

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN TERKAIT AKSI *WALKOUT* SUSILO
BAMBANG YUDHOYONO (SBY) SAAT DEKLARASI KAMPANYE DAMAI DI
REPUBLIKA ONLINE DAN KOMPAS.COM PADA TANGGAL 23 SEPTEMBER
2018 - 29 SEPTEMBER 2018**

Ayu Lestari (071511533003)

Email : ayulestariofficial52@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada *framing* pemberitaan mengenai aksi *walkout* yang dilakukan oleh Susilo Bambang Yudhoyono pada saat gelaran deklarasi kampanye damai tanggal 23 September 2018. Analisis dilakukan pada portal berita di Republika Online dan Kompas.com dalam rentang waktu tanggal 23 September 2018 sampai dengan 29 September 2018. Pemberitaan terkait aksi *walkout* yang dilakukan oleh Susilo Bambang Yudhoyono di beberapa media menjadi menarik untuk dikaji mengingat terdapat beberapa pemilik media yang masuk dalam jajaran tim kampanye pemenangan salah satu pasangan calon presiden dan calon wakil presiden. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti pemberitaan dari pemilik media yang terafiliasi terhadap salah satu kubu capres dan cawapres terkait isu tersebut. Kedua media online juga memiliki sikap yang berbeda yang ditunjukkan dari perbedaan ideologi, sistem kepemilikan media, dan tampilan pada masing-masing portal berita. Ideologi Republika Online adalah Islam, sedangkan Kompas.com lebih mengikuti kemauan pasar.

Penelitian ini menggunakan metode *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk menganalisis pemberitaan terkait aksi *walkout* yang dilakukan oleh Susilo Bambang Yudhoyono. Penelitian ini menggunakan teori jurnalisme online, ideologi media massa, keberpihakan media, dan framing media. Hasil dari penelitian ini adalah, Republika Online maupun Kompas.com pada artikel pemberitaannya tidak menunjukkan keberpihakannya kepada SBY, melainkan berpihak kepada pihak lain. Ideologi media Republika Online juga mempengaruhi pemberitaan yang dimuat. Republika Online memiliki kecenderungan memberitakan dari sudut pandang lain dari Kompas.com. Namun, dengan sistem kepemilikan media, pemberitaan serta tampilan yang ada pada portal berita Republika Online menghadirkan tendensi kepada pasangan capres dan cawapres Joko Widodo-Ma'ruf Amin. Sedangkan Kompas.com yang meskipun ideologinya mengikuti kemauan pasar lebih menonjolkan dari sisi pihak lain yang dalam hal ini yaitu pembelaan dari Komisi Pemilihan Umum RI mengenai penyebab SBY yang *walkout* pada saat acara deklarasi kampanye damai berlangsung.

Kata Kunci : Framing, Deklarasi Kampanye Damai, Media Online, Aksi *Walkout* SBY

PENDAHULUAN

Fokus penelitian ini adalah *framing* pemberitaan terkait dengan aksi *walkout* yang dilakukan oleh Susilo Bambang Yudhoyono atau lebih dikenal dengan nama SBY, pada saat gelaran deklarasi kampanye damai yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia. Analisis dilakukan pada artikel berita di portal berita Republika Online dan Kompas.com pada tanggal 23 September 2018 hingga 29 September 2018. Peneliti menggunakan metode *framing* dari Pan dan Kosicki dalam menganalisis pemberitaan terkait aksi Susilo Bambang Yudhoyono.

Susilo Bambang Yudhoyono merupakan Presiden ke-enam Indonesia yang menjabat selama dua periode yakni periode 2004-2009 dan periode 2009-2014. Pada periode pertama, SBY didampingi oleh Jusuf Kalla. Sedangkan pada periode kedua, didampingi oleh Boediono. Susilo Bambang Yudhoyono juga merupakan ketua umum dari partai Demokrat keempat yang menjabat sejak tanggal 30 Maret 2013 setelah Anas Urbaningrum.

