan menggiring opini publik guna menghasilkan konstruksi realitas baru dalam menyikapi suatu realitas.

Berkaitan dengan hal tersebut perlakuan media yang serupa tentu juga dialami berita-berita tentang Debat Pilpres 2019 yang dimuat oleh *republika.co.id* dan *tempo.co*, mengingat kedua media ini adalah media yang sering diakses dan mendapatkan predikat terpercaya berdasarkan hasil survey.

Sejalan dengan penjelasan pada paragraf-paragraf di atas, penelitian ini merupakan upaya penulis untuk melihat perlakuan media atau *framing* yang dibentuk oleh media *republika.co.id* dan *tempo.co* tentang Debat Pilpres 2019. Peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana *republika.co.id* dan *tempo.co* memframing berita seputar debat Pilpres 2019 terkhusus debat putaran pertama dan kelima.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Penelitian yang akan dilakukan ini difokuskan pada konstruksi realitas-realitas sosial yang dibentuk (*di-framing*) oleh koran *republika.co.id* dan *tempo.co* dalam memberitakan debat Pilpres 2019. Pengambilan berita akan peneliti batasi, yakni hanya berita yang berkaitan dengan debat Pilpres 2019 putaran pertama dan kelima. Adapun alasan peneliti membatasi obyek penelitian ini atas dasar dan pertimbangan. *Pertama*, debat pertama dan kelima merupakan debat yang melibatkan kedua paslon capres dan cawapres, bukan salah satu pihak saja. *Kedua*, pemilihan tema Pilpres 2019 terkhusus debat putaran pertama dan kelima tersebut merupakan upaya peneliti agar lebih mudah memfokuskan tema penelitian, sehingga saat mencari dan mengumpulkan berita peneliti akan lebih mudah.

Media, dalam memberitakan sebuah realitas terikat dengan pandangan, ideologi, nilai-nilai media dan wartawan. Secara sederhana fakta tersebut berdampak terhadap berita yang dihasilkan, yakni berita tidak lagi rill atau cerminan ralitas melainkan berita ada realitas baru yang diciptakan atau

dikonstruksi oleh wartawan dan media. Akibatnya adalah media yang berbeda akan menghasilkan berita yang berbeda pula meskipun yang dijadikan berita adalah realitas yang sama. Kondisi tersebut dalam studi komunikasi disebut *framing* atau pembedaan. Pada penelitian ini pembedaan realitas dalam media tersebut akan dianalisis melalui analisis *framing* sehingga bisa diketahui bagaimana bentuk *framing* dan dengan cara apa *framing* tersebut dibentuk, selain itu, melalui analisis *framing* juga dapat diketahui, konstruksi sosial seperti apa yang berusaha dibangun media melalui pemberitaannya.

Bertolak dari permasalahan tersebut, maka yang menjadi pertanyaan pokok dalam penelitian ini adalah: *Bagaimana media republika.co.id dan tempo.co memframing berita debat Pilpres 2019 putaran pertama dan kelima?*

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bingkai berita debat Pilpres putaran pertama dan kelima di media *republika.co.id* dan *tempo.co*.

D. Manfaat Penelitian

Secara prinsip ada dua manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Teoritis: penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi ilmiah pada kajian ilmu Sosiologi komunikasi tentang *framing* dan konstruksi sosial media massa. Kajian yang berkaitan dengan *framing* pada media

massa memang sudah beragam. Namun riset mengenai *framing* yang dikhususkan pada berita *online* tentang debat Pilpres sejauh ini belum ada peneliti temukan. Oleh karena itu, selain berkontribusi secara ilmiah, penelitian ini diharapkan bisa menyediakan referensi tentang studi Sosiologi komunikasi, mengenai *framing*, media *online* dan konstruksi realitas sosial media terhadap kondisi politik terkini.

2. Praktis: menjadi bahan rujukan dan informasi untuk studi penelitian relevan mengenai *framing* media massa terhadap suatu peristiwa politik dari sudut pandang sosiologis.

E. Kajian Teoritis

a. Paradigma Konstruksi Sosial

Menurut pemikiran Guba dan Lincoln, paradigma ilmu pengetahuan (komunikasi) terbagi menjadi tiga, (1) paradigma klasik (*classical paradigm*) yang terdiri dari *positivism* dan *post-positivism*, (2) paradigma kritis (*critical paradigm*) dan (3) paradigma konstruktivisme (*constructivism paradigm*) (Bungin, 2007). Karena penelitian ini menggunakan analisis *framing*, yaitu analisis yang melihat wacana sebagai hasil konstruksi realitas sosial, maka penelitian ini termasuk dalam kategori paradigma konstruksionis.

Paradigma ini menurut Eriyanto, mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Konstruksionis memandang realitas bukanlah realitas yang natural, tetapi merupakan hasil buatan manusia atau hasil konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas

tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002). Pendek kata paradigma konstruksionis menilai realitas adalah hasil konstruksi yang perlu dicari dan diketahui bagaimana cara realitas tersebut dikonstruksi dan analisis *framing* bisa dijadikan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas tersebut dikonstruksi. Sekiranya inilah alasan peneliti menggunakan paradigma konstruksi sosial sebagai cara berpikir peneliti dalam melakukan penelitian ini nantinya.

Sebagai sebuah paradigma, konstruktivisme (*constructivism*) penting digunakan untuk melihat sudut pandang atau perspektif dalam memandang gejala atau realita sosial. Konstruktivisme sebagai teori diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction Of Reality* (1967). Pemikiran Berger melihat realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi-dimensi subjektif dan objektif. Berger melihat bahwa manusia adalah instrumen dalam menciptakan realitas yang subjektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia mempengaruhinya melalui proses internalisasi (yang mencerminkan realitas subjektif/penafsiran) (Poloma, 2010).

