

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pilihan Kepala Daerah (pilkada) yang dilaksanakan di Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta pada 15 Februari 2017 hingga 19 April 2017 telah menciptakan berbagai isu, mulai dari isu politik secara umum hingga menyentuh isu SARA (Suku, Agama, Ras dan Antargolongan) yang turut meramaikan suasana Pilkada DKI.

Basuki Tjahja Purnama (Ahok) menjadi salah satu calon Gubernur (Cagub) sekaligus sebagai Gubernur DKI menjabat saat itu menjadi salah satu subjek isu, dimana Ahok beragama non muslim ditambah lagi Ahok terjerat kasus penistaan agama berkenaan dengan surat Al-Maidah ayat 51 yang pada akhirnya memunculkan gerakan Bela Islam hingga berjilid-jilid yang dipromotori oleh Front Pembela Islam atau FPI. Dari itu bermunculan banyak statment-statment agar orang islam jangan memilih pemimpin non muslim.

Anies Baswedan adalah lawan langsung dari Ahok pada Pilkada DKI putaran Ke-2. Anies menjadi satu-satunya cagub yang mendapat sorotan publik, khususnya pemilih muslim untuk menjadikan Anies sebagai pemimpin muslim sesuai dengan Al Maidah ayat 51. Meskipun sederetan kasus dan *trackrecord negatif* yang membuntutinya.

Perhelatan kedua Pasangan Calon (Paslon) Gubernur dan Wakil Gubernur selama pilkada menimbulkan banyak spekulasi, pembentukan opini

publik dan framing oleh media massa, terutama media online yang memiliki kecepatan update dan akses dalam hitungan detik.

Menurut Effendy dalam bukunya “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” bahwa, peneliti-peneliti komunikasi telah sadar betul seberapa kuat pengaruh dari media-media komunikasi dalam membangun pemikiran dan opini dimasyarakat. Media komunikasi memiliki kekuatan dalam mempengaruhi masyarakat, khususnya pengaruh yang disebabkan oleh media massa.

Dalam urusan politik, media massa tidak hanya sekedar menjadi sebuah sarana atau channel untuk menampilkan apa-apa dari peristiwa politik yang terjadi pada publik, tetapi bergantung kepada siapa, kelompok mana dan ideologi apa yang sedang mendominasi media itu. Oleh karenanya, apapun yang diperlihatkan dan dihasilkan oleh suatu media kepada publik menjadi suatu representasi ideologi media massa tersebut. Dengan kekuatan yang dipunyai oleh media massa, banyak lembaga-lembaga politik seperti partai politik, serikat buruh, organisasi pemerintah, LSM, kelompok-kelompok berkepentingan, dan sebagainya, sering kali memanfaatkan media massa guna mencapai tujuan-tujuan politik (Scharmm 1975, 468-486).

Kompas.com adalah salah satu media yang aktif dalam meliput berbagai aktifitas Pilkada DKI. Berdasarkan penelitian “BINGKAI MEDIA TERHADAP BERITA MENGENAI AHOK DALAM PILKADA DKI JAKARTA 2017” oleh Amaliyah, Siti Nur (2017). Diterangkan bahwa

Kompas.com selalu berusaha memberikan citra positif pada Ahok melalui penonjolan berita-beritanya.

Salah satu berita yang berjudul "Pak Jokowi, Basuki, Djarot, Kalian Gubernur Terbaik yang Pernah Dimiliki Jakarta..." Minggu (15/10/2017) liputan tentang Kaleidoskop dan Terima Kasih Gubernur 2012-2017, di Lapangan Banteng, Jakarta, Sabtu (14/10/2017). Juga menunjukkan adanya indikasi kecondongan media. Hal ini muncul seolah-olah tidak akan ada Gubernur terbaik atau lebih baik lagi yang memimpin Jakarta.

Hingga tanggal 16 Oktober 2017 Anies Baswedan Resmi dilantik oleh presiden Joko Widodo sebagai Gubernur DKI Jakarta Periode 2017-2022. Kompas.com memunculkan judul "Anies Baswedan, Dilantik, Dicapot, dan Dilantik Lagi oleh Jokowi".

Berbeda dengan Kompas.com, Republika.co.id justru memberikan berita yang cenderung memberikan gambaran-gambaran positif dan memberikan label islami kepada Anies Baswedan selama PILKADA 2017. Republika.co.id (04/03/2017) "Cerita Anies Dijamu Muslim Turki karena Terkesan Adab Orang Indonesia" Jakarta. (18/03/2017) "Puluhan Kader Muslimat NU Jakut Temui Anies Baswedan" Jakarta. (20/03/2017) "Anies dan Tokoh Betawi Koordinasi Cegah Kecurangan Pilkada", Jakarta

Menurut Al Juanda, Hamdani M Syam, Muhammad Yunus dalam Jurnal Penelitian berjudul "*Penerapan Syariat Islam di Aceh dalam Kontruksi Pemberitaan Media Nasional (Studi Komparatif Terhadap Pemberitaan Replubika Online dan Okezone)*" menyebutkan bahwa Republika adalah

media yang dibentuk oleh sejumlah tokoh Islam dari berbagai latar profesi seperti: politikus, akademisi dan sastrawan, dan pemilik saham terbesar dalam republik adalah Erick Thohir salah seorang tokoh islami. Yang syarat dengan framing media karena adanya ideologi dan kecenderungan media pada suatu peristiwa.

Dengan latar belakang di atas peneliti bermaksud untuk melihat framing yang dilakukan oleh media online kompas.com dan republika.co.id terhadap sosok Anies Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta Periode 2017-2022 dalam periode pemberitaan 16 Oktober hingga 20 Desember 2017.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana media online Kompas.com dan Republika.co.id membingkai sosok Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Praktis

Tujuan praktis dari penelitian ini ialah untuk memperlihatkan gambaran kepada publik mengenai bagaimana media massa melakukan konstruksi realitas sosial. Agar publik tidak serta merta memilih dan mengkonsumsi berita yang disajikan oleh media. Diharapkan publik juga dapat mencerna, menyeleksi berita-berita secara kritis terhadap berita yang disampaikan media.

2. Tujuan Akademis

Tujuan akademis dari penelitian ini adalah sebagai sumber pengetahuan pembingkai berita tentang sosok Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan yang dilakukan oleh media online kompas.com dan republika.co.id.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian menggunakan *framing* terhadap pemberitaan Anies Baswedan di media online kompas.com dan republikas.co.id, antara lain:

1. Manfaat Akademis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan kontribusi bagi para pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya Ilmu Komunikasi pada kajian *framing* media, mengenai konstruksi realitas social oleh media massa.

2. Manfaat Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi professional media tentang bagaimana sebuah pesan dikonstruksikan sesuai dengan ideologi tertentu, atau faktor kepentingan, sehingga dapat menghasilkan efek atau dampak yang diinginkan media dari khalayaknya. Serta memberikan pengetahuan kepada khalayak media tentang bagaimana media melakukan proses framing pada suatu berita.