Pada pemilihan umum tahun 2019, partai Demokrat turut menjadi salah satu peserta pemilu. Bergabung dengan koalisi Indonesia Adil Makmur yang beranggotakan dari beberapa partai politik seperti partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN), dan partai Berkarya, mengusung Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno menjadi calon presiden dan calon wakil presiden pada kontestasi pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019. Selain itu, Susilo Bambang Yudhoyono juga tergabung dalam Badan Pemenangan Nasional Prabowo-Sandi sebagai Koordinator Juru Kampanye Nasional.

Banyak media online yang memuat pemberitaan-pemberitaan terkait isu Pilpres 2019. Mulai dari media yang memuat berita-berita yang terkesan menjatuhkan salah satu pasangan calon presiden dan calon wakil presiden, memuat informasi maupun berita yang dengan kritis memberikan kritik kepada pemerintah, hingga media online yang tidak jelas redaksinya. Misalnya portal berita online *Indonesiakita.co*. Media ini memuat berita-berita yang salah satunya berjudul “272 Anggota KPPS Meninggal, Mendagri Ngotot Minta Masyarakat Percayai KPU?” yang dimuat pada hari Minggu tanggal 28 April 2019.

Sarana penyampaian informasi kini disampaikan secara massal dan masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut (Tamburaka, 2013:13). Media massa dipercaya publik sebagai media yang memiliki keakuratan serta sumber yang jelas dalam setiap penyampaian informasi maupun berita. Terbagi dalam tiga, yaitu media cetak, media massa elektronik dan media online. Pemberitaan mengenai isu-isu yang terjadi pada masa Pilpres

2019 menjadi sajian menu pemberitaan yang banyak diburu oleh wartawan dan ditunggu oleh publik.

Berangkat dari keresahan peneliti mengenai pemberitaan yang menyangkut isu-isu politik yang terjadi selama masa Pilpres 2019, pemberitaan di berbagai media cetak, media elektronik, maupun media online menjadi semakin meningkat. Selain soal sikap netralitas media, persepsi pemberitaan media akan menunjukkan seberapa aktif dan kreatif pasangan calon mengangkat isu-isu untuk menarik publik. Pemberitaan-pemberitaan tersebut tentunya tidak terlepas dari pembingkaiian yang dilakukan media. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji sejauh mana *framing* yang dilakukan media dalam penulisan sebuah berita.

Terkait dengan *framing* yang dilakukan media pada setiap pemberitaan yang ada di media online, peneliti tertarik meneliti pemberitaan-pemberitaan terkait pilpres pada dua media online yaitu Republika Online dan Kompas.com. isu yang dipilih peneliti yakni mengenai Susilo Bambang Yudhoyono yang meninggalkan acara deklarasi kampanye damai yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI pada hari minggu tanggal 23 September 2018.

Agenda pemilu 2019 terdapat berbagai kegiatan. Salah satunya, Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI mengagendakan kegiatan yang diikuti oleh seluruh peserta pemilihan umum tahun 2019. Kegiatan tersebut bertajuk deklarasi kampanye damai pemilu serentak. Isi dari deklarasi kampanye damai yaitu mewujudkan pemilu yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil; melaksanakan kampanye pemilu yang aman, tertib, damai, berintegritas, bebas dari hoaks, politisasi SARA, dan politik uang; melaksanakan kampanye berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Susilo Bambang Yudhoyono juga menghadiri kegiatan tersebut. Namun, SBY menyita perhatian publik lantaran dia pergi meninggalkan serangkaian acara yang belum selesai, atau dapat dikatakan *walkout*. Hingga pukul 07.30 WIB, SBY masih berada dalam parade yang didampingi oleh Agus Harimurti Yudhoyono (AHY), ketua umum PAN Zulkifli Hasan dan Sekjen PAN Eddy Soeparno. Ketika rombongan parade melintasi Jalan Medan Merdeka Barat, Susilo Bambang Yudhoyono meninggalkan rombongan bersama dengan Zulkifli Hasan. Hal ini dilakukan oleh SBY karena kecewa terhadap pihak penyelenggara kegiatan lantaran terdapat beberapa aturan yang telah disepakati namun dilanggar. Diketahui terdapat banyak bendera serta atribut partai dan pendukung pasangan calon presiden-wakil presiden, terutama dari pihak Joko Widodo-Ma'ruf Amin.

