

Analisis Framing Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017 di Surat Kabar Harian Media Indonesia

Jasmine Erzha*¹, dan Nugraheni Arumsari²

^{1,2}Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Article History

Disubmit 20 Januari 2022

Diterima 30 Juni 2022

Diterbitkan 2 Juli 2022

Kata Kunci

analisis framing; berita; pilkada

Abstrak

Terkait dukungan partai Nasdem kepada pasangan Basuki-Djarot pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017, tentu berimplikasi terhadap arah pemberitaan Media Indonesia yang berupaya untuk mengangkat citra politik pasangan tersebut ditengah kencangnya isu SARA yang berhembus saat masa kampanye Pilkada DKI tahun 2017 berlangsung. Hal ini tentu tidak sesuai dengan visi yang dipunya oleh Media Indonesia yaitu “Menjadi Surat Kabar Independen yang Inovatif, Lugas, Terpercaya, dan Paling Berpengaruh”. Karena dalam kenyataannya Media Indonesia tidak menjalankan fungsi independen, yaitu menjaga sikap non partisipan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini berada di Kota DKI Jakarta. Data diambil dari teks berita surat kabar harian Media Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis data dimulai dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini menunjukkan: framing pemberitaan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 di Media Indonesia dilakukan dengan melakukan pemilihan sumber berita, pemilihan kutipan dari sumber berita, dan menempatkan gambar maupun idiom yang mendukung framing pemberitaan. Pengaruh pemilik media memberikan dampak pada keberpihakan pemberitaan oleh media. Hal ini menunjukkan bahwa netralitas dan objektivitas media dipengaruhi oleh pemilik media. Saran dari peneliti adalah sebagai berikut: pemilik media seharusnya tidak menggunakan kepentingannya dalam memproduksi suatu berita, serta memberi transparansi dalam sajian berita yang ditampilkan. Masyarakat sudah seharusnya lebih jeli dalam memilih serta mencerna pesan yang disampaikan dalam suatu berita.

Abstract

Regarding the support of the Nasdem party for the Basuki-Djarot pair in the 2017 DKI Jakarta Pilkada, of course, it has implications for the direction of Media Indonesia reporting which seeks to elevate the pair's political image amidst the issue of SARA that blew during the 2017 DKI Pilkada campaign. This is certainly not followed by the vision that Media Indonesia has, namely “Becoming an Innovative, Straightforward, Reliable, and Most Influential Independent Newspaper”. Because in reality, Media Indonesia does not carry out an independent function, namely maintaining the attitude of non-participants. This study used a qualitative method. This study conducted in Jakarta. The data was taken from Media Indonesia news text. The data technique used documentation. The data analysis technique used the Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki framing analysis techniques. The data analysis begins with studying data, data reduction, data presentation, and drawing or levers. This study showed that: news framing of the 2017 DKI Jakarta Regional Election in Media Indonesia carried out by selecting news sources, selecting quotations from news sources, and placing images and idioms that support the news framing. The influence of media owners has an impact on the alignments of media coverage. This shows that media neutrality and objectivity are influenced by media owners. Suggestions from researchers are: media owners should not use their interests in producing news, and provide transparency in the presentation of the news that is displayed. People should be more observant in choosing and digesting messages conveyed in news.

* E-mail: jasmineerzha@gmail.com

Address: Gunungpati, Semarang, Indonesia, 50229

PENDAHULUAN

Media massa memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Dalam hal ini media massa berperan sebagai penyambung lidah bahkan jembatan informasi bagi masyarakat. Media massa datang menyampaikan pesan yang beraneka ragam dan aktual mengenai lingkungan sosial dan politik. Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh McLuhan (dalam Arifin, 2011:158) bahwa media adalah perluasan alat indra manusia. Menurutnya, kehadiran media dalam berkomunikasi adalah upaya untuk melakukan perpanjangan dari telinga, dan mata.

