

Bias Berita Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden di Media Massa Lokal Madura

Lulus Sugeng Triandika

Universitas Terbuka

Jalan Pd. Cabe Raya, Pd. Cabe Udik, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15418

e-mail : lulus.triandika@ecampus.ut.ac.id

ABSTRACT

The alignment of the mass media during the election is common. As a political communication tool, mass media has a strong influence on the public. The topic of the election became favorite news. Both in national and regional scope, mass media make the election as headline news. As a local mass media in Madura, Radar Madura made the arrival of the Presidential & Vice President to Madura as a headline too. Choosing the main news topic and the angle of reporting is the editor's policy. However, what happened was the alignment of the mass media which caused news bias. Therefore, the purpose of this study is to find out how the framing is carried out by Madura Radar. The research will focus on Radar Madura's headlines in the two periods of the election campaigns, namely in 2014-2019 and 2019-2024. The analytical method used is Pan & Kosicky's framing analysis. As a result, Radar Madura tried to be neutral by not highlighting one of the Presidential and Vice President pairs. However, it was found that Madura Radar had made a distinction in framing the news of the arrival of Presidential and Vice Presidential Candidates on Madura Island.

Keywords: Media Bias, Mass Media, Framing Analysis, Presidential & Vice President Elections, Radar Madura.

ABSTRAK

Keberpihakan media massa saat pemilihan umum merupakan hal yang jamak. Sebagai alat komunikasi politik, media massa memiliki pengaruh yang kuat bagi publik. Topik tentang pemilihan umum menjadi komoditas pemberitaan *favorite*. Baik lingkup nasional maupun daerah, mayoritas media massa serentak menjadikan pemilihan umum sebagai berita utama. Seperti yang dilakukan oleh Radar Madura dalam masa kampanye Pilpres. Sebagai media massa lokal di Madura, Radar Madura menjadikan kunjungan Capres & Cawapres ke Madura sebagai topik berita utamanya. Sejatinya pemilihan topik berita utama dan menentukan sudut pemberitaan merupakan kebijakan redaksi. Namun yang terjadi saat ini adalah indikasi keberpihakan yang berakibat adanya bias pemberitaan. Oleh sebab itu maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pembingkai yang telah dilakukan oleh Radar Madura. Penelitian akan berfokus pada berita utama harian Radar Madura di dua periode masa kampanye Pemilihan Presiden dan wakil Presiden, yakni pada 2014-2019 dan 2019-2024. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *framing*, dengan pendekatan teori milik Pan & Kosicky. Hasilnya adalah Radar Madura telah berusaha netral dengan tidak menonjolkan salah satu pasangan Capres & Cawapres. Namun, kemudian ditemukan fakta bahwa Radar Madura telah melakukan pembedaan dalam membingkai berita kedatangan dua pasang Capres & Cawapres di Pulau Madura.

Kata kunci: Bias Media, Media Massa, Analisis Framing, Pemilihan Presiden & Wakil Presiden, dan Radar Madura

Latar Belakang

Banyak peristiwa bersejarah tak lepas dari pengaruh media massa baik secara langsung maupun tidak. Namun yang perlu diperhatikan adalah sejak kemunculannya, media massa telah berperan penting dalam peradaban manusia.

Media massa memiliki posisi sebagaimana lembaga-lembaga pendidikan, agama, seni dan kebudayaan yang merupakan bagian dari alat kekuasaan Negara yang bekerja secara ideologis guna membangun kepatuhan khalayak (*ideological states apparatus*) (Masyhuri, 2016).

Media massa pada saat ini sangat besar pengaruhnya bagi masyarakat. Segala peristiwa yang terjadi baik lokal maupun global bisa menjadi sumber pemberitaan. Hal tersebut terjadi karena manusia tidak akan pernah lepas dari kebutuhan akan sebuah informasi. Sehingga bisa dikatakan jika peran media massa sangatlah penting dalam kehidupan.

Sejatinya sebagai sebuah alat komunikasi massa, media massa dirancang untuk menjangkau banyak orang (McQuail, 2010). Komunikasi massa sendiri bertujuan menyampaikan pesan kepada komunikan dengan jumlah besar dan luas.

Karakteristik atau ciri-ciri komunikasi massa menurut Effendy antara lain adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi massa bersifat umum. Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum dan mengenai kepentingan umum. Hal itulah yang membedakan media massa dengan media nirmassa.
2. Komunikan pada komunikasi massa bersifat melembaga. Artinya di dalam media tersebut terdapat sekumpulan orang yang melakukan kegiatan

seperti pengumpulan, pengelolaan, sampai penyajian informasi.

3. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Komunikasi yang terjadi berlangsung satu arah (*one-way communication*). Ini berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan (*wartawan*) kepada komunikan (*pembaca*). Namun walaupun terjadi umpan balik atau reaksi biasanya memerlukan waktu yang tertunda atau disebut juga arus balik tertunda (*delayed feedback*).
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan Media massa memiliki kemampuan untuk menimbulkan keserempakan pada khalayak. Acara yang ditayangkan televisi, akan ditonton oleh berjuta-juta pemirsanya secara bersamaan merupakan salah satu contohnya.
5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikan yang terlibat dalam proses komunikasi massa bersifat heterogen (Effendy, 2017).

Dalam prinsip komunikasi massa, pesan atau informasi menjadi hal utama dalam siklus hidup media massa. McQuail menjelaskan bahwa secara umum media massa memiliki fungsi bagi khalayaknya yaitu:

1. Sebagai pemberi informasi.
2. Pemberian komentar atau interpretasi yang membantu pemahaman makna informasi.
3. Pembentukan kesepakatan serta sebagai korelasi bagian-bagian masyarakat dalam pemberian respon terhadap lingkungan.
4. Sebagai transmisi warisan budaya.
5. Bentuk ekspresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan identitas dan kesinambungan masyarakat (McQuail, 2010).

Dalam era digital saat ini media massa memiliki daya jangkau yang semakin luas dan tidak terbatas waktu. Media massa lalu berkembang menjadi sebuah kebutuhan penting bagi masyarakat dalam memperoleh berbagai informasi. Siapapun bisa mengakses atau menjadikan media massa sebagai tempat belajar.

Menurut Respati, Masyarakat Indonesia saat ini tengah berada dalam fase transisi menuju masyarakat era informasi. Dalam proses ini terdapat pergeseran pola masyarakat dalam mengakses dan mendistribusikan informasi. Hal ini merupakan perubahan gaya hidup yang sebagai konsekuensi penggunaan perangkat komunikasi berbasis teknologi informasi (ICT) (Respati, 2014).

Pada era digital, media massa dengan mudah diakses oleh siapa saja. Kemudahan akses menjadikan media massa bisa dikonsumsi semua lapisan masyarakat. Berbagai peristiwa yang sebenarnya secara substansi kurang memiliki *news value* bagi masyarakat justru menjadi viral. Hingga membuat munculnya berbagai opini dari masyarakat. Hal tersebut terjadi lantaran media massa menjadikan peristiwa tersebut sebagai sebuah konten pemberitaan yang terus menerus dimuat.

Bisa dikatakan jika peran media massa sangatlah penting dalam kehidupan. Pasalnya kehidupan manusia tidak lepas dari kebutuhan informasi. Media massa merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa sejatinya adalah suatu komunikasi yang dilakukan melalui media kepada sejumlah orang yang tersebar di tempat-tempat tidak ditentukan (Bittner dalam Muhtadi, 1999).

Pasca reformasi dimana kebijakan tentang Surat Izin Usaha Penerbitan Pers

(SIUPP) dicabut berdampak pada kemudahan mendirikan perusahaan media massa. *Massive*-nya pengaruh media massa pasca reformasi membuat banyak pihak ingin memiliki perusahaan media sendiri. Tidak terhitung berapa banyak media massa baik cetak maupun online yang saat ini beredar. Hegemoni kebebasan pers tersebut tentunya memiliki dampak. Dampaknya adalah independensi media massa mulai dipertanyakan. Pasalnya saat ini media massa sudah dijadikan sebagai alat meraih kekuasaan oleh pemilik modal. Media massa dijadikan sebagai alat kampanye secara implisit baik demi kepentingan sendiri maupun kepentingan golongan.