Aksi tersebut diliput dan diberitakan di berbagai media massa. Baik media cetak, media elektronik, dan media online. Banyak sekali sudut pandang yang dihadirkan media

massa pada pemberitaan-pemberitaan yang dimuat. Hal ini membuat peneliti ingin menganalisis sejauh mana framing atau pembingkaiian media pada suatu berita yang dilakukan media massa tersebut terhadap aksi dari Susilo Bambang Yudhoyono.

Rentang waktu yang dipilih peneliti pemberitaan dari tanggal 23 September 2018 sampai dengan 29 September 2018. Hal ini untuk memudahkan peneliti dalam menentukan dan menganalisis objek pemberitaan dari kedua media tersebut. Pemilihan media online dalam penelitian ini dikarenakan media online lebih mendominasi daripada media cetak. Hal ini menggambarkan minat pembaca topik tentang Pilpres lebih banyak di media online. Dari sekian banyak media online yang ada, peneliti memilih Republika Online dan Kompas.com sebagai objek dari penelitian ini. Republika Online dan Kompas.com yang merupakan dua media online nasional yang memiliki latar belakang dan ideologi media yang berbeda. Kedua media online ini juga menunjukkan sikap yang berbeda dalam Pilpres 2019 melalui berita yang disajikan dan hal lainnya di masing-masing laman media online. Berita-berita yang disajikan dalam kedua media *online* tersebut tentu saja berbeda. Perbedaan dari kedua media online yang menyajikan berita tersebut dapat dilihat dari penggunaan bahasa atau kosa kata, *lead* berita, pemilihan narasumber, dan pemilihan fakta serta isu yang diambil dan ditonjolkan.

Republika merupakan media nasional yang digagas dari kalangan cendekiawan muslim di Indonesia. Republika memiliki tujuan awal yakni untuk menjadi media massa yang menyajikan informasi seputar Islam. Republika *Online* (ROL) merupakan pioneer dari lahirnya media-media online di Indonesia. Republika *Online* merupakan media yang bernuansa Islami. Hal ini diperkuat dengan isi dari portal Republika *Online* didominasi oleh kanal-kanal dakwah yang sarat akan dengan nilai-nilai islam, informasi mengenai sejarah dan perkembangan islam di nusantara maupun dunia, dan beberapa berita umum lainnya.

Sementara itu, media online Kompas.com pada mulanya berdiri dengan nama Kompas *Online*. Pada tahun 1997, Kompas *Online* berperan sebagai edisi internet dari Harian Kompas. Harian Kompas didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong atau Auw Jong Peng Koen yang merupakan penganut Katolik, pengurus Ikatan Sarjana Katolik Indonesia (Iska) dan seorang jurnalis. Selain P. K Ojong ada Jakobus Oetama atau lebih dikenal dengan Jakoeb Oetama yang juga menjadi salah satu pendiri Grup Kompas Gramedia.

Media massa dapat membentuk citra politik yang berhubungan dengan tingkat elektabilitasnya dalam hal sebagai figur politik. Media yang menayangkan secara berulang-ulang pemberitaan tersebut menjadikan masyarakat akan dapat lebih mengenal tokoh tersebut. Dalam konteks ini, dapat dikatakan jika Jokowi lebih unggul dari Prabowo.