Penyajian suatu berita tidak terlepas dari ideologi media serta wartawan media tersebut. Pemilihan kata yang dipakai oleh seorang wartawan dalam sebuah teks berita, tidak semata-mata karena kebetulan, akan tetapi menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas berdasarkan ideologinya. Proses produksi berita yang nantinya disajikan dalam media pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam, seperti faktor individual, organisasi, pasar dan ideologi. Media massa sebagai medium penyebaran informasi menjadi rujukan penunjukan identitas seseorang terlebih pada berita yang mewakili nama perorangan maupun nama instansi. Hal ini sesuai dengan yang dituliskan Sobur bahwa reporter maupun editor berkuasa penuh atas pilihan kata yang hendak dipakainya (Sobur, 2009:35).

Media Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak media cetak nasional yang ada di Indonesia. Seperti media cetak lainnya, *Media Indonesia* bertugas sebagai penyalur informasi juga sebagai alat kontrol sosial terhadap segala bentuk kebijakan-kebijakan, rancangan undang-undang, dan seluruh aktivitas politik yang berada di tangan pemerintah. Namun pada kenyataannya *Media Indonesia* dalam pemberitaannya tidak lepas dari kepentingan politik pengelola media dan relasi media dengan sebuah kekuatan politik tertentu, dalam hal ini Surya Paloh sebagai pemilik *Media Indonesia*, yang merangkap sebagai ketua umum partai Nasional Demokrat (Nasdem) tentu mempunyai pengaruh besar terhadap produksi-produksi berita yang diterbitkan oleh *Media Indonesia*.

Pada tahun 2017, Indonesia melakukan Pilkada serentak di seluruh daerah tanpa terkecuali ibukota DKI Jakarta. Pada Pilkada ini awalnya diikuti oleh tiga calon pasangan Gubernur dan calon Wakil Gubernur, yaitu Basuki-Djarot, Agus-Sylviana, dan Anies-Sandiaga. Namun pada hasil pemungutan suara belum ada pasangan yang memenuhi persyaratan yaitu memperoleh 50 persen dari perolehan suara. Hal ini menyebabkan DKI Jakarta harus melakukan Pilkada putaran kedua yang menyisakan pasangan Basuki-Djarot dan Anies-Sandiaga. Pada Pilkada kali ini juga muncul sentimen-sentimen negatif terkait kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama yang menjadikannya tersangka dari kasus tersebut. Hal ini tentu menarik perhatian publik baik warga Jakarta sendiri maupun dari luar Jakarta.

Terkait dukungan partai Nasdem kepada pasangan Basuki-Djarot pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017, tentu berimplikasi terhadap arah pemberitaan *Media Indonesia* yang berupaya untuk mengangkat citra politik pasangan tersebut ditengah kecangginya isu SARA yang berhembus

saat masa kampanye Pilkada DKI tahun 2017 berlangsung. Hal ini dapat dilihat dari peletakkan *headline* berita dan gambar pasangan Basuki-Djarot selalu dipakai di dalam pemberitaan *Media Indonesia* dibanding calon yang lain. Sedangkan untuk pemberitaan lawan politiknya, *Media Indonesia* cenderung menggunakan judul atau *headline* yang bernada sumbang. Hal ini tentu tidak sesuai dengan visi yang dipunya oleh *Media Indonesia* yaitu "Menjadi Surat Kabar Independen yang Inovatif, Lugas, Terpercaya, dan Paling Berpengaruh". Karena dalam kenyataannya *Media Indonesia* tidak menjalankan fungsi independen, yaitu menjaga sikap non partisipan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bingkai berita pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang dilakukan oleh surat kabar harian *Media Indonesia*. Manfaat dalam penelitian ini adalah diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi politik khususnya di bidang komunikasi politik berkaitan analisis teks media khususnya metode wacana dalam melihat konstruksi pesan sebuah media dan diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat bahwa pemberitaan media massa khususnya surat kabar memiliki ideologi, batasan serta kebijakan tertentu dalam memberikan berita. Sehingga khalayak diharapkan menyadari dan bersikap bijak dalam menyikapi pemberitaan yang muncul di media massa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Meolong (2007: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Latar penelitian ini berada di wilayah DKI DKI Jakarta. Fokus penelitian ini adalah bingkai pemberitaan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 di surat kabar harian *Media Indonesia* di rubrik PILKADA DKI tanggal 5, 7, 16, 17, dan 18 April 2017. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data adalah dengan dokumentasi berupa pemberitaan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 di surat kabar harian *Media Indonesia* di rubrik PILKADA DKI halaman tiga pada tanggal 5, 7, 16, 17, dan 18 April 2017. Penelitian ini menggunakan analisis framing model Pan dan Kosicki yang membagi empat struktur besar yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *framing* dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkai-an ini tentu saja melalui proses konstruksi. Realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu, dan peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang tertentu (Eriyanto, 2002:3).