Berger dan Luckman dalam bukunya tersebut juga menjelaskan sifat realitas yang ganda/plural, dinamis dan dialektis. Realitas adalah hasil cipta atau konstruksi manusia bukanlah sesuatu yang terlahir secara ilmiah atau bersumber dari Tuhan. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang saling berbeda terhadap satu realitas yang sama, perbedaan ini terbentuk karena latar

belakang pendidikan, pengalaman, preferensi, lingkungan sosial dan budaya yang saling berbeda. Inilah sebab realitas berwajah ganda.

Inti gagasan dari teori konstruksi sosial menekankan bahwa realitas merupakan hasil interaksi simbolik diantara masyarakat tertentu. Litteljhon & Foss (2011), menyebutkan bahwa realitas dikonstruksi oleh lingkungan sosial, produk kehidupan budaya dan kelompok (*reality is socially constructed, a product of group and culture life*) (Karman, 2015). Pendek kata realitas dalam pandangan teori ini tidak lebih dari sekedar hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu.

Realitas sebagai hasil konstruksi sosial memiliki dua dimensi dalam waktu yang bersamaan, yakni dimensi subjektif dan objektif. Realitas yang diberi pemaknaan tertentu, ditafsirkan, diinterpretasi dan hasil relasi antara individu dan objek disebut realitas subjektif. Sebaliknya, dalam dimensi objektif realitas merupakan sesuatu yang dialami, bersifat eksternal (diketahui melalui aturan, selebaran, berita, atau terlibat langsung), berada diluar, nyata dan tidak dapat ditiadakan. Kedua dimensi ini terus berdialektika, dan hasil dialektika tersebut adalah realitas baru, realitas yang telah dikonstruksi.

b. Konstruksi Sosial dan Media

Gagasan Berger dan Luckman mengenai konstruksi realitas ini juga dapat diterapkan dalam konteks berita dan media. Ide dasarnya adalah realitas yang ditulis atau disiarkan dalam berita bukanlah cerminan realitas murni, ia haruslah dipandang sebagai hasil konstruksi pemikiran wartawan, jurnalis dan

media. karenanya, sangatlah mungkin terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Wartawan dan media bisa jadi mempunyai latar belakang ideologi, kepentingan, konsepsi dan penilaian yang berbeda saat melihat suatu peristiwa kemudian mengkonstruksi peristiwa tersebut sesuai konsepsi mereka sendiri, dan hasil konstruksi tersebut diwujudkan dalam teks berita.

Proposisi media dalam teori konstruksi sosial dapat dilihat dari lima point berikut: (1) Masyarakat adalah konstruk, bukan realitas yang pasti; (2) media memberikan bahan-bahan bagi konstruksi sosial; (3) Makna ditawarkan oleh media namun bisa dinegosiasi atau ditolak; (4) Media mempromosikan makna-makan tertentu; (5) Media memberikan makna yang sudah diinterpretasi (McQuail, 2011).

Artinya, dalam konteks penelitian yang akan dilakukan ini, realitas yang sesungguhnya mengenai Debat Pilpres 2019 sebagai salah satu agenda dalam Pilpres 2019 ini tidak secara linear sesuai dengan realitas simbolik yang terdapat dalam pemberitaan media *republika.co.id* dan *tempo.co*. Hal ini karena media beserta wartawannya sebagai “golongan sosial” tertentu juga memiliki kepentingan, ideologi, dan konsepsi tersendiri dalam menerbitkan suatu berita.

Berita dalam pandangan konstruksi sosial merupakan hasil dialektika antara proses internalisasi (realitas objektif), dimana wartawan berhadapan langsung dengan realitas, diamati dan kemudian diserap dalam pengetahuan wartawan. Pada proses eksternalisasi (realitas subjektif) wartawan menceburkan dirinya dalam realitas untuk kemudian dimaknai dan ditafsirkan.

Pendek kata, hasil teks berita, karenanya, adalah hasil interaksi antara dua proses tersebut dan harus dipandang sebagai produk dari konstruksi atas realitas (Eriyanto, 2002).

Pilpres 2019 dan seluruh agendanya baik itu masa pendaftaran, kandidat, koalisi partai pendukung, kampanye, sumber dana kampanye, dan terkhusus debat Pilpres, adalah bentuk realitas yang berada dalam proses eksternalisasi (dimensi objektif), berada diluar individu yang dapat dilihat melalui pemberitaan berbagai media massa, selebaran, video, aturan, kerumunan massa, dan lain-lain, dan saat wartawan meliput, melakukan wawancara, berhadapan langsung untuk menafsirkan realitas tentang Pilpres 2019 terkhusus debat Pilpres 2019 maka ini merupakan proses internalisasi (realitas subjektif). Interaksi antara apa yang dilihat oleh wartawan dengan apa yang dimaknai oleh wartawan menghasilkan realitas baru (hasil konstruksi) yang bisa ditemui dalam teks surat kabar. Dalam penelitian yang akan dilakukan ini realitas tersebut bisa dibaca dari berita-berita terkait debat Pilpres yang disebar oleh media *republika.co.id* dan *tempo.co*.

Fokus dari paradigma konstruksionis bukanlah bagaimana cara seseorang mengirimkan pesan dan isi teks berita, melainkan bagaimana pesan politik dibuat/diciptakan oleh komunikator dan bagaimana pesan tersebut secara aktif ditafsirkan oleh individu sebagai penerima. Pesan dalam paradigma konstruktivis bukanlah apa yang dikirimkan, melainkan apa yang dibaca dan kemudian dikonstruksi (Eriyanto, 2002).