Menurut Tabroni, media massa juga selalu tidak kuasa menerima kedatangan tokoh politik mampir bersilaturahmi ke medianya. Media massa jelas akan mengalami dilema, sebab kehadiran para politisi tentu bukan tanpa tujuan. Para tokoh ini senantiasa menawarkan iklan yang jumlahnya cukup menggiurkan. (Tabroni, 2012)

a. Independensi Media Massa

Peran media massa pada saat ini sangat besar pengaruhnya bagi masyarakat. Kehidupan manusia tidak akan pernah lepas dari kebutuhan informasi. Segala isi dan peristiwa yang terjadi akan menjadi sumber informasi untuk diketahui oleh masyarakat. Begitu pentingnya peran media massa dalam kehidupan modern akhirnya membuat media massa memiliki pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat.

Sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat, media massa memiliki aturan yang mengikat dalam menghasilkan sebuah produk jurnalistik. Salah satunya adalah mengutamakan kepentingan publik sebagai dasar pembuaan sebuah produk jurnalistik. Dalam kegiatan jurnalistik,

terdapat prinsip independensi dan netralitas yang harus ditegakkan. Independen dalam arti merdeka melaksanakan ideologi jurnalisme, sedangkan netral artinya berimbang, akurat, tak memihak kecuali demi kepentingan publik (Siregar, 2013).

Menurut Aris Badara, media massa dalam fungsinya adalah dengan menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian seluruh isi media massa merupakan realitas yang telah dikonstruksikan dalam bentuk yang bermakna. Dalam media massa khususnya surat kabar, keberadaan bahasa tidak lagi hanya sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, tetapi dapat menentukan gambaran mengenai sebuah realitas yang akan muncul di benak khalayak (DeFleur & Ball-Rokeah dalam Badara, 2012).

Namun realita yang terjadi dewasa ini adalah semakin maraknya media massa yang digunakan sebagai sarana kepentingan pihak-pihak tertentu. Hal ini terjadi karena semakin tingginya intervensi pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Baik dari lingkungan internal perusahaan media massa atau dari pihak di luar perusahaan media. Karena pada dasarnya media massa memiliki pengaruh yang besar dalam menggiring opini masyarakat.

Sejatinya media massa diwajibkan untuk selalu mengedepankan azas independensi dan netralitas. Kedua azas tersebut diharapkan mampu menjadikan media massa bisa menghasilkan produk jurnalistik yang berimbang. Namun saat ini media massa cenderung melakukan pembingkaihan dalam produk pemberitaannya.

Pembingkaihan berita merupakan suatu hal yang wajar dalam industri media massa saat ini. Karena produk berita merupakan hasil oleh data dari fakta yang terjadi

sebenarnya. Mautsby menyebutkan jika berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut (Mautsby dalam Romli, 2009).

Sumadira menyebut ada tiga jenis berita dalam aktivitas jurnalistik, antara lain berita *elementary*, *intermediate* dan *advance*.

1. Berita Elementary

a) Straight news report adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya, sebuah pidato biasanya merupakan berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat.

b) Depth news report. Reporter menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Dalam sebuah pidato presiden, reporter akan memasukkan pidato itu sendiri dan dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan yang sebelumnya.

c) Comprehensive news merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek.

2. Berita Intermediate

a) Interpretative report lebih dari sekedar *straight news* dan Depth news. Berita Interpretative biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa kontroversial. Namun, fokus laporan beritanya mengenai

fakta yang terbukti bukan opini.

- b) Feature story. Penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis feature menyajikan suatu pengalaman pembaca yang lebih bergantung pada gaya penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.

3. Berita Advance

- a) Depth reporting adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap dan utuh tentang suatu peristiwa fenomenal atau aktual.
- b) Investigative reporting berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigatif, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering ilegal atau tidak etis.
- c) Editorial writing adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum (Sumadiria, 2010).

Dalam pandangan kaum konstruksionis, berita yang kita baca pada dasarnya adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, bukan kaidah baku jurnalistik. Semua proses kontruksi (mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan) memberi

andil bagaimana realitas tersebut hadir dihadapan khalayak (Eriyanto, 2012).

Media massa kemudian melakukan pembingkaiian untuk mengarahkan produk beritanya sesuai dengan arah kebijakan redaksi. Pembingkaiian dilakukan media massa dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. Kemudian isu yang dipilih berusaha ditonjolkan melalui pemilihan *headline*, pengulangan, serta pemakaian label tertentu menonjolkan sebuah topik. Secara ideologis, *framing* adalah upaya untuk menyuguhkan sebuah pandangan agar mudah diterima oleh masyarakat (Sobur, 2001).

Pembingkaiian atau *framing* sebenarnya adalah hal yang wajar dalam industri media dan bukan merupakan sebuah bias berita, karena tetap didasarkan oleh fakta yang ada. Namun, dalam perkembangannya metode *framing* menjadi begitu efektif dalam merubah sudut pemberitaan demi menggiring opini masyarakat pembaca. Pemberitaan adalah kejadian yang diulang dengan menggunakan kata-kata. Sebuah berita juga ditambah dengan gambar foto atau gambar grafis (Chaer, 2010).

b. Berita Kampanye Pemilihan Presiden

Realita yang terjadi adalah adanya intervensi dari pihak luar terhadap kebijakan redaksi media massa dalam menentukan pembingkaiian beritanya. Terkadang pembingkaiian berita bahkan dilakukan menggunakan trik-trik khusus, meliputi headline, lead (paragraf awal cerita), pull quote (kutipan yang diambil dari artikel dan dicetak huruf besar), nut graph (paragraf kunci dalam artikel yang menceritakan isi artikel itu). Sehingga pembingkaiian media bisa mempunyai dampak pada cara anggota audiensi akhirnya menafsirkan isu (Severin & Tankard, 2014).

Sehingga pembingkaiian terkadang dilakukan berdasarkan tujuan khusus

seperti kepentingan politis. Hal inilah yang menjadikan media massa saat ini kerap dijadikan sebagai sarana kepentingan golongan. Terlebih jika perusahaan media massa sudah bergantung pada kepentingan pasar dan modal.

Di sisi lain adalah munculnya fenomena pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik secara praktis. Komunikasi politik dengan menggunakan media massa bahkan cenderung marak terjadi pada tahun politik seperti Pileg, Pilkada, dan Pemilihan Presiden.

Terlepas dari penggunaan media massa sebagai sarana kepentingan dari pihak-pihak tertentu. Media massa telah lama digunakan sebagai alat politik melalui proses komunikasi politik. Secara harfiah komunikasi politik dipahami sebagai segala bentuk komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik. Peranan media massa sebagai sarana politik yang efektif dimana fungsinya tidak hanya menyampaikan informasi politik, namun juga memiliki efek politik terhadap kelangsungan sistem politik suatu masyarakat (Nugroho, 2012)

Tahun 2019 ini merupakan tahun politik bagi bangsa Indonesia, lantaran gelaran Pemilihan Presiden dan Pileg dilangsungkan bersamaan. Dampaknya adalah pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi politik semakin marak. Baik digunakan sebagai media promosi visi misi selama masa kampanye. Bahkan digunakan sebagai sarana untuk menggiring opini publik melalui metode pembingkaian berita. Pasalnya, media massa bisa mempengaruhi opini publik secara langsung maupun tidak langsung.

Media massa masih dianggap sebagai media yang netral dan independen sehingga masih menjadi acuan publik dalam memperoleh informasi. Selama masa kampanye mayoritas media massa di

tanah air menjadikan tema kampanye dan pemilihan umum sebagai topik pemberitaan. Baik itu pemberitaan yang menjadi *headline* ataupun berita pendukung yang terdapat di halaman sambungan. Media cetak lokal di berbagai daerah juga tidak mau ketinggalan menjadikan pesta demokrasi ini sebagai komoditas pemberitaan.