Analisis *framing* menurut Pan dan Kosicki secara garis besar terbagi dalam empat tingkatan analisis struktur, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Eriyanto, 2002:294). Berdasarkan hasil analisis berita *Media Indonesia*, menunjukkan dua kategori dominan berdasarkan kon-

teks peristiwa pilkada DKI Jakarta, yaitu opini simpatisan, kandidat dan pemuka pendapat, dan kampanye politik.

Kategori bingkai opini/komentar simpatisan yang paling menonjol dalam pemberitaan *Media Indonesia*. Hal ini seringnya sudah menjadi rutinitas wartawan saat melakukan peliputan dengan metode wawancara, hal tersebut bagian terpenting dari nilai dan objektivitas berita adalah narasumber. Karena itu dalam berita politik, narasumber yang umumnya diwawancarai oleh wartawan adalah politisi, kader partai, simpatisan, akademisi dan *opinion leader* yang dianggap berkompeten.

Peran media dalam hal ini menjadi penting untuk memediasi pernyataan atau opini individu dan kelompok politik tentang bentukan citra kandidat kepala daerah. Dalam tujuan komunikasi politik, aspek pembentukan citra politik seseorang akan membantu dalam pemahaman, penilaian, dan pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan atau pemimpin politik (Arifin, 2011:177).

Demikian halnya peristiwa kampanye politik, merupakan tema dominan dalam pemberitaan *Media Indonesia*. *Media Indonesia* banyak mempublikasi peristiwa kampanye pilkada DKI Jakarta karena kegiatan ini yang paling dominan dilakukan oleh kedua kubu peserta pilkada menjelang pemungutan suara putaran kedua. Dalam proses kampanye inilah para simpatisan berupaya mensosialisasikan pesan politik para kandidat, baik secara langsung dengan melakukan kampanye komunikatif atau interaksi dan dialog langsung dengan pemilih maupun kampanye politik yang dikonstruksi melalui berita.

Peristiwa pilkada yang ditampilkan oleh *Media Indonesia* ini sejalan dengan pengertian *framing* yaitu pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang inilah yang akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut (Eriyanto, 2002:79). Dalam hal ini terdapat dua aspek *framing*, yang pertama adalah memilih fakta/realitas. Proses pemilihan fakta ini didasarkan pada asumsi wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta terdapat dua kemungkinan, yaitu apa yang dipilih dan apa yang dibuang. Kedua, menuliskan fakta. Fakta yang telah dipilih, kemudian disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan bantuan foto atau gambar dan sebagainya sebagai upaya penekanan isu yang diangkat.

Media Indonesia tentu menggunakan kedua aspek *framing* tersebut, baik melalui proses seleksi atau memilih fakta-fakta tertentu dari peristiwa Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang selanjutnya fakta itu dibingkai menjadi sebuah berita. Terkait peristiwa Pilkada, tema yang dipilih. *Media Indonesia* umumnya mengenai isu-isu para kandidat itu sendiri. Seperti peristiwa Pilkada pada temuan data yang telah dianalisis.