Selain memiliki proposisi terhadap media, Paradigma ini juga memiliki pandangan tersendiri wartawan, berita dan peneliti. Pandangan tersebut jika diuraikan seperti berikut (Eriyanto, 2002);

1. Fakta/peristiwa merupakan hasil konstruksi atas realitas. Kebenaran fakta bersifat relatif dan hanya berlaku pada waktu tertentu
2. Media adalah agen yang mengkonstruksi realitas. Paradigma ini memandang bahwa media bersifat bias dan memihak. Media bertugas sebagai pendefenisi realitas dengan cara media memilih realitas mana yang diberitakan atau realitas mana yang ditinggalkan untuk diangkat menjadi sebuah berita.
3. Berita adalah hasil konstruksi sosial yang melibatkan pandangan politik, ideologi, nilai-nilai wartawan dan media. Berita yang diterbitkan adalah hasil konstruksi mulai dari pemilihan fakta, narasumber, sumber berita, penggunaan kata, gambar, dan sebagainya. Pendek kata berita bukanlah cerminan realitas.
4. Berita bersifat subjektif dan merupakan opini yang diterbitkan. Berita dibuat dengan memihak salah satu pihak dan menjatuhkan salah satu pihak.
5. Wartawan adalah agen yang membentuk realitas ke dalam makna baru.
6. Berita yang diproduksi dipengaruhi oleh nilai, etika, dan keberpihakan wartawan.
7. Khalayak dalam paradigma konstruksionis memiliki penilaian dan penafsiran tersendiri terhadap berita yang dibacanya, bisa jadi makna

yang diterima oleh khalayak akan berbeda dengan makna yang diharapkan oleh media. pandangan konstruksionis menilai bahwa manusia adalah subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang dia baca.

8. Paradigma konstruksionis juga memberikan perhatian terhadap posisi peneliti dalam penelitian. Paradigma ini memandang peneliti adalah subjek yang terikat nilai, etika dan keberpihakan moral dalam melakukan penelitian, maknanya hasil penelitian sangat dipengaruhi oleh keberpihakan moral peneliti. Etika, nilai, dan keberpihakan moral adalah hal yang sukar dihilangkan dalam penelitian, sebab peneliti adalah entitas yang bebas dalam menafsirkan suatu realitas, konsekuensinya adalah peneliti yang berbeda bisa menghasilkan analisa yang berbeda pula dalam mengkontruksi suatu realitas yang sama.

c. Analisis *Framing*

Media disadari bukanlah saluran yang bebas yang memberitakan secara rill atau cerminan nyata dari realitas. Seringkali masyarakat yang menggunakan media massa baik itu Televisi, Radio, dan Koran sebagai sumber informasi mendapati media-media tersebut memberi perlakuan yang berbeda dalam memberitakan suatu realitas yang sama.

Perlakuan yang berbeda oleh media tersebut jika diuraikan sekiranya akan berupa demikian; ada aspek yang ditonjolkan atau sengaja dihilangkan, ada bahagian yang sengaja dirincikan dan ada yang sengaja dikaburkan, ada

realitas yang sengaja diberitakan dan ada yang sengaja tidak diberitakan. Hal-hal ini kemudian adalah cara kerja media setiap saat dalam memproduksi sebuah berita yang apakah itu disadari atau tidak oleh pembacanya, dalam studi komunikasi hal ini mengarah pada konsep yang disebut dengan *framing*.

Analisis *framing* merupakan salah satu bentuk penelitian interpretatif (selain wawancara mendalam dan pengamatan terlibat) yang memiliki seni berbeda. Kesimpulan penelitian dalam analisis *framing* boleh jadi berbeda jika dilakukan oleh analis (peneliti) yang berbeda pula, sebabnya analis (peneliti) adalah manusia yang aktif, kreatif dan bebas dalam menafsirkan lingkungannya. Posisi analis (peneliti) sebagai penafsir atau pemberi makna dalam analisis *framing* adalah penting, dan hal ini selaras dengan prinsip penting yang dianut oleh kaum interpretatif (Eriyanto, 2002).

Analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisa teks media. menurut Sobur, mengutip Sudibyo bahwa gagasan mengenai *Framing*, dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas (Sobur, 2006).

Sebagai suatu metode, analisis *framing* terbilang baru, ia berkembang dibawah pandangan konstruksionis. Secara sederhana analisis *framing* dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja dibingkai oleh media. Pembingkakaan ini melalui

proses konstruksi, disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Cara kerja pertama dalam analisis *framing* adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Peristiwa dipahami bukanlah sesuatu yang *Taken For Granted* (diambil secara rill), sebaliknya peristiwa adalah hasil konstruksi yang dilakukan oleh wartawan dan media (Eriyanto, 2002).

Pusat perhatian dalam analisis *framing* adalah cara media memahami dan memaknai realitas serta dengan cara apa realitas ditandakan, sehingga titik persoalan dalam analisis *framing* bukan apakah realitas diberitakan media secara positif dan negatif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media (Eriyanto, 2002).

Berikut ini beberapa tokoh yang memberikan defenisi konsep *framing* (Eriyanto, 2002):

1. Robert N. Entmant : pendekatan untuk mengetahui bagaimana pandangan atau perspektif yang digunakan oleh wartawan dalam menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang ini kemudian menentukan fakta yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan dan hendak dibawa ke mana berita tersebut.
2. William A. Gamson : cara bercerita atau gagasan ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana.

3. Zhongdang Pan dan Gerald. M. Kosicki : proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.

Meskipun saling berbeda dalam pengertian dan penekanan, ada titik singgung utama dari defenisi *framing* tersebut. *Framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan ini, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih dikenal. Lebih jauh akibat dari *framing* ini adalah, adanya kesadaran kognitif pada khalayak mengingat hal atau bagaian dari peristiwa mana yang ditonjolkan. *Framing* membuat dunia lebih mudah diketahui dan dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu.