Dalam konteks media massa sebagai sarana komunikasi politik, publik sebagai komunikan akan mendapat berbagai informasi mengenai tokoh politik yang akan bersaing memperoleh suara dalam pemilihan umum. Tidak terkecuali pada Pemilihan Presiden 2019 dimana publik bisa mengetahui aktifitas politik selama masa kampanye. Namun informasi mengenai rekam jejak calon Presiden dan Wakil Presiden bisa diketahui oleh masyarakat melalui pemberitaan di media massa. Sebab, publikasi media massa dalam meminformasikan rekam jejak calon presiden akan menjadi salah satu faktor penting bagi publik dalam menentukan pilihannya.

Tidak hanya pada tahun 2019 saja, fenomena serupa juga terjadi pada lima tahun sebelumnya yakni pada Pemilihan Presiden 2014. Pada tahun 2014 kontestasi politik mempertemukan dua Calon Presiden & Calon Wakil Presiden. Pasangan nomor urut satu Prabowo Subianto & Hatta Rajasa, sedangkan pasangan nomor urut dua Joko Widodo & Jusuf Kalla. Saat itu berbagai media massa baik nasional maupun daerah menjadikan kegiatan kampanye kedua Calon Presiden & Calon Wakil Presiden tersebut sebagai produk beritanya selama masa kampanye.

Salah satunya adalah Radar Madura sebagai media massa cetak lokal di Pulau Madura. Selama masa kampanye Pemilihan Presiden baik pada tahun 2014 maupun 2019 menjadikan pesta demokrasi

tersebut sebagai komoditas pemberitaannya. Tercatat masa kampanye Pemilihan Presiden 2014 yang berlangsung tanggal 7 Juni hingga tanggal 6 Juli 2014. Berbeda dengan Pemilihan Presiden 2014, Pemilihan Presiden 2019 memberikan waktu kampanye cukup lama yakni berlangsung selama 6 bulan lebih terhitung 23 September 2018 hingga 13 April 2019. Selama dua periode pelaksanaan Pemilihan Presiden yakni tahun 2014 dan 2019 Radar Madura terdokumentasi beberapa kali membuat berita *Headline* yang berisi kegiatan safari politik pasangan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden di Pulau Madura.

Dalam media cetak, *headline* merupakan berita yang diposisikan supaya paling banyak dibaca dan menarik perhatian. Jika peristiwa itu dijadikan headline maka pihak terkait atau khalayak menganggapnya sebagai peristiwa penting. Di sinilah media sangat berperan membentuk opini publik lewat penggiringan isu utama dalam sebuah berita.

Media massa dalam memandang peristiwa mempunyai peluang berbeda dalam mengkonstruksikannya. Sehingga satu peristiwa yang sama bisa berbeda dalam penyajiannya sesuai dengan sudut pandang tertentu. Sehingga peristiwa satu bisa dinggap penting oleh media yang satu, tapi tidak bagi yang lain.

Radar Madura sebagai salah satu media massa lokal dengan oplah cukup besar, yakni lebih dari 8000 eksemplar perhari. Radar Madura masih menjadi korang dengan oplah penjualan terbesar dan satu-satunya koran di Madura yang memiliki 5 kantor biro di wilayah Madura (Yuliandana, 2017). Dengan latar belakang tersebut tentunya Radar Madura memiliki pengaruh signifikan dalam menggiring opini publik, khususnya bagi pembacanya. Sebagai sebuah perusahaan media massa,

Radar Madura tentunya harus mengutamakan asas netralitas dalam menghasilkan produk beritanya. Meskipun sebenarnya redaksi media massa memiliki kebebasan dalam menentukan arah pemberitaan.

Namun, fenomena kecondongan media massa terhadap salah satu pasangan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden merupakan sebuah fenomena yang kerap terjadi selama masa kampanye. Bahkan tidak terkecuali pada Radar Madura, tentunya memiliki kebijakan redaksi dalam menentukan arah pemberitaannya, baik secara terang-terangan atau implisit. Dalam pemberitaan, media dituntut untuk bersikap adil dan netral serta objektif. Namun pada kenyataan banyak peristiwa yang sebenarnya krusial dan berdampak besar, media cenderung mengabaikannya.

Sehingga dalam menanggapi berbagai fenomena media massa di atas maka tulisan ini sengaja dibuat. Namun tujuan khususnya adalah mengetahui arah pembingkai Radar Madura dalam mengemas informasi kegiatan kampanye pasangan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden saat berkunjung ke Pulau Madura. Khususnya pada masa Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dan 2019 dimana mempertemukan dua Calon Presiden yang sama.

Metode

Metode yang digunakan adalah metode analisis *framing*. Tahapan yang dilakukan dimulai dari pengumpulan data, analisis data, kemudian penyajian data.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dokumentasi pemberitaan yang terkait dengan berita kampanye Pilpres 2014 dan 2019. Selanjutnya analisis data

dilakukan dengan menentukan struktur, perangkat *framing*, dan unit analisis yang diamati. Penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan hasil dari pengumpulan data yang sudah dianalisis.

Metode analisis framing digunakan untuk melakukan perbandingan pemberitaan tentang kegiatan kampanye Calon Presiden & Calon Wakil Presiden. Dengan melakukan analisis perbandingan diharapkan bisa mengetahui kebijakan yang telah diambil oleh Media Massa terkait pemberitaan kunjungan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden ke Pulau Madura. Sehingga bisa diketahui bagaimana Media Massa dalam membingkai keberpihakan dalam sebuah produk berita. Apakah media massa telah bersikap netral sesuai dengan prinsip independensi media, atau justru memperlihatkan keberpihakan melalui produk beritanya.

Selanjutnya, penelitian akan berfokus pada objek penelitian yakni harian Radar Madura. Pemilihan Radar Madura sebagai objek penelitian karena dianggap sebagai perintis media massa cetak di Pulau Madura. Radar Madura sendiri telah terbit semenjak tahun 1999 dengan selalu mengedepankan aspek lokalitas Madura dalam kontennya. Radar Madura juga merupakan salah satu media massa lokal di Madura yang memiliki jumlah pembaca yang tinggi. Sehingga berimplikasi terhadap daya sebar konten beritanya yang juga tinggi.

Dalam penelitian akan berfokus terhadap berita utama atau *headline*, yakni topik yang termuat di halaman utama dan memiliki faktor informasi "*terkuat*". Berita

utama atau *headline* memiliki peran yang cukup penting karena bisa menarik pembaca untuk membaca lebih lanjut. Sehingga pemilihan beritanya utama tentunya harus mempertimbangkan berbagai aspek. Sehingga berita utama dapat dikatakan sebagai cerminan kebijakan dari sebuah redaksi media massa.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *framing*. Tujuan penggunaan metode analisis bingkai adalah untuk membandingkan konten pemberitaan dari kegiatan kampanye dua pasang Calon Presiden & Calon Wakil Presiden. Khususnya pemberitaan yang dimuat oleh Radar Madura saat menginformasikan kegiatan kampanye Calon Presiden & Calon Wakil Presiden pada masa Pemilihan Presiden 2014 & 2019. Secara umum, metode analisis framing dapat diartikan sebagai suatu metode untuk memahami bagaimana realitas dibingkai oleh media (Eriyanto, 2012).

Pendekatan teori yang dipakai dalam metode analisis bingkai adalah teori analisis bingkai dari *Zhongdang Pan* dan *Gerald Kosicki*. Teori analisis bingkai *Pan* dan *Kosicki* terhadap objek teks dianggap lebih memadai dan komprehensif. Dalam teori *Pan* dan *Kosicki* yang menjadi fokus analisis adalah teks, di dalamnya terdapat aspek kata, kalimat, parafrase, label, dan ungkapan. Teori *Pan* dan *Kosicki* juga mempertimbangkan struktur teks dan hubungan antar kalimat atau paragraf secara keseluruhan. Sedangkan struktur unit pengamatan teori *Pan* dan *Kosicki* antara lain struktur Sintaksis, struktur Skrip, struktur Tematik, dan struktur Retoris.