Pengusaha media seperti Hary Tanoesoedibjo, Surya Paloh, serta Aburizal Bakrie dan Erick Thohir yang kini merupakan tokoh kunci dari Viva Group membuka peluang lebih terbuka untuk mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Sehingga, terjadinya polarisasi media pada momentum Pilpres 2014 kemungkinan tidak terulang lagi pada Pilpres 2019 seperti menayangkan hasil *quick count* yang berbeda.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui pbingkaian pemberitaan terkait dengan aksi *walkout* SBY yang disajikan dalam portal berita Republika *Online* dan Kompas.com dengan menggunakan metode analisis dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Perbedaan ideologi, sejarah serta kepemilikan media akan menjadi salah satu fokus dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Secara sintaksis dalam artikel pemberitaannya, Republika Online dan Kompas.com tidak banyak membahas dari sisi SBY, melainkan dari pihak lain yang berkaitan yaitu dari Komisi Pemilihan Umum. Mulai dari *lead*, judul, kutipan sumber. Secara skrip, Kompas.com lebih banyak memberikan informasi maupun fakta yang terjadi dilapangan. Sedangkan Republika Online dalam menuliskan fakta tidak sepenuhnya dituliskan. Namun, aspek-aspek dalam penulisan di kedua media online baik di Republika Online maupun Kompas.com pada artikel berita terpenuhi.

Selanjutnya, secara tematik, proporsi serta hubungan antar kalimat yang ditulis dalam artikel berita Republika Online dan Kompas.com dalam menuliskan dan mengisahkan beritanya lebih banyak dari pembelaan yang dilakukan oleh pihak Komisi Pemilihan Umum RI. Secara retorik, penggunaan foto dan gambar pada artikel berita tidak sepenuhnya menunjang artikel pemberitaan tersebut. Namun, terdapat satu artikel berita dari Republika Online yang menunjukkan visual berupa gambaran ka'bah yang berjalan beriringan dengan SBY ketika meninggalkan lokasi acara deklarasi kampanye damai. Hal ini dapat merepresentasikan dari media online Republika yang memang sarat akan nuansa Islami yang dibangun di artikel pemberitaannya. Konsep Islami yang dibangun menunjukkan konsistensinya dalam menulis sebuah artikel berita.

Selain itu, meskipun isu yang dimuat berkaitan dengan SBY, penggunaan kata-kata di Republika Online masih memberikan tendensinya kepada pihak lain. Sedangkan Kompas.com lebih menggambarkan secara gamblang permasalahan atau isu yang sedang terjadi dengan menghadirkan sudut pandang lain. SBY memang dikenal sebagai seseorang

yang anti politik Islam. Dikutip dari CNNIndonesia.com bahwa SBY tidak ingin ada yang membenturkan Pancasila dengan Islam.

Menilik dari perkembangan internet yang semakin pesat di Indonesia, sesuai dengan karakter internet sebagai media baru, pemanfaatan internet akan terus berkembang. Penggunaan media jurnalisme warga seperti forum online, email, dan situs yang digunakan untuk berbagi informasi hingga mendiskusikan suatu kejadian. Hill dan Sen tidak terlalu membahas secara spesifik tentang jurnalisme warga, namun penggunaan media baru online dapat menjadi dasar perkembangan jurnalisme warga di Indonesia. Salah satu media jurnalisme warga yang menurut Hall (2000:234) memberikan dampak bagi penyebaran informasi dibandingkan dengan media tradisional yang ada. Hal ini menggambarkan bahwa media online dapat menjadi alternatif baru dalam penyampaian informasi secara cepat dan update.

Secara update pemberitaan di masing-masing media online, Kompas.com lebih cepat dan intens dalam memuat pemberitaan daripada Republika Online. Selama kurun waktu tujuh hari, Republika Online hanya memuat 7 artikel pemberitaan, sedangkan Kompas.com memuat 13 artikel berita. Hal ini merupakan salah satu ciri karakteristik media online dalam hal update dan kecepatan informasi. Framing yang dilakukan oleh Kompas.com dengan menghadirkan pemberitaan yang berturut-turut dan intens menandakan bahwa ini juga akan berdampak pada opini masyarakat jika memang terdapat hal yang janggal dalam penyelenggaraan deklarasi kampanye damai beberapa waktu lalu yang menyangkut SBY. Sedangkan Kompas.com tidak begitu mengupdate perkembangan pemberitaan terkait dengan aksi Susilo Bambang Yudhoyono.