Terdapat dua aspek penting dalam analisis *framing* dan juga merupakan cara kerja dasar dalam analisis *framing*. *Pertama*, pemilihan fakta/realitas. Tahap ini menjelaskan posisi wartawan yang pasti menggunakan asumsi dan perspektif pribadi dalam mengambil fakta, sehingga berita hanya akan berputar pada dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*exluded*). *Ke-dua*, menuliskan fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak, gagasan tersebut disajikan dalam bentuk kata, kalimat, proposisi, foto, dan gambar yang sengaja dipilih (Eriyanto, 2002).

Disini media menyediakan ruang kepada salah satu realita untuk ditonjolkan dan realitas tersebut adalah realitas yang telah direncanakan oleh media untuk ditampilkan. Perencanaan ini merupakan pertimbangan media dalam hubungannya dengan pihak-pihak yang berkepentingan seperti tokoh politik ataupun pemilik media.

Konsep *framing* dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari bidang Psikologi dan Sosiologi. Pendekatan Psikologi terutama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu atau gagasan tertentu. Teori *framing* misalnya banyak berhubungan dengan teori mengenai aspek kognitif: bagaimana seseorang memahami dan melihat realitas dengan skema tertentu. Manusia cenderung menarik kesimpulan dari sejumlah informasi yang ditangkap oleh panca indera sebagai dasar hubungan sebab-akibat.

Sementara dari sisi Sosiologis, konsep *framing* itu sendiri dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman, yang menyatakan manusia pada dasarnya secara aktif mengklasifikasikan pengalaman hidup ini agar mempunyai arti atau makna. Setiap tindakan manusia pada dasarnya mempunyai arti atau maksud tertentu, dan manusia berusaha memberi penafiran atas perilaku tersebut. Sebagai akibatnya, tindakan manusia sangat tergantung pada frame atau skema interpretasi seseorang (Poloma, 2010).

Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti menyadari bahwa berita-berita seputar debat Pilpres 2019 terkhusus debat putaran pertama

dan kelima, yang disajikan oleh media *republika.co.id* maupun *tempo.co* tentu pasti melewati tahap *framing* sebelum sampai kepada pembaca dalam bentuk teks. Maka dari itu dalam penelitian ini penulis berupaya untuk mengungkapkan bagaimana pembingkai berita seputar debat Pilpres 2019 putaran pertama dan kelima yang dibentuk oleh *republika.co.id* dan *tempo.co*. Model analisis *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang akan peneliti gunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini.

d. Analisa *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model analisa *framing* dari Pan dan Kosicki adalah salah satu model yang paling populer dan banyak digunakan dalam penelitian yang menganalisis teks berita. Tokoh ini mendefinisikan *framing* adalah bagian dari proses besar bagaimana publik menafsirkan isu-isu atau kebijakan politik tertentu, dan pendefinisian ini dilatarbelakangi oleh konteks sosial politik di Amerika. Analisis *framing* model Pan dan Kosicki memusatkan perhatian terutama pada studi secara sistematis bahasa politik. *Framing* berkaitan erat dengan pemaknaan bahasa tertentu. Pan dan Kosicki mendefinisikan *framing* sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut (Eriyanto, 2002).

Analisis *framing* dari Pan dan Kosicki secara umum dipengaruhi konsepsi Sosiologis dan Psikologis (Eriyanto, 2002). Konsepsi psikologis, yakni menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi pada dirinya

yang berkaitan dengan struktur kognitif dalam mengolah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Pada unsur psikologi, *framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemen tertentu dari satu isu dengan penempatan yang lebih menonjol dalam kognisi seseorang.

Konsepsi Sosiologis, pada perangkat *framing* ini lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial pada realitas. *Framing* disini berfungsi untuk melihat dan membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu. Oleh Pan dan Kosicki dalam perangkat analisis *framing*nya mereka menggabungkan dua konsep ini.

Pada sisi wartawan, secara sederhana penggabungan dua konsep tersebut bisa dimaknai, konsep Psikologi adalah ketika wartawan dihadapkan pada sebuah realita dan diminta untuk menafsirkannya wartawan akan menafsirkan sedemikian rupa sehingga penafsirannya secara pribadi diusahakan terlihat menonjol dan dominan. Sedangkan konsep Sosiologis, terlihat saat wartawan melibatkan nilai sosial yang melekat pada diri wartawan sebagai pertimbangan menulis berita dan membuat berita sesuai kebutuhan khalayak. *Framing* adalah kombinasi seluruh elemen teks berita yang dihubungkan dengan gagasan atau ide pribadi.

Dalam model ini, perangkat *framing* dibagi ke dalam empat struktur besar. Peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Struktur Sintaksis

Merupakan susunan kata atau frase dalam kalimat atau kerangka dari sebuah penyusunan artikel atau wacana berita. Struktur ini berkaitan dengan bagaimana cara wartawan menyusun fakta atau peristiwa ke dalam skema atau bagan berita yang terdiri atas *headline* (judul utama), *lead* (kepala berita), *episode* (runtutan berita), *background* (latar belakang berita), dan *ending* (penutup dan kesimpulan). Struktur ini memberi petunjuk yang berguna tentang bagaimana cara wartawan memaknai peristiwa dan hendak dibawa kemana berita tersebut dibawa.