Tabel 1 Struktur Wacana dan Perangkat Framing Pan & Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
----------	-------------------	-------------------

SINTAKSIS (Cara wartawan menyusun fakta)	1. Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP (Cara wartawan mengisahkan fakta)	2. Kelengkapan berita	5W+1H (Who, What, When, Where, Why + How)
TEMATIK (Cara wartawan menulis fakta)	3. Detail 4. Maksud 5. Nominalisasi 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar-kalimat
RETORIS (Cara wartawan menekankan fakta)	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar, foto, grafik

Pembahasan

Secara sederhana analisis framing bertujuan untuk menganalisis sebuah frame dari sebuah produk berita. Frame atau framing adalah sebuah istilah yang merujuk pada kebijakan sebuah redaksi media dalam membingkai sebuah peristiwa.

Framing berita dapat dilihat dari ciri perangkat *framing*, di antaranya bagaimana struktur berita dibangun, unsur berita atau yang kita kenal sebagai formula 5W+1H (istilah 5W + 1H merupakan singkatan dari What, Who, Why, Where, When dan How), bentuk kalimat, kata ganti, bahkan grafis sengaja dibuat untuk menonjolkan suatu informasi tersebut (Siregar, 2019).

Framing setiap media bergantung pada bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan atau media massa ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Setiap media memiliki

pandangan tersendiri dalam melihat sebuah peristiwa yang terjadi.

Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana media massa melakukan pembingkai terhadap sebuah realitas. Pasalnya media massa menggunakan metode *framing* sebagai metode penyajian realitas berdasar sudut pandang tertentu. Pembingkai merupakan proses konstruksi dari media, akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak.

Tood Gitlin dalam Bungin mengatakan, jika frame yang dibuat media adalah didasarkan atas berbagai kepentingan internal maupun eksternal media, baik teknis ekonomis, politis, ataupun ideologis. Akhirnya satu-satunya hal yang dipakai dalam konstruksi realitas adalah kebijakan redaksi (*redational concept*) media masing-masing. Artinya jika sebuah media telah membentuk suatu realitas dari hasil konstruksi, hal ini yang disebut sebagai sebuah konsep realitas media (Bungin, 2015).

Metode *framing* bekerja dengan cara menyajikan sebuah realita namun dibelokkan secara halus. Pembelokan dilakukan dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu, misal pemakaian diksi atau kata, kalimat, gambar atau foto, dan citra tertentu adalah contoh unsur pembelokan yang sengaja ditampilkan kepada khalayak.

Namun penonjolan aspek tetap mengacu pada topik pemberitaan dan berdasarkan fakta, seperti keharusan adanya unsur 5W + 1H. Pada dasarnya semua jenis berita baik berita utama ataupun jenis berita lain harus memiliki unsur 5W + 1H yang didasarkan oleh fakta yang sebenarnya (Chaer, 2010).

Selain syarat di atas ada syarat lain yakni bentuk artikel. Bentuk yang lebih

sering dikenal dengan sebutan "Piramida Terbalik". Penggunaan metode piramida terbalik, adalah agar pembacra dapat segera mengetahui inti dari berita yang ingin diketahuinya. Inti informasi ditulis pada alinea awal atau disebut sebagai "lead" atau "teras berita", biasanya satu hingga dua paragraf. *Lead* berita inilah yang terkadang mendapatkan penekanan sebagai penguat pembedaan sebuah berita, misal fakta-fakta tertentu yang ingin ditampilkan lebih dahulu kepada khalayak.

Berdasarkan alasan di atas maka untuk mengkaji pembedaan realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lainnya) yang dilakukan oleh media massa maka digunakan metode analisis framing. Eriyanto dalam bukunya menyebutkan bahwa Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal (Eriyanto, 2012)

Dengan demikian realitas sosial dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan bentuk dan makna tertentu. Elemen-elemen tersebut bukan hanya bagian dari teknis jurnalistik, melainkan menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.

Berdasarkan analisis data awal, terdapat empat berita utama tentang kegiatan kampanye dari pasangan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden. Dua berita berasal dari masa kampanye Pemilihan Presiden 2014, dua sisanya merupakan berita kegiatan pasangan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden pada masa kampanye 2019.

Pada masa kampanye 2014, Radar Madura memberitakan kegiatan kampanye pasangan Jokowi-Jusuf Kalla dan pasangan Prabowo-Hatta Rajasa.

Sedangkan pada masa kampanye Pemilihan Presiden 2019, Radar Madura memberitakan kegiatan kampanye pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin dan pasangan Prabowo-Sandiaga Uno. Analisis pertama dilakukan dengan membandingkan dua berita utama Radar Madura pada masa kampanye Pemilihan Presiden 2014. Kemudian dua berita utama pada kampanye Pemilihan Presiden 2019.

Tabel 1 Daftar Berita Utama Radar Madura Tentang Kampanye Pemilihan Presiden 2014

Tanggal Terbit	Judul Utama	Sub Judul
19 Juni 2014	Keliling Madura Pakai Heli	JK Janji Tingkatkan Kesejahteran Masyarakat
25 Juni 2014	Janji Jaga Kekayaan Bangsa	Prabowo Kunjungi Madura

Tabel 2 Daftar Berita Utama Radar Madura Tentang Kampanye Pemilihan Presiden 2019

Tanggal Terbit	Judul Utama	Sub Judul
20 Desember 2018	Salaman ke Ulama, Ada Setrumnya	Jokowi Yakin Menang di Madura
27 Februari 2019	Hadiri Silaturahmi, Prabowo Disambut Ratusan Ribuan Warga	-

Dengan demikian secara sistematis langkah-langkah analisa data diurutkan menjadi:

1. Data-data tentang berita kampanye Pilpres di Madura pada harian Radar Madura edisi Juni – Juli 2014 dan September 2018-April 2019.
2. Memberikan koding pada item-item berita yang sudah terkumpul.
3. Menyusun seluruh data yang diperoleh dan sesuai dengan urutan pembahasan yang telah direncanakan.
4. Melakukan analisis dengan analisis framing model ZhongDang Pan dan Gerald M. Kosicki.

- Melakukan interpretasi terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai hasil kesimpulan.



Gambar 1 Radar Madura edisi 19 Juni 2014
Judul Headline: *Keliling Madura Pakai heli (JK Janji Tingkatkan Kesejahteraan Masyarakat)*
Sumber : Harian Radar Madura



Gambar 2 Radar Madura edisi 19 Juni 2014
Judul Headline: *Tunjukkan Dukungan, Relawan Sampang Galang Dana*
Sumber : Harian Radar Madura

Gambar 2 Radar Madura edisi 19 Juni 2014 (Halaman Sambungan)
Sumber : Harian Radar Madura
Penggunaan judul "*Keliling Madura Pakai heli*" sebagai judul berita utama merupakan kebijakan yang diambil redaksi Radar Madura. Hal tersebut menampilkan bahwa Radar Madura tidak menjadikan janji-janji kampanye politik sebagai sudut pemberitaan. Janji politik JK kemudian baru diangkat dalam sub judul yakni "*JK Janji Tingkatkan Kesejahteraan Masyarakat*". Hal ini membuktikan bahwa Radar Madura tidak menyinggung janji politik pada judul berita, meskipun sejatinya Jusuf Kalla berkunjung untuk kepentingan politik. Kunjungan Calon Wakil Presiden periode 2014-2019 ke Pulau Madura adalah untuk menarik simpati masyarakat Madura.

Kemudian berdasar analisis sintaksis, headline atau judul, Radar Madura menggunakan pemilihan diksi kata yang tidak berlebihan arti. *Headline* merupakan struktur sintaksis yang sering digunakan untuk menggiring opini pembaca ke arah tertentu. Kesimpulannya sebenarnya *headline* ini merupakan *framing device* yang paling penting.