Dari keseluruhan hasil analisis *framing* terhadap lima berita mengenai Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yaitu yang berjudul FBR Dukung Pasangan Basuki-Djarot, Anies Bikin Warga Resah, Tren Basuki-Djarot makin naik, Paslon Habiskan Rp 168 Miliar, dan Bagi-Bagi Sembako Cederai Demokrasi. Dilihat dari judul artikel pertama dalam unsur

judul dan *lead* dapat dilihat bahwa artikel ini berupaya untuk meyakinkan pembaca bahwa Forum Betawi Rempug yang diisukan tidak suka dengan pasangan Basuki-Djarot tidak lah benar. Hal ini juga didukung oleh penggunaan sumber dari pihak FBR dan pemuatan kutipan dari Djarot yang menyatakan bahwa FBR mendukung dirinya dan Basuki. Hal ini dilakukan untuk membangun anggapan pembaca bahwa Basuki-Djarot memang didukung langsung oleh FBR. Penulis hendak membangun citra bahwa Basuki-Djarot dengan FBR berhubungan baik dan anggapan bahwa FBR kontra dengan Basuki-Djarot adalah tidak benar.

Pada artikel kedua yang berjudul Anies Bikin Warga Resah, pada struktur skrip dalam artikel ini, disusun dengan tujuan untuk memposisikan Anies sebagai pihak yang keliru. Namun penulis melewatkan unsur *why* dan *how* yang cukup penting dalam artikel tersebut. Kekosongan unsur tersebut tentu saja membuat artikel tersebut tidak lengkap dan membuat pembaca tidak mengetahui alasan dibalik mengapa dan bagaimana Anies menyatakan pendapat bahwa petahana akan menggusur di 300 titik lokasi. Padahal unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting, hilangnya satu unsur dalam berita dapat memberikan makna yang lain (Eriyanto, 2002:300). Pada struktur retorik, penekanan terhadap suatu isu ditunjukkan penulis dengan penggunaan judul yang langsung menyudutkan Anies. Sejalan dengan judul, pada bagian *lead* terdapat kata “informasi sesat” yang semakin membuat Anies terlihat sebagai pihak yang bersalah atas tersebarnya isu penggusuran di 300 titik oleh petahana. Hal ini jelas bertujuan untuk membangun citra serta membersihkan nama pasangan Basuki – Djarot dari isu penggusuran yang sempat terlontar dari pernyataan Anies Baswedan. Dapat disimpulkan bahwa *Media Indonesia* lebih cenderung membingkai berita pilkada DKI Jakarta dalam bentuk opini politik. Dalam komunikasi politik, pembentukan opini justru menjadi tujuan utama, karena hal ini akan memengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik (Hamad, 2002:24).

Kemudian di artikel ketiga, struktur skrip terlihat tujuan artikel adalah mencoba untuk menyampaikan kepada pembaca bahwa peluang menangnya pasangan Basuki-Djarot semakin besar. Hal ini didukung oleh pemilihan dua lembaga survey yang menunjukkan elektabilitas pasangan tersebut lebih unggul daripada lawan. Menurut salah satu Direktur Eksekutif lembaga survey, alasan naiknya elektabilitas tersebut, yaitu munculnya sentimen negatif masyarakat pada pasangan Anies-Sandiaga, kemudian partai-partai Islam yang awalnya mendukung pasangan Agus-Sylvi pada putaran pertama, dalam putaran kedua partai tersebut mendukung pasangan Basuki-Djarot. Untuk sentimen negatif yang dimaksud dalam artikel ini adalah peristiwa penolakan Djarot dalam acara haul mantan presiden Soeharto.