Struktur Sintaksis ini dapat memberikan petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan diarahkan melalui lengkap atau tidaknya skema atau bagan berita.

a) *Headline* dalam struktur ini menjadi *framing device* atau membentuk makna yang penting dan alat penggiring opini (Eriyanto, 2002). Berkaitan dengan *headline* atau judul berita, biasanya judul dibuat semenarik mungkin. Dari sisi hurufnya dengan *font* yang berbeda misalnya. Judul menjadi sangat penting karena jika pembaca membuka dan melihat media massa, maka yang akan terbaca pertama kali adalah Judulnya (Aswad & Dkk, 2011).

b) **Lead atau teras berita.** *Lead* adalah paragraf pertama atau bagian utama berita yang terletak di paragraf pertama, yang memuat fakta atau informasi terpenting dari keseluruhan uraian berita. Terdiri dari satu

kalimat atau lebih, namun tidak boleh melebihi tiga kalimat. Melalui *lead*, pembaca bisa mengetahui hal apa yang akan diungkapkan pada berita tersebut, *lead* pada umumnya juga bisa dilihat dari salah satu unsur 5W+1H yang digunakan sebagai awal kalimat (Juwito, 2008).

- 1) *Who lead* untuk menunjukkan unsur siapa atau pelaku peristiwa memiliki nilai berita yang tinggi, kuat, besar daripada unsur yang lain. *Who lead* bisa ditempati oleh tokoh politik, atris, tokoh agama, ataupun tokoh terkemuka lainnya.
 - 2) *What lead* untuk menunjukkan berita lebih berisi nilai penting dari peristiwa apa yang terjadi.
 - 3) *When lead* untuk menunjukkan unsur waktu kejadian peristiwa lebih penting dari unsur yang lain. Unsur ini biasanya ditandai, pada awal kalimat *lead*, tertulis rincian waktu peristiwa.
 - 4) *Where lead* untuk menunjukkan unsur tempat atau lokasi kejadian peristiwa lebih penting dari unsur yang lain.
 - 5) *Why lead* untuk menunjukkan unsur penyebab atau latar belakang terjadinya suatu peristiwa lebih penting dari unsur yang lain.
 - 6) *How lead* untuk menunjukkan unsur bagaimana suatu peristiwa terjadi dan bagaimana jalan keluarnya atau langkah dan solusi pemecahan masalah dari suatu peristiwa lebih penting dari unsur yang lain.
- c) **Latar**, merupakan bagian berita yang dapat memengaruhi makna yang ingin ditampilkan oleh wartawan. Seorang wartawan ketika menulis

berita biasanya mengemukakan latar belakang atas peristiwa yang ditulis. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa.

- d) Pengutipan Narasumber**, dalam penulisan berita dimaksudkan untuk membangun objektivitas prinsip keseimbangan agar tidak memihak. Pengutipan sumber ini menjadi perangkat *framing* atas tiga hal. *Pertama*, wartawan mengklaim *validitas* atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan mendasarkan diri pada *klaim* otoritas akademik. Pengutipan itu digunakan oleh wartawan untuk memberikan bobot atas pendapat yang dibuat bahwa pendapat tersebut bukan sekedar omong kosong, tetapi didukung oleh ahli yang kompeten. *Kedua*, wartawan menghubungkan poin tertentu dari pandangan wartawan kepada pejabat yang berwenang. *Ketiga*, wartawan mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut tidak tampak sebagai hal menyimpang.
- e) Sumber Berita**, yakni bagaian berita yang tidak kalah penting terkait dengan pengutipan sumber berita. Bagian ini dalam penulisan dimaksudkan untuk membangun objektivitas. Bagian ini juga merupakan bagian berita yang menekankan bahwa yang ditulis oleh wartawan bukanlah hasil pendapat wartawan semata, melainkan melibatkan pendapat orang lain yang juga memiliki otoritas tertentu.

f) **Penutup**, Kalimat yang terdapat diakhir berita, posisi kalimat penutup bisa menjadi perangkat *framing*. Wartawan dalam menulis berita mempunyai strategi untuk menarik atensi pembaca, misalnya dengan menggunakan kata yang berlebihan, mengedepankan sisi emosional atau meletakkan anak-anak kalimat yang tidak begitu penting diawal paragraf namun di bagian akhir terletak informasi yang menonjol atau inti berita.

2. Struktur Skrip

Struktur skrip (naskah) dalam wacana berita pada umumnya berupa kelengkapan unsur-unsur berita, lazimnya unsur tersebut terdiri dari *what, who, why, where, when* dan *how* (5W+1H). Menghilangkan salah satu unsur dapat menggiring opini dan pemaknaan yang berbeda terhadap realitas, akibatnya akan ada realitas yang terlihat menonjol atau sebaliknya ada yang menghilang. Struktur Skrip akan melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa (Eriyanto, 2002).

Penyusunan skrip ini memberikan tekanan mana yang didahulukan dan bagian mana yang bisa digunakan sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Penyembunyian informasi penting seringkali dilakukan dengan cara menempatkan informasi tersebut dibagian akhir agar terkesan kurang menonjol, penyembunyian informasi ini bukan sekedar estetika penulisan tetapi sengaja untuk menimbulkan efek tertentu.

Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah 5W+1H, meskipun pola ini tidak selalu ditemui (Aswad & Dkk, 2011). Detail unsur struktur skrip ini bisa dilihat sebagai berikut:

1. **What** berarti berita apa yang dilaporkan kepada khalayak.
2. **Who** berarti siapa yang menjadi pelaku dalam berita itu.
3. **When** berarti kapan berita itu terjadi; tahun, bulan, minggu, hari, jam bahkan menit.
4. **Where**, berarti tempat atau lokasi peristiwa berlangsung.
5. **Why** adalah alasan mengapa peristiwa yang diberitakan terjadi.
6. **How** berarti bagaimana jalan peristiwa itu dan bagaimana cara menanggulangi peristiwa tersebut.