Pulau Madura ternyata menjadi tujuan kampanye dalam Pemilihan Presiden 2014. Kemarin (18/06) calon wakil presiden dari pasangan nomor urut 2 Jusuf Kalla datang ke Madura. Pria yang biasa disapa JK mendatangi setiap kabupaten di Madura, kecuali Sampang. Dia datang dari satu kabupaten ke Kabupaten lainnya dengan menggunakan helikopter.

Sedangkan berdasarkan lead di atas, Radar Madura tampak berusaha bersikap netral dengan tidak memunculkan kalimat opini pada lead berita. Dalam lead berita hanya memunculkan kronologi kedatangan Calon Wakil Presiden Jusuf Kalla. Isi pemberitaan mayoritas merujuk pada aktifitas kunjungan JK ke Madura.

Dalam pemuatan berita kunjungan JK ini, Radar Madura cenderung menampilkan fakta bentuk dukungan dari beberapa tokoh & perwakilan di beberapa kabupaten yang dikunjungi JK. Sebagian besar isi pemberitaan yang dimuat lebih merujuk pada aktifitas seputaran kunjungan JK ke Madura.

Kemudian pada halaman berita sambungan Radar Madura sengaja menampilkan bentuk dukungan relawan pendukung sebagai subjudul. Meskipun ada aksi dukungan, namun Radar Madura tidak menjadikannya sebagai sudut pandang utama.

Judul berita sambungan yang dimaksud adalah, "*Tunjukkan Dukungan, Relawan Sampang Galang Dana*". Bentuk dukungan relawan juga ditampilkan Radar Madura dalam penggalan sebuah paragraf yakni :

Meski kabupaten terdekat dari Bangkalan adalah Sampang, JK tidak mendarat di kabupaten tersebut. Namun, hal itu tidak menyurutkan semangat sejumlah relawan untuk menunjukkan dukungannya.

Sedangkan dari segi analisis skrip, cara wartawan mengisahkan peristiwa tersebut sudah terbilang kurang lengkap. Salah satu aspek 5W+1H kurang lengkap adalah tidak adanya unsur *Why*. Hal tersebut bisa dilihat dari tidak disebutkan alasan mengapa JK memilih mengunjungi tempat-tempat tertentu (*Why*), serta tidak dijelaskan alasan JK tidak mengunjungi Kabupaten Sampang.

Lalu berdasar analisis struktur tematik, Radar madura berusaha netral dengan tidak memasukkan opini. Dalam berita kunjungan JK terdapat tiga tema yang ditampilkan, yakni usaha JK mencari dukungan dari golongan Ulama, tentang bentuk dukungan dari relawan, terakhir mengklarifikasi isu yang menerpa. Seperti

yang terlihat dalam isi paragraf berikut:

Dalam orasi politiknya, JK menegaskan hubungan Jokowi dengan warga di beberapa wilayah Indonesia tidak ada masalah, seperti halnya dengan warga Aceh dan Pulau Alor, Nusa Tenggara Timur (NTT).

"Hubungan Pak Jokowi dengan warga disana tidak ada masalah, semuanya damai. Kami akan bekerja keras agar menjadi bangsa yang satu", tegasnya.

Kemudian berdasar analisa retorik, unsur yang dipakai Radar Madura adalah penggunaan kata sapaan "*Dia*" sebagai panggilan Jusuf Kalla. Hal ini merepresentasikan bentuk "keakraban" antara penulis & obyek. Hal tersebut terlihat dalam penggalan kalimat di bawah:

Dia datang dari satu kabupaten ke kabupaten lainnya menggunakan helikopte.

Selain panggilan "*Dia*" dalam teks berita, Radar Madura juga menggunakan sapaan khas bagi Jusuf Kalla yakni JK. Panggilan tersebut merupakan idiom yang melekat di masyarakat dalam menyebut Jusuf Kalla. Sebutan ini digunakan Radar Madura untuk menambah kesan keakraban dengan pembaca.

Unsur retorik lainnya adalah penggunaan grafis karikatur sosok JK untuk menghindarkan obyek dari kesan kaku. Helikopter yang dibuat karikatur juga menghindarkan kesan mewah. Hasilnya, obyek dalam hal ini Jk akan terkesan tetap *low profile* meskipun melakukan kunjungan dengan menggunakan helikopter.

Faktor pendukung unsur retorik yang lain adalah penggunaan foto utama. Radar Madura dalam pemberitaan kunjungan JK tidak menggunakan foto yang menggambarkan keramaian saat melakukan orasi. Justru foto yang dipakai

adalah kunjungan JK saat berziarah ke makam salah satu Ulama Bangkalan



Gambar 4 Radar Madura edisi 25 Juni 2014
Judul Headline: *Janji Jaga Kekayaan Bangsa*
(Prabowo Kunjungi Madura)
Sumber : Harian Radar Madura



Gambar 5 Radar Madura edisi 25 Juni 2014
(Halaman Sambungan)
Sumber : Harian Radar Madura

Sedangkan pada berita kunjungan Prabowo Subianto ke Pulau Madura, Radar Madura terlihat menjadikan janji politik Prabowo Subianto sebagai sudut utama berita. Bahkan kunjungan Calon Presiden pasangan nomor urut satu ini dibingkai

Radar Madura dengan nuansa *nasionalisme*. "*Janji Jaga Kekayaan Bangsa*" adalah judul yang digunakan Radar Madura untuk menggambarkan berita kegiatan kampanye Prabowo Subianto di Madura. Sehingga kemudian terkesan menimbulkan pertanyaan mampukah Prabowo Subianto menjaga kekayaan alam Indonesia.

Berdasar analisis sintaksis, judul *headline* yang dibuat oleh Radar Madura berusaha menegaskan nuansa *nasionalisme*. Buktinya adalah pemilihan diksi kata dalam judul berita yaitu kata "*bangsa*". Diksi kata tersebut terkesan mewakili keseluruhan bangsa Indonesia. Sikap senada juga dapat dilihat dari lead yang diturunkan Radar Madura:

Pulau Madura ternyata mendapat perhatian besar dari calon presiden (Calon Presiden) Prabowo Subianto. Kemarin (24/6) Calon Presiden dari pasangan nomor urut 1 itu menyapa ribuan pendukungnya di Bangkalan. Kepada masyarakat Bangkalan, Prabowo berjanji akan menjaga kekayaan bangsa jika dia terpilih menjadi presiden nanti.

Kesan "*heboh*" tampak dalam pemberitaan kunjungan Prabowo Subianto. Radar Madura terkesan menampilkan antusiasme masyarakat. Terlebih Radar Madura sengaja menampilkan janji politik dari Prabowo Subianto sebagai bumbu "*kehebohan*". Bahkan, kesan kehebohan terlihat pada judul halaman berita sambungan, yakni "*Disambut Ribuan Warga, Tim Keamanan Kewalahan*".

Kesan "*heboh*" juga nampak dalam beberapa paragraf teks berita. Seperti dalam penggalan paragraf di bawah:

Prabowo tiba di Bangkalan pukul 10.30. Prabowo datang ke Madura dengan menggunakan jalur udara. Kedatangan Prabowo disambut ribuan warga bangkalan.

Bahkan, sejak pagi masyarakat rela menunggu kedatangan capres ini di sekitar alun-alun.

Pernyataan Prabowo tersebut langsung disambut sorak ribuan pendukungnya.

Penyambutan dilakukan sejak pukul 09.00. selama menunggu kedatangan Prabowo, ulama dan masyarakat melantunkan shalawat.

Dalam penggalan paragraf di atas terkesan menunjukkan bentuk antusiasme masyarakat kepada Prwbowo Subianto.

Selanjutnya adalah berdasarkan analisa skrip, kelengkapan aspek 5W+1H yang diaplikasikan ke dalam pemberitaan kunjungan Prabowo kurang lengkap. Aspek kurang mendapat perhatian lebih dari Radar Madura yakni *how & why*. Radar Madura tidak menjelaskan bagaimana (*how*) kunjungan Calon Presiden Prabowo Subianto di kabupaten lainnya. Radar Madura juga tidak menjelaskan alasan (*why*) mengapa konten liputan kunjungan Prabowo di Bangkalan lebih besar porsiya dibanding kabupaten lainnya.