Di masing-masing artikel berita yang ada di Republika Online maupun Kompas.com disediakan fitur-fitur seperti fitur *share*. Fitur ini merupakan link yang tertera di atas artikel pemberitaan. Fitur share di Kompas.com maupun Republika Online menautkan kepada situs jejaring media sosial yakni *facebook* dan *twitter*. Selain itu terdapat kolom komentar yang ditambahkan di bawah artikel berita yang bertujuan agar publik juga dapat memberikan opininya terhadap artikel berita tersebut.

Selain itu, capres nomor urut 01 Joko Widodo yang kuat dikalangan minoritas memilih sosok Ma'ruf Amin untuk menggaet suara kelompok islam 'abangan' di pulau jawa. Secara otomatis, partai nasionalis dan partai religius di kubu Jokowi mendapatkan porsinya masing-masing. Hal ini juga dapat dijadikan dasar mengapa Republika Online dalam menulis dan memuat artikel berita juga mempertimbangkan serta memunculkan dari sisi tertentu.

Sedangkan Kompas.com terdapat stigma yang melekat yakni identik dengan katholik, terlebih oleh masyarakat Islam garis keras. Menyikapi hal ini, Kompas mencoba untuk tetap mengedepankan prinsip-prinsipnya sebagai media yang mengedepankan keterbukaan, meninggalkan pengotakan latar belakang suku, ras, dan golongan. Pemberitaan yang ditulis dan dihadirkan pun juga menjadi salah satu keluaran produk jurnalistik yang nantinya juga dapat mencerminkan bagaimana media Kompas ini dalam memberikan informasi kepada publik. Sementara itu, Prabowo yang diusung kelompok islam konservatif memilih Sandiaga Uno untuk merebut suara kelompok islam moderat dan milenial.

Keberpihakan media dalam setiap pemberitaan yang dimuat, sebenarnya memiliki alasan mendasar pada suatu objek tertentu. Tidak hanya didasarkan pada satu faktor saja, namun juga terdapat faktor lainnya. Kecenderungan yang diperlihatkan bisa berafeksi netral, positif, dan negatif. Berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita-berita terkait dengan isu tersebut, peneliti menemukan bahwa berita yang dimuat di Republika Online dan Kompas.com secara umum memiliki isu yang sama, namun dalam proses pbingkaiannya dilakukan secara berbeda.

Jika ditinjau dari isu yang ditonjolkan pada masing-masing artikel berita, Kompas.com lebih memunculkan isu tersebut dari berbagai sudut pandang. Kompas.com memilih membangun isu dengan mendekati realitas sebenarnya. Hal ini membuat publik menjadi lebih dekat dengan fakta yang terjadi di lapangan. Fakta-fakta yang dituliskan berdasarkan pada pernyataan-pernyataan dari narasumber yang dipilih. Sedangkan isu yang diangkat di artikel berita Republika Online lebih memunculkan tendensi kepada pasangan capres dan cawapres Joko Widodo-Ma'ruf Amin. Tendensi tersebut ditunjukkan melalui penggunaan bahasa sebagai simbol yang paling utama.

Seperti diketahui, keberpihakan dari media dalam memberitakan suatu peristiwa juga dapat dilihat dari faktor elit media yang terafiliasi politik dengan kelompok tertentu. Republika Online merupakan salah satu media yang berada di bawah naungan Mahaka Group yang mana Erick Thohir adalah Komisaris Utama dalam jajaran direksi media tersebut. Bergabungnya Erick Thohir ke dalam tim kampanye pemenangan Jokowi-Ma'ruf memunculkan asumsi bahwa hal tersebut juga membawa pengaruh pada pemberitaan-pemberitaan yang disajikan di Republika Online. Sedangkan Kompas.com, yang diketahui tidak terafiliasi politik dengan kubu manapun, memilih untuk menyajikan pemberitaan yang tidak memihak kepada SBY.