3. Struktur Tematik

Wartawan dalam struktur sintaksis berupaya meletakkan fakta yang telah mereka ambil ke dalam skema atau bagan berita, maka pada struktur ini fakta-fakta tersebut dituliskan. Struktur Tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa kedalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan ke dalam bentuk yang lebih kecil (Sobur, 2006). Ada beberapa element yang bisa diamati dalam perangkat ini, yaitu, detail (paragraf) , koherensi, dan kata ganti.

- a. **Elemen Detail**, berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan wartawan. Elemen ini digunakan wartawan untuk mengekspresikan

sikapnya dengan cara *implisit*. Wartawan menjelaskan suatu peristiwa menggunakan detail yang lengkap dan panjang lebar merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu kepada khalayak (Aswad & Dkk, 2011).

b. Koherensi, adalah pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Ada beberapa macam bentuk koherensi. *Pertama*, koherensi sebab-akibat adalah proposisi atau kalimat dipandang sebagai akibat atau sebab dari proposisi lain. *Kedua*, koherensi penjelas adalah proposisi atau kalimat satu dilihat sebagai penjelas proposisi atau kalimat lain. *Ketiga*, koherensi pembeda adalah proposisi atau kalimat satu dipandang kebalikan atau lawan dari proposisi atau kalimat yang lain (Eriyanto, 2002).

c. Kata Ganti, Merupakan alat yang digunakan oleh wartawan untuk menunjukkan dimana posisinya dalam berita (Aswad & Dkk, 2011). Dalam mengungkapkan sikapnya, wartawan dapat menggunakan kata ganti “saya” atau “kami” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata. Akan tetapi, ketika wartawan menggunakan kata ganti “kita” menjadikan sikap tersebut sebagai representasi dari sikap bersama dalam suatu komunitas tertentu.

4. Struktur Retoris.

Struktur ini dimaksudkan sebagai komponen yang digunakan para wartawan untuk menekankan fakta yang diberikan. Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk

menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan (Eriyanto, 2002). Struktur retorik pada berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan adalah kebenaran. Beberapa unsur retorik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, leksikon atau pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu dan penegasan isi.

Empat struktur Perangkat ini dapat digambarkan dalam bentuk skema sebagai berikut (Eriyanto, 2002):

Tabel 2
Perangkat Analisa *Framing* Pan Dan Kosicki

Struktur	Perangkat <i>framing</i>	Unit yang diamati
Sintaksis (cara wartawan menyusun fakta)	1. Skema	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, sumber, pernyataan, penutup
Skrip (cara wartawan mengisahkan berita)	2. Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik (cara wartawan menuliskan fakta)	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, preposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
Retoris (cara wartawan menekankan fakta)	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar, foto, grafik

F. Penjelasan Konseptual

1. Media Online

Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan audio. Secara khusus media *online* terkait dengan pengertian media dalam konteks media massa. Media *online* berbeda dengan media elektronik, media *online* memiliki kategori tersendiri. Media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui media elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perseorangan (Yunus, 2004). Beberapa bentuk media *online* adalah *Email*, *chat room*, komunikasi forum (seperti kaskus), *www*, blog, jaringan situs, telephone seluler, dan Jurnalistik *online*.

2. Jurnalistik Online

Online journalism yang merupakan penerapan jurnalistik dalam sistem *online* adalah kegiatan pendokumentasian narasi yang melaporkan atau menganalisa fakta-fakta dan kejadian yang benar-benar terjadi, dipilih dan disusun oleh reporter, penulis dan editor untuk menceritakan sebuah kejadian/peristiwa berdasarkan sudut pandang utamanya. Jurnalistik secara tradisional dipublikasikan dalam format cetak, disajikan lewat film dan *broadcast* pada Televisi dan radio. Dalam sistem *online*, jurnalistik kemudian masuk pada banyak venue, yang dikenal dengan *World Wide Web* (Hadi, 2003).

Jurnalistik *online* mempunyai karakteristik tertentu (Romli & Syamsul, 2012). Yakni:

- a. *Unlimited Space*, artinya jurnalistik *online* memungkinkan halaman tidak terbatas, ruang bukan masalah. Artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin tanpa batas.
- b. *Audience Control*, artinya jurnalistik *online* memungkinkan audien (*reader, user, visitor*) lebih leluasa memilih berita/informasi.
- c. *Nonlienarity*, artinya setiap berita dalam jurnalistik *online* berdiri sendiri sehingga audien tidak harus membaca secara berurutan.
- d. *Storage and retrieval*, artinya jurnalistik *online* bisa tersimpan dan bisa diakses dengan mudah kembali.
- e. *Immediacy*, artinya jurnalistik *online* menjadikan informasi bisa disampaikan dengan mudah dan cepat.
- f. *Multimedia*, artinya jurnalistik *online* tidak hanya dalam bentuk teks tapi juga dilengkapi dengan audio, video, foto/gambar.
- g. *Interactivity*, artinya jurnalistik *online* memungkinkan interaksi langsung anatar wartawan (redaksi) dan audiens, seperti melalui kolom komentar dan *social media sharing*.

Terdapat lima prinsip dasar pada jurnalistik *online*. **Pertama**, keringkasan (*brevity*), berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas demi menyesuaikan kehidupan manusia ditengah kehidupan yang sibuk namun tetap membutuhkan informasi. **Kedua**, kemampuan beradaptasi (*adaptability*), wartawan dituntut untuk membuat berita yang disesuaikan dengan kebutuhan publik dan

kemajuan sistem informasi. Berita bisa dibuat dalam bentuk tayangan video, animasi, audio, gambar dan lainnya. **Ketiga**, (*Scannability*) jurnalistik *online* haruslah bisa dipindai sehingga dapat memudahkan audien. **Keempat**, (*interactivity*) berita *online* memberikan ruang bagi pembaca (*viewer*) dan pengguna (*user*) dan wartawan saling berinteraksi melalui kolom komentar. **Kelima**, jurnalistik *online* juga adalah penjaring komunitas tertentu (Yunus, 2004).