Berdasar analisis struktur tematik, tidak ada opini yang sengaja dimasukkan ke dalam teks berita tentang kunjungan Prabowo Subianto. Kemudian terdapat tiga tema yang ingin ditampilkan kepada khalayak pembaca. Tema pertama adalah mengangkat tentang kekayaan alam Indonesia. Hal tersebut tampak dalam paragraf berikut:

"Sumber daya alam di negeri ini sangat melimpah, bahkan kita masuk ke dalam negara terkaya ke lima di dunia. Tapi faktanya tidak seperti itu," ucapnya saat berorasi di lapangan alun-alun Bangkalan kemarin.

"Saya akan alokasikan kekayaan negara kita kepada kepada kemakmuran Rakyat," ucapnya berapi-api.

Tema kedua adalah sambutan luar

biasa dari masyarakat bangkalan, dan bentuk dukungan dari lapisan masyarakat sebagai tema ketiga.

Banyak aspek retorik yang terdapat dalam teks berita, seperti penggunaan diksi kata "*merangsek*". Penggunaan kata "*merangsek*" bisa berkonotasi positif atau bahkan berkonotasi negatif. Sedangkan aspek penggunaan kata yang terkesan berlebihan adalah yang terdapat dalam judul berita sambungan. Judul yang berbunyi "*Disambut Ribuan Warga, Tim Keamanan Kewalahan*". Pemakaian kata "*kewalahan*" jelas ingin menunjukkan kesan kehebohan kunjungan Prabowo Subianto.

Dalam teks berita tidak terdapat penggunaan kata ganti panggilan terhadap Prabowo Subianto. Hal ini diduga sebagai bentuk penulis untuk memperkuat kesan penghormatan. Penulis terkesan berupaya supaya pembaca menganggap jika Prabowo Subianto adalah sosok yang disegani.

Aspek retorik lainnya adalah penggunaan foto utama yang sengaja memperlihatkan kedatangan Prabowo yang menaiki helikopter. Kesan yang terdapat dalam foto utama ini adalah kesan jika Prabowo merupakan orang yang berpengaruh. Terlebih, dalam foto juga terdapat obyek manusia yang memberi hormat kepada Prabowo. Terlebih, dalam foto juga terdapat obyek manusia yang memberi hormat kepada Prabowo. Radar Madura juga menggunakan foto tambahan yang menggambarkan keriuhan dari masyarakat yang berebut menyalami Prabowo. Foto tersebut terkesan memperkuat unsur kehebohan yang secara umum terdapat dalam teks berita.

Salaman ke Ulama, Ada Setrumnya



Gambar 6 Radar Madura edisi 20 Desember 2018

Judul Head Line: *Salaman ke Ulama, Ada Setrumnya (Jokowi Yakin Menang di Madura)*
Sumber : Harian Radar Madura

Salaman ke Ulama, Ada Setrumnya



Gambar 7 Halaman Sambungan
Sumber : Harian Radar Madura

Berdasarkan judul berita utama "*Salaman ke Ulama, Ada Setrumnya*", justru terkesan menampilkan konotasi humor karena menyebut tangan ulama memiliki aliran listrik sehingga mengakibatkan ter-setrum. Padahal secara ilmiah hal tersebut tidak bisa dibuktikan. *Gimmick* humor seperti ini merupakan ciri khas Calon Presiden Joko Widodo ketika menemui masyarakat. Dan hal ini membuat masyarakat merasa nyaman dan antusias, buktinya banyak sekalivideo di kalam *youtube* yang mendokumentasikan kegiatan Joko Widodo saat turun ke masyarakat.

Alasan tersebut yang membuat Radar Madura ingin menampilkan Jokowi sebagai seorang yang humoris dan tidak kaku. Sehingga bertolak belakang dengan representasi seorang Calon Presiden yang harus tampil formal, resmi, dan kaku.

Calon Presiden Joko Widodo direpresentasikan sebagai pribadi yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi oleh

Radar Madura. Hal ini terlihat pada sub-judul yang berbunyi "*Jokowi Yakin Menang di Madura*". Radar Madura ingin menampilkan Joko Widodo sangat optimis dalam menghadapi Pemilihan Presiden 2019.

Kemudian berdasar analisis sintaksis, headline atau judul, Radar Madura berusaha menunjukkan sikap netral dengan tidak menggunakan pemilihan diksi kata yang berlebihan arti misal bertema janji-janji politik Joko Widodo. Radar Madura justru menggunakan diksi kata terkesan santai. Seperti mengangkat berbagai *gimmick* humor dari Joko Widodo.

Kemudian dalam lead berita, Radar Madura berusaha menunjukkan sikap netral dengan tidak memunculkan kalimat opini pada lead berita. Narasi pada lead berita berisi rangkaian kegiatan Joko Widodo, salah satunya adalah menghadiri deklarasi dukungan Ulama Madura kepada Joko Widodo.

Presiden Joko Widodo mengunjungi Bangkalan kemarin (19/12). Selain menghadiri deklarasi akbar dukungan ulama Madura, dia menyerahkan ribuan sertifikat tanah kepada warga Jawa Timur.

Dalam badan berita hanya terdapat satu narasumber yakni Joko Widodo. Hal ini mengakibatkan berita tidak ada pembandingan dari sumber lain. Sehingga prinsip "*cover both side*" tidak bisa dijalankan dengan baik. Dalam konteks jurnalisme sumber informasi atau narasumber sebaiknya paling tidak berasal dari dua orang berbeda.

Sedangkan di dalam badan berita, Radar madura justru sebagian besar berisi berbagai pernyataan Calon Presiden Joko Widodo menanggapi isu-isu yang tengah menerpa dirinya belakangan ini. Usaha Joko Widodo mengklarifikasi berbagai isu negatif ini bahkan terdapat dalam 8 paragraf berurutan. Porsi yang cukup

banyak ini menandakan bahwa Radar Madura berusaha membantu Joko Widodo guna mengklarifikasi berbagai isu negatif. Padahal sejatinya agenda kunjungan Joko Widodo saat itu bukan untuk klarifikasi saja.

Berdasar analisis skrip, cara wartawan mengisahkan peristiwa tersebut terbilang kurang lengkap. Salah satu aspek 5W+1H kurang lengkap adalah bagaimana hasil kunjungan Joko Widodo (*How*). Dalam berita tidak dijelaskan bagaimana hasil kegiatan. Radar Madura tidak menyebutkan hal-hal apa saja yang sudah terjadi dalam kunjungan Joko Widodo ke Kabupaten Bangkalan.

Radar Madura terkesan memasukkan berbagai isu negatif terhadap Joko Widodo sebagai isi berita. Hal tersebut terlihat dalam 8 paragraf yang berisi klarifikasi Joko Widodo. Sehingga berdasar analisis struktur tematik, justru mengakibatkan terangkatnya isu dengan menjelaskan dengan detail isu apa saja yang berhembus. Pasalnya tidak semua masyarakat tahu isu negatif tersebut dan akhirnya menimbulkan asumsi yang beragam. Meskipun di dalam berita telah diklarifikasi langsung oleh Joko Widodo.

Dalam berita terdapat tiga tema yang ingin ditampilkan, yakni mengklarifikasi isu yang menerpa, apresiasi Joko Widodo dalam menanggapi dukungan dari golongan Ulama, terakhir adalah aktifitas Joko Widodo sebagai Presiden RI. Namun Radar Madura dominan mengangkat tema tentang isu-isu negatif yang menerpa Joko Widodo.

Berdasar analisa retorik, unsur retorik yang dipakai oleh adalah penggunaan kata sapaan "*Di*" sebagai panggilan Joko Widodo. Hal ini sebagai bentuk untuk menunjukkan "keakraban" antara penulis & obyek.