Selanjutnya struktur sintaksis pada artikel keempat, pada unsur *lead* wartawan menekankan pernyataan bahwa sumber dana kampanye yang diperoleh pasangan Basuki-Djarot didominasi dari sumbangan 50 badan usaha swasta, sedangkan pasangan Anies-Sandiaga sumber dana kampanyenya mayoritas dari uang pribadi Sandiaga. Dengan pemilihan kalimat tersebut, timbul kesan dan makna bahwa pasangan Basuki-Djarot mempunyai banyak pendukung

yang rela memberikan hartanya untuk pasangan tersebut. Penggunaan sudut pandang yang lebih banyak dan detail dari pihak Basuki-Djarot sebagai sumber berita, memperkuat indikasi bahwa artikel ini ditulis sebagai bentuk dukungan kepada pasangan Basuki-Djarot, sedangkan untuk lawannya diberikan porsi yang lebih sedikit dan tidak mendetil. Hal ini sesuai dengan konsep *framing* yang dikemukakan oleh Entman dalam *Journal of Political Communication*, yaitu *framing* digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media, penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain (Eriyanto, 2002:220).

Kemudian pada atikel berita lima, pada struktur skrip artikel ini, dapat dilihat bahwa tujuan utama artikel ini adalah menyampaikan kepada pembaca bahwa Anies Sandiaga membagikan sembako kepada warga yang diduga dilakukan pada saat masa kampanye berlangsung. Namun dalam unsur *Why* dijelaskan bahwa kegiatan tersebut dilakukan saat kegiatan pasar murah beberapa bulan silam. Namun, dalam artikel ini pada unsur *Who* yaitu Anies Baswedan hanya mendapatkan porsi penjelasan yang sedikit dan implisit padahal tema dan garis besar dalam berita ini adalah Anies Baswedan. Sementara disisi lain, penjelasan mengenai ketidakterlibatannya pasangan Basuki-Djarot terkait kegiatan bagi-bagi sembako yang sebelumnya tuduhkan kepada pasangan tersebut, malah dijelaskan secara eksplisit dengan menggunakan dua narasumber dari tim pasangan tersebut. Tentunya hal ini mengakibatkan kurangnya detail dari sisi yang lain. Kemudian pada struktur retorik, penekanan terhadap suatu isu ditunjukkan penulis dengan penggunaan judul yang menggunakan metafora “cederai demokrasi” sebagai ornamen suatu berita yang dimana pilihan katanya cenderung memarginalkan satu pihak, yaitu Anies Baswedan.

Dari keseluruhan hasil analisis *framing* terhadap berita pilkada DKI Jakarta di surat kabar harian *Media Indonesia*, penulis menemukan bahwa berita yang diproduksi oleh *Media Indonesia* cenderung menunjukkan berita yang tidak berimbang. Berita pilkada DKI Jakarta yang diproduksi *Media Indonesia* lebih banyak menarasikan satu sumber tanpa memerhatikan keberimbangan informasi dan data dari sumber lain. Misalnya berita tentang kampanye, cenderung menyuarakan komentar dari satu kandidat dan dukungannya tanpa menyertakan pandangan dari kandidat lain.

Kecenderungan berita *Media Indonesia* dalam membahas peristiwa atau realitas pilkada DKI Jakarta, dominan menonjolkan suara dari kubu Basuki-Djarot dengan pengutipan kalimat dari narasumber para simpatisan yang mendukung kandidat maupun komunikasi politik dari para kader partai dan tokoh politik tertentu yang mendukung Basuki-Djarot sebagai rujukan untuk menulis berita. Karena itu, terlihat suatu kecenderungan jika keberpihakan dalam memilih sudut pandang penyampaian berita sangat terlihat. Hal ini menguatkan kenyataan bahwa media bukanlah ruang yang netral dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapat perlakuan yang tidak seimbang.