3. Konstruksi Sosial Media

Realitas sosial yang dibawa dan diberi makna baru oleh media. Media memindahkan realitas sosial kedalam pesan media dengan atau setelah diubah citranya. Media membawa realitas baru yang dibentuk citranya lalu ditampilkan oleh media seolah-olah realita tersebut telah lama hidup dalam masyarakat. Terkait dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini, konstruksi realitas media yang dimaksud adalah realitas-realitas seputar Pilpres 2019 terkhusus berita debat Pilpres putaran pertama dan kelima, yang kemudian diberitakan oleh *republika.co.id* dan *tempo.co*, namun melalui tahap konstruksi atau pemaknaan baru terlebih dahulu.

4. Pilpres

Mekanisme pemilihan pemimpin negara yang akan menduduki jabatan politik, dilakukan sekali dalam lima tahun. Konsep Pilpres yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemilihan presiden yang akan dilakukan tanggal 17 April mendatang.

G. Studi Relevan

Penelitian tentang analisis *framing* sudah pernah dilakukan sebelumnya, berikut ini beberapa penelitian terkait yang sekiranya bermanfaat bagi peneliti sebagai bahan rujukan dan pembanding dengan penelitian yang akan penulis lakukan. **Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Ayub Dwi Anggoro yang berjudul “Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis *Framing* Model Robert N. Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV)”. Dari penelitian tersebut ditemukan keberpihakan media pada pasangan calon presiden dalam konten pemberitaan yang disiarkan, TV One membingkai program pemberitaan yang mencitrakan Prabowo dan Hatta Rajasa sebagai pemenang pemilu 2014-2019 sedangkan Metro TV pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla sebagai pemenang pemilu 2014-2019 (Anggoro, 2014).

Kedua, Penelitian dari Siti Sarohmawati berjudul “Sikap Media Terhadap Isu Politik dan Agama Islam (Analisis *Framing* Model Robert N. Entman Pada Berita Ahok Dan Q.S Al-Maidah Ayat 51 Pada Situs Berita *republika.co.id* dan *metrotvnews.com* tanggal 7 Oktober-4 Desember 2016)”. Dari penelitian ini diketahui bahwa *republika.co.id* mengidentifikasi masalah ini pada posisi hukum, bahwa Ahok sebagai penyebab permasalahan harus bisa bertanggung jawab secara hukum, sedangkan *metrotvnews.com* melihat bahwa Ahok adalah korban politik identitas dan kondisi ini digunakan untuk menurunkan elektabilitas Ahok (Sarohmawati, 2017).

Bertolak dari penelitian di atas, dapat diambil simpulan bahwa peristiwa politik yang dikaji oleh peneliti sebelumnya. Pertama, *framing* pemberitaan pemenang Pilpres 2014 pada berita TV oleh 2 (dua) program TV yang saling berbeda (Anggoro, 2014). Kedua, *framing* tokoh politik yang melakukan pelanggaran hukum (Sarohmawati, 2017). Sementara dalam penelitian ini proses *framing* media yang akan di kaji adalah mengenai pemberitaan debat Pilpres 2019, terkhusus debat putaran pertama dan kelima. Dengan menggunakan perangkat analisis model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, peneliti akan mengkaji secara khusus bagaimana *framing* yang dibentuk oleh media koran *republika.co.id* dan *Tempo.co*.

H. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada media jurnalistik *online republika.co.id* dan *tempo.co*. Adapun alasan peneliti memilih dua media *online* sebagai obyek penelitian adalah, sebagai studi komparasi atau membandingkan arah *framing* dari kedua media tersebut.

2. Pendekatan dan Tipe Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Bogdan dan Taylor (1975:5), mendefinisikan pendekatan kualitatif yaitu suatu pendekatan yang menjelaskan realitas sosial yang ingin diteliti secara mendalam dengan menggunakan data kualitatif berupa kata-kata dan kenyataan. Pendekatan kualitatif ini merupakan pendekatan yang berusaha menghasilkan data

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 1994).

Qualitative research adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif lainnya. Penelitian secara kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui ataupun dipahami (Basrowi & Suwandi, 2008). Berkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini, pendekatan kualitatif dirasa mampu untuk mengungkapkan bagaimana pembingkai berita seputar Debat Pilpres 2019 putaran pertama dan kelima oleh koran *republika.co.id* dan *tempo.com*.

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah tipe deskriptif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi dan peristiwa, tidak mencari dan menjelaskan hubungan antar variabel, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Pendek kata, penelitian ini menekankan pada analisis yang bertujuan memaparkan bagaimana koran *republika.co.id* dan *tempo.co* membingkai berita seputar debat Pilpres 2019 terkhusus debat pilpres putaran pertama dan kelima.

3. Teknik Pengumpulan Data

Studi dokumen dipilih sebagai metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari dan mengupulkan hal-hal berupa

catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2006). Penelitian ini menggunakan studi dokumen sebagai sumber data primer, dokumen tersebut berupa teks berita yang berkaitan dengan debat Pilpres 2019 putaran pertama dan kelima yang dipublikan oleh *republika.co.id* dan *tempo.com*.