KESIMPULAN

Setelah serangkaian analisis dilakukan secara bertahap dengan menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa penulisan berita pada media tertentu juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut dapat berupa ideologi media dan elite media yang terafiliasi terhadap kubu tertentu. Hal-hal tersebut menjadikan independensi media sangat sulit untuk dijaga mengingat adanya kepentingan-kepentingan tertentu yang dibawa masuk oleh wartawan ke dalam penulisan berita.

Republika Online selama tanggal 23 s/d 29 September 2018 memuat 7 berita mengenai aksi *walkout* Susilo Bambang Yudhoyono. Untuk menganalisis itu, peneliti mengambil 3 sample berita. Sedangkan Kompas.com selama tanggal 23 s/d 29 September 2018 memuat 13 artikel berita terkait aksi *walkout* SBY pada saat gelaran deklarasi kampanye damai. Dari 6 berita yang dianalisis oleh peneliti, meskipun menyajikan pemberitaan yang menyangkut elit politik yang dalam hal ini adalah Susilo Bambang Yudhoyono, menunjukkan jika kedua media online tersebut tidak berpihak kepada SBY. Republika Online dan Kompas.com lebih menonjolkan pembelaan dari pihak Komisi Pemilihan Umum yang berulang kali menegaskan bahwa penyebab SBY *walkout* bukan suatu pelanggaran.

Republika Online dan Kompas.com dalam pemberitaan yang terkait dengan aksi SBY yang melakukan *walkout* pada gelaran deklarasi damai yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum, selain mengutip pernyataan-pernyataan dari pasangan calon dan timnya, juga menggunakan sumber lain sebagai penyeimbang dalam penulisan beritanya. Kecepatan dalam hal memuat informasi merupakan salah satu karakteristik yang dapat menentukan framing dari media online tersebut. Dalam kurun waktu tujuh hari, Kompas.com intens memuat pemberitaan yang menyangkut aksi SBY. Terdapat 13 artikel berita yang dimuat di Kompas.com. Sedangkan Republika Online memuat lebih sedikit dan update informasi yang dilakukan tidak terlalu intens. Republika Online hanya memuat 7 artikel berita yang menyangkut isu SBY tersebut.

Secara ideologi media, Republika Online juga terpengaruh oleh ideologi medianya. Sedangkan Kompas.com menampilkan pemberitaan sesuai dengan keinginan pasar yang ditunjukkan dengan menghadirkan dari berbagai perspektif. Opini publik yang berusaha dibangun oleh kedua media online ini juga tidak hanya didasarkan pada sudut pandang satu orang saja.

Jika dilihat dari keberpihakan media, mau tidak mau Republika Online juga mengemban kepentingan pemiliknya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa kata, kalimat yang memberikan tendensi kepada kubu tertentu. Meskipun demikian, setelah dilakukan analisis *framing* model Pan dan Kosicki, masih terlihat adanya upaya pembingkaihan yang dilakukan Republika Online dan Kompas.com. Hal tersebut bisa dilihat dari upaya memasukkan sumber-sumber lain dalam pemberitaan terkait Pilpres 2019.

Meskipun demikian, terlihat masih adanya upaya Republika Online dan Kompas.com untuk menempatkan diri sebagai media yang tetap memegang teguh prinsip objektivitas dalam penulisan beritanya. Hal ini menunjukkan bahwa kedua media online tersebut telah berupaya memperkecil pengaruh kepentingan pemilik media pada artikel pemberitaan. Media massa bukan hanya sekedar sebagai sarana untuk menampilkan sebuah peristiwa politik kepada publik secara apa adanya. Namun, tergantung pada kelompok dan ideologi media yang mendominasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sen, Krishna & David T. Hill. (2000). *Media Culture, and Politics in Indonesia*, New York: Oxford University Press.

Tamburaka, A (2013). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.