Unsur retorik lainnya adalah penggunaan foto sebagai foto utama

berita. Dalam pemberitaan kunjungan Joko Widodo tersebut ke Kabupaten Bangkalan terdapat dua foto yang ditampilkan. Pertama foto Joko Widodo tengah naik delman, kedua adalah foto Joko Widodo berada dipodium. Namun hanya satu foto yang digunakan sebagai foto utama dalam melengkapi berita utama yakni foto Joko Widodo tengah naik delman, sedangkan foto kedua dipakai sebagai foto untuk pelengkap berita.

Foto utama yang digunakan oleh Radar Madura adalah tipe foto *Long Shoot*. Obyek foto yakni Joko Widodo tepat berada di tengah bingkai foto, hal ini memberi kesan jika Joko Widodo adalah pusat perhatian. Sedangkan dalam komposisi foto berisi keramaian warga dalam menyambut Joko Widodo. Hal tersebut terlihat dari banyaknya warga yang menjadi latar depan foto. Foto Joko Widodo berada dalam alat transportasi tradisional delman, juga memberi kesan keakraban Joko Widodo dengan masyarakat. Hal tersebut terlihat dari banyaknya masyarakat yang mencoba bersalaman dengan Joko Widodo.

Foto Joko Widodo tersebut juga merepresentasikan keakrabannya dengan pimpinan pemerintah daerah. Hal ini terlihat dari isi rombongan yang berada di dalam delman. Yakni Bupati Kabupaten Bangkalan R. Abdul Latief Amien Imron. Secara struktural Presiden Joko Widodo adalah pimpinan tertinggi dari Bupati Bangkalan.



Gambar 8 Radar Madura edisi 27 Februari 2019
Judul headline: *Hadiri Silaturahmi, Prabowo Disambut Ratusan Ribu Warga*
Sumber : Harian Radar Madura

Hadiri Silaturahmi, Prabowo Disambut Ratusan Ribuan Warga

Sambungan dari hal 17

Sebelumnya, dia menghadiri silaturahmi dengan ulama dan tokoh masyarakat di Pondok Pesantren Assaad di Desa Ambumen Timur, Kecamatan Ambumen, Samerep.

Setelah itu, dia bergeser ke Kota Gerbang Salam dengan menaiki helikopter dan landing di lapangan SMAN 3 Pamekasan. Sepanjang jalan masyarakat menyambut kedatangan Prabowo dengan melambaikan tangan. Prabowo juga membalas dengan lambaian tangan.

Tiba di Pongpes Bata-Bata, dia disambut ratusan kiai dan ulama. Prabowo juga menyempatkan sowan kepada Pengasuh Pongpes Mambaul Ulum Bata-Bata (Muba) RKH M. Tahir Abd. Hamid. Setelah itu, dia bergeser ke lapangan madrasah untuk mengikuti doa kebangsaan.

"Kami ke sini bersilaturahmi

dan meminta doa kiai-kiai, jadi, bukan kampanye. Karena itu, kami berterima kasih kepada kiai dan habaib atas sambutan yang luar biasa ini," kata Prabowo.

Dalam doa kebangsaan itu, Prabowo menginginkan masyarakat Indonesia sejahtera dan gemilang. Ibu-ibu tidak menangis karena kekurangan belanja. Bapak-bapak juga bisa mendapatkan pekerjaan yang layak.

"Bangsa Indonesia harus berdiri tegak di atas kaki sendiri. Sebelum saya dipanggil oleh Allah, saya ingin melihat itu yang dirasakan oleh masyarakat Indonesia" katanya.

Kepada ratusan ribu warga yang hadir, Prabowo menyampaikan jika sisa hidupnya akan diwakilkan untuk bangsa dan negara. "Saya berdoa kepada Allah untuk diberi kesempatan berbakti kepada rakyat, bangsa, dan negara," terangnya.

Pada kesempatan itu, dia menyampaikan kegugumannya kepada orang Madura. Orang Madura dikenal dengan pekerja keras, militan, dan setia. Hal itu diketahui saat menjadi komandan komando pasukan khusus (Kopasus). "Terima kasih kepada masyarakat Madura yang luar biasa," terangnya.

Dewan A'wan Pongpes Muba RKH M. Tahir Abd. Hamid mengucapkan terima kasih kepada Prabowo yang hadir pada kesempatan tersebut. Begitu juga kepada kiai, ulama, habaib, dan masyarakat. "Ini bukan kampanye. Tapi, silaturahmi dan doa bersama untuk kemaslahatan umat dan bangsa," terangnya.

Pada akhir acara, Prabowo mendapatkan cenderamata sebagai sahabat Bata-Bata dari RKH M. Tahir Abd. Hamid. (sin/luq)

Gambar 9 Halaman sambungan
Sumber : Harian Radar Madura

Representasi suasana kunjungan Calon Presiden Prabowo Subianto di Kabupaten Pamekasan sengaja digunakan Radar Madura sebagai judul berita. Hal ini terlihat dari pemilihan kata dalam judul berita. Penggunaan kata "*ratusan ribu warga*" terkesan menampilkan jumlah dukungan warga yang sangat banyak. Meskipun tidak ada angka yang menyebutkan secara pasti jumlah warga yang datang.

Pemilihan judul tersebut merepresentasikan tingginya antusiasme masyarakat yang hadir untuk mengikuti kampanye Prabowo Subianto. Meskipun sejatinya pemberitaan tersebut hanya menggambarkan keramaian di salah satu daerah saja. Namun opini dari pembaca yang muncul adalah tingkat popularitas Calon Presiden Prabowo Subianto cukup tinggi.

Selanjutnya adalah berdasar analisis sintaksis. *Headline* yang ditampilkan oleh Radar Madura adalah tentang suasana kampanye Prabowo Subianto. Radar Madura berusaha menegaskan nuansa "*keramaian*" dengan pemilihan diksi kata yang sesuai untuk judul beritanya. Pemilihan diksi kata "*ratusan ribu*" adalah contoh cara untuk memperkuat kesan pementakan berita.

Sikap senada juga terlihat pada lead berita. Radar Madura sekali lagi terkesan memperkuat representasi Prabowo Subianto sebagai Calon Presiden yang memiliki tingkat popularitas cukup tinggi. Radar Madura menjadikan antusiasme masyarakat yang terkesan "*heboh*" dengan pemilihan kata "*ratusan ribu warga*" sebagai bumbu penguat "*kehebohan*".

Ratusan ribu warga tumpah ruah di halaman Madrasah Mambaul Ulum Bata-Bata (Muba) Pamekasan kemarin (26/2). Mereka mengikuti silaturahmi dan doa kebangsaan yang dihadiri calon presiden (Calon Presiden) nomor unrut 02 Prabowo Subianto.

Penggunaan diksi kata "*ribuan*" juga terdapat pada paragraf kedua berita kunjungan Calon Presiden Prabowo Subianto. Hal ini sekali lagi mencerminkan tingginya animo warga dalam menghadiri kunjungan Prabowo Subianto.

Kedatangan Prabowo disambut ribuan konvoi sepeda motor dari depan SMAN 3 Pamekasan menuju Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata (Muba).

Berdasarkan analisa skrip, aspek dari 5W+1H yang kurang mendapat perhatian Radar Madura yakni aspek (*why*). Radar Madura tidak mendeskripsikan dengan jelas alasan mengapa Prabowo Subianto memilih Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata sebagai lokasi yang dia dikunjungi. Wartawan tidak menjelaskan alasan pemilihan lokasi kampanye oleh Prabowo Subianto.

Tidak ada opini yang sengaja dimasukkan oleh wartawan ke dalam teks berita. Hal tersebut berdasar analisis struktur tematik, tentang kunjungan Prabowo Subianto.

Kemudian setidaknya diperoleh dua tema yang ingin ditampilkan Radar Madura kepada khalayak pembaca.

Pertama adalah kunjungan Prabowo Subianto ke Pamekasan. Tema kedua adalah sambutan luar biasa dari masyarakat Pamekasan, terakhir adalah bentuk dukungan dari lapisan masyarakat sebagai tema.