Selain itu peneliti juga akan menggunakan video debat pilpres 2019 sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini. Sekiranya kombinasi dokumen-dokumen (data primer dan sekunder) ini dapat mengungkapkan bagaimana media mendefenisikan suatu peristiwa atau fenomena yang berkaitan dengan debat Pilpres 2019 untuk kemudian ditulis dalam bentuk berita dan dipublikasikan (Mulyana, 2010).

I. Triangulasi Data

Triangulasi atau uji keabsahan data dalam suatu penelitian dilakukan sebagai bentuk usaha pengecekan atau *recheck* dari data yang sudah diambil oleh peneliti. Uji keabsahan data dalam penelitian lazimnya dapat dilakukan dalam tiga tahap yakni, triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi teori (Ghony & Almashur, 2016).

Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber yang berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama, untuk menguji apakah proses dan metode yang digunakan sudah berjalan dengan baik. Proses triangulasi data akan terus dilakukan selama pengumpulan data (Bungin, 2003). Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, triangulasi sumber penulis lakukan melalui

membandingkan data hasil pengamatan (teks berita) dengan fakta yang terjadi dan literatur-literatur yang juga membahas masalah terkait penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini juga menggunakan triangulasi Ahli, dengan cara, saat peneliti telah membuat hasil penelitian, kemudian berkaitan dengan hasil yang telah peneliti buat tersebut akan peneliti diskusikan dengan seorang ahli lain yang sekiranya memiliki pemahaman dibidang yang diteliti.

J. Teknik Analisis Data

Seperti yang telah dikemukakan penulis pada bab terdahulu, data-data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan perangkat analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data dokumentasi berupa teks-teks berita seputar Pilpres 2019 yang dipublikan oleh *republika.co.id* dan *tempo.co*.

Berita-berita yang akan peneliti bahas sebanyak 6 berita, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3

Berita debat Pilpres 2019 Putaran Pertama dan Kelima Pada *republika.co.id* dan *tempo.co*

Keterangan	Judul	Waktu Terbit	Reporter Dan Editor
<i>republika.co.id</i> 1.	ICJR: Debat Pilpres Tak Jawab Masalah Hukum Di Indonesia. (<i>republika.co.id</i> , 1995)	18 Januari 2019 Pukul 14.25 WIB.	Amri Amrullah Dan Andri Saubani
2.	PARA Syndicate: Debat Pertama Pilpres Minim Sajikan Data (<i>republika.co.id</i> , 1995)	18 Januari 2019 Pukul 17.21 WIB	Andri Saubani

3.	Prabowo-Sandi Tawarkan Arah Kebijakan Ekonomi. (republika.co.id, 1995)	13 April 2019 Pukul 21.19 WIB	Intan Pratiwi Dan Didi Purwadi
<i>tempo.co</i> 1.	Debat Pilpres, Komnas HAM Nilai 2 Calon Tak Paham Konteks HAM. (Tempo.co, 2011)	18 Januari 2019 Pukul 16.22 WIB	Andita Rahma Dan Juli Hartanto
2.	Amnesty: Tak Ada Solusi Konkret Soal Ham Di Debat Capres Pertama. (Tempo.co, 2011)	19 Januari 2019 Pukul 07:45 WIB.	M. Rosseno Aji Dan Endri Kurniawati
3.	Empat Kritik Prabowo Soal Ekonomi Terhadap Jokowi Di Debat Kelima. (tempo.co, 2011)	14 April 2019 Pukul 07.43 WIB.	Egi Adyatama Dan Amirullah

Kemudian teks-teks berita ini akan dianalisis menggunakan empat perangkat analisis *framing* Pan dan Kosicki. Setiap unsur yang terdapat pada struktur ini akan membahas bagian-bagian pada berita. Dalam menentukan unsur yang akan menjadi alat penelitian, peneliti memiliki sedikit perbedaan dengan gagasan utama Pan dan Kosicki, hal ini merupakan upaya peneliti untuk memudahkan jalan penelitian yang akan peneliti lakukan. Meski memiliki perbedaan dengan gagasan utama, penelitian ini tetap tidak akan kehilangan esensi *Framing* sesuai yang ditekankan oleh Pan dan Kosicki. Berikut ini tabel empat perangkat analisis *framing* Pan dan Kosicki, yang peneliti olah sesuai kebutuhan penelitian.

Tabel 4

Perangkat Analisa *Framing* Pan Dan Kosicki

Struktur	Perangkat <i>framing</i>	Unit yang diamati
Sintaksis (cara wartawan menyusun fakta)	(1) Skema	Headline, lead, latar informasi, kutipan narasumber, sumber, penutup

Skrip (cara wartawan mengisahkan berita)	(2) Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik (cara wartawan menuliskan fakta)	(3) Detail; (4) Koherensi (5) Bentuk kalimat; (6) Kata ganti	Paragraf, Koherensi atau hubungan antar kalimat dan kata ganti
Retoris (cara wartawan menekankan fakta)	(7) Leksikon; (8) Grafis; (9) Metafora	Leksikon dan penegasan isi

(Sumber: olahan peneliti)

Berdasarkan tabel di atas, artinya, pada setiap berita akan peneliti uraikan sesuai dengan empat struktur utama, kemudian pada setiap bagian struktur akan peneliti analisis berdasarkan unsur-unsur yang sudah peneliti tentukan. Seperti, pada struktur sintaksis, peneliti akan melihat unsur *headline*, *lead*, sumber, kutipan informasi, latar informasi, dan bagian penutup berita. Pada unsur skrip peneliti akan menguraikan berita sesuai unsur 5W 1H. Pada unsur tematik, peneliti akan menggunakan tiga unsur yakni kata ganti, koherensi dan juga detail paragraf. Bagian terakhir, struktur Retoris, peneliti menggunakan dua unsur yakni leksikon dan penegasan isi.