Sejalan dengan pendapat di atas, maka dapat dikatakan bahwa pengemasan “isu politik” dalam momentum pil-

kada melalui media, dalam hal ini surat kabar harian *Media Indonesia*, dianggap penting untuk menggiring opini warga pemilih atau konstituen di DKI Jakarta tentang idealis citra kandidat kepala daerah maupun *incumbent* yang bertarung di pilkada. Karena itu jika dilihat dari perspektif komunikasi politik yang asumsi utamanya adalah pembentukan atau penggiringan opini, maka sebenarnya media memiliki potensi untuk membangun citra masing-masing kandidat pilkada melalui konstruksi sebuah opini politik. Maka dari itu dalam hal ini, *framing* mempunyai implikasi yang sangat penting dalam komunikasi politik. Frame membatasi agar khalayak hanya memerhatikan aspek tertentu saja dari realitas. Seorang politisi akan menyajikan sebagian aspek yang menguntungkan dirinya, dan mencoba menonjolkannya, sembari menyembunyikan informasi lain yang merugikan, agar mendapat dukungan publik (Eriyanto, 2002:88).

Jika ditinjau dari teori komunikasi politik penggunaan media massa dalam komunikasi politik sangat sesuai dalam upaya pembentukan citra maupun opini politik untuk memperoleh dukungan pandangan umum. Dapat dilihat bahwa *Media Indonesia* cenderung mbingkai berita pilkada DKI Jakarta dengan membentuk opini serta citra politik yang baik terhadap pasangan Basuki-Djarot. Dalam komunikasi politik, pembentukan opini menjadi tujuan utama karena hal ini akan memengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik (Hamad, 2002:24), dalam hal ini memenangkan pilkada DKI Jakarta.

Media Indonesia mengkonstruksi realitas pilkada DKI Jakarta yang berjarak dengan realitas sesungguhnya. Perangkat-perangkat bahasa, sumber berita, penafsiran atas komentar-komentar sumber berita cenderung mereduksi pandangan lain dan lebih menonjolkan perspektif pihak tertentu. Karena berita yang dimuat di dalam surat kabar merupakan laporan dari sebuah peristiwa yang terjadi, seharusnya realitas media diupayakan mendekati realitas yang sesungguhnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menuliskan berita secara lengkap dengan sumber-sumber dan informasi yang berimbang. Namun kenyataannya *Media Indonesia* tidak melakukan upaya tersebut.

Berdasarkan hasil analisis *framing* dan perspektif komunikasi politik, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat sebuah upaya mengkonstruksi realitas politik pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 melalui pemanfaatan media, dalam hal ini surat kabar harian *Media Indonesia*. Demikian sebaliknya, media massa bisa menjadi agen atau pelaku politik dengan menjelaskan bermacam strategi *framing* dari media tersebut ketika menafsirkan realitas politik untuk mengintervensi proses politik. Intervensi media dalam konteks ini dapat bermakna mengedukasi masyarakat atas peristiwa politik, namun juga dapat bersifat politis dengan tujuan menggiring opini publik.

SIMPULAN

Framing pemberitaan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 di *Media Indonesia* dilakukan dengan beberapa cara, yaitu pemilihan sumber berita, pemilihan kutipan dari sumber berita, pemberian ruang yang tidak sama, dan menempatkan gambar maupun idiom yang mendukung *framing* pemberitaan.

Dari hasil analisis *framing* terlihat bahwa pengaruh pemilik media memberikan dampak pada keberpihakan pemberitaan oleh media. *Framing* yang dilakukan *Media Indonesia* terhadap berita pilkada DKI Jakarta tahun 2017 pada rubrik PILKADA DKI, bertujuan untuk menciptakan citra politik yang baik untuk pasangan Basuki Tjahaja Purnama –Djarot Saiful Hidayat agar memenangkan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa netralitas dan objektivitas media dipengaruhi oleh kepentingan pemilik media.

Dari hasil analisis *framing* dapat dilihat bahwa pengaruh kepemilikan media memberikan dampak pemberitaan pada media berita. Dampak yang ditimbulkan bahkan bisa sampai pada titik dimana media sama sekali tidak melakukan pendekatan pada objektivitas dalam melakukan pemberitaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit
- Moleong, J. Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.