Kemudian berdasarkan analisis Retoris, banyak aspek retorik yang terdapat dalam teks berita. Seperti penggunaan diksi kata "*tumpah ruah*". Penggunaan kata "*tumpah ruah*" bisa berkonotasi positif atau bahkan berkonotasi negatif. Salah satunya adalah merepresentasikan sebuah situasi yang terdiri dari banyak orang.

Penggunaan diksi kata lain yang terkesan ingin melakukan penekanan adalah judul berita yang berbunyi "*Hadiri Silaturahmi, Prabowo Disambut Ratusan Ribu Warga*". Pemakaian kata "*Ratusan Ribu*" jelas ingin menunjukkan kesan keramaian kunjungan Prabowo Subianto. Pasalnya dalam teks berita tidak dijelaskan dengan pasti berapa jumlah masyarakat yang datang menghadiri kampanye dari Prabowo Subianto. Sehingga penggunaan diksi kata dalam judul tersebut bisa menimbulkan opini tertentu dari pembaca.

Selanjutnya adalah penggunaan kata ganti panggilan dalam teks berita. Dalam hal ini adalah kata ganti panggilan terhadap Prabowo Subianto yakni "*dia*". Namun kata ganti tersebut hanya digunakan pada awal berita.

Penggunaan kata ganti "*dia*" tidak lagi digunakan oleh Radar Madura dalam teks berita. Kemudian diganti dengan penyebutan nama Prabowo Subianto secara langsung. Penyebutan langsung nama Prabowo Subianto merupakan bentuk penulis untuk memperkuat kesan penghormatan.

Penyebutan nama secara langsung kepada Prabowo Subianto dipilih oleh penulis di dalam teks berita dibandingkan penggunaan kata ganti "*beliau*". Opini

yang timbul oleh pembaca kemungkinan adalah anggapan jika Prabowo Subianto disegani dan dihormati.

Aspek selanjutnya yang dianalisis adalah aspek retorik berdasarkan pemilihan foto utama sebagai pelengkap berita. Pemilihan foto utama didasari oleh berbagai pertimbangan, salah satunya adalah bisa merepresentasikan peristiwa yang terjadi. Sehingga bisa memperkuat deskripsi yang dinarasikan dalam teks berita.

Dalam berita kampanye Calon Presiden Prabowo Subianto di Pamekasan, foto yang digunakan adalah foto suasana orasi. Dalam foto utama tersebut terlihat sambutan warga yang meriah. Foto dengan pengambilan *long shoot* tersebut menampilkan Prabowo Subianto menyambut kerumunan masyarakat. *Frame* foto terlihat penuh dengan objek manusia yang terlihat mengarah ke arah Prabowo Subianto. Kesan yang tampak dalam foto adalah jika Prabowo merupakan orang yang berpengaruh dan dihormati oleh masyarakat. Terlebih, foto utama tersebut terdapat representasi nomor urut Prabowo Subianto, yakni nomor dua. Hal tersebut terlihat dari masyarakat yang mengacungkan logo jari yang identik dengan pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno.

Selain foto utama tadi, Radar Madura juga memakai foto tambahan sebagai pendamping. Foto tambahan tersebut menangkap momen pemberian kenang-kenangan yang diterima oleh Prabowo Subianto. Foto dengan tipe *wide* memperlihatkan dua objek utama yakni Prabowo Subianto dan RKH M. Tohir Abd. Hamid yang merupakan pengurus Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata. Kedua objek tadi berdiri dengan latar belakang keramaian masyarakat. Berdasarkan foto tersebut, makna yang direpresentasikan adalah Prabowo

Subianto mendapat sambutan resmi dari pondok pesantren tempatnya berkunjung.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, Harian Radar Madura telah melakukan proses pembedaan berita. Hasil tersebut diketahui berdasarkan analisis data menggunakan analisis framing model Zhong Dang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis data dilakukan terhadap 4 berita *headline* Radar Madura yang berisi kegiatan kampanye pasangan Calon Presiden & Calon Wakil Presiden untuk periode Pemilihan Presiden 2014 & 2019.

Hasil analisis adalah Radar Madura telah melakukan pembedaan dalam membingkai berita kampanye Pemilihan Presiden pada masa kampanye 2014, yakni pada berita *headline* edisi 19 Juni 2014 dan 25 Juni 2014. Bahkan pada masa kampanye 2019 hal serupa juga dilakukan oleh Radar Madura dalam memberitakan kegiatan kampanye Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden. Pembedaan dilakukan pada edisi 20 Desember 2018 dan edisi 27 Februari 2018.

Perbedaan pembedaan yang dilakukan Radar Madura terlihat pada tema & konsep berita. Kemudian pada pemilihan diksi kata serta foto yang berbeda sehingga menimbulkan makna berita yang berbeda. Contohnya adalah pemberitaan pada masa kampanye 2014. Radar Madura mengangkat janji politik Prabowo Subianto sebagai judul utama. Sebaliknya, Radar Madura tidak menampilkan Jusuf Kalla dengan berbagai janji politiknya. Sedangkan pada masa 2019, Radar Madura mengangkat fenomena keramaian warga sebagai judul utama berita kunjungan Prabowo Subianto ke Madura. Pembedaan tersebut menandakan bahwa kunjungan Calon Presiden Prabowo Subianto ramai didatangi masyarakat. Sehingga

menimbulkan asumsi bahwa dukungan masyarakat terhadap Prabowo Subianto cukup besar.

Sebaliknya, berita kunjungan Calon Presiden Joko Widodo, judul pemberitaan yang ditampilkan Radar Madura adalah dengan unsur humor sebagai judul. Pemakaian judul tersebut tentunya menimbulkan persepsi khalayak yang berbeda dengan berita kunjungan Calon Presiden Joko Widodo. Bahkan terkesan jika kedatangan Calon Presiden Joko Widodo tidak untuk kegiatan politik.

Makna lain berdasar analisis adalah Radar Madura ingin menampilkan sosok Prabowo Subianto sebagai seorang tokoh besar dan dekat masyarakat Madura. Hal ini direpresentasikan dengan foto yang menampilkan Prabowo Subianto yang dikelilingi oleh masyarakat serta foto Prabowo Subianto menerima kenang-kenangan dari pimpinan pondok pesantren.

Berbeda dengan kunjungan Joko Widodo, Radar Madura terkesan ingin menampilkan kesederhanaan dan tidak menyebutkan sesuatu yang terkesan besar atau fenomenal, melainkan hanya gambaran *guyon* dari Joko Widodo. Hal ini terlihat pemilihan judul berita yang merepresentasikan humor dari Joko Widodo. Sedangkan pada masa 2014 Radar Madura menampilkan kesederhanaan dari Jusuf Kalla dimana saat itu sebagai pasangan Joko Widodo. Saat itu Radar Madura tidak menampilkan janji politik Jusuf Kalla sebagai seorang Calon Wakil Presiden.

Dari kesimpulan di atas terlihat jika Radar Madura menampilkan Prabowo Subianto sebagai seorang tokoh yang dihormati oleh masyarakat Madura. Berbeda dengan pemberitaan kunjungan Joko Widodo, Radar Madura menampilkannya sebagai kunjungan kerja Presiden. Bahkan isi pemberitaan yang

ada justru berfokus pada isu-isu yang menerpa Joko Widodo.

Perbedaan dalam merepresentasikan kegiatan kedua Calon Presiden tersebut merupakan sebuah kebijakan redaksi dari Radar Madura. Hal tersebut bisa dikatakan sebagai sebuah kecondongan media massa terhadap sebuah tema atau kepentingan tertentu.

Namun mengingat jika media massa memiliki pengaruh yang kuat terhadap khalayak, maka tentunya setiap produk media massa bisa menggiring opini publik. Sehingga dikhawatirkan akan menimbulkan lahirnya opini masyarakat yang beragam. Misal penggiringan opini untuk menentukan sebuah keputusan, atau berdampak pada simpati dan empati terhadap sebuah hal.

Lebih jauh, praktek pembingkaihan berita akan menimbulkan persepsi bahwa media massa terkesan menjadi alat komunikasi politik sebuah golongan. Sehingga prinsip netralitas dan independensi media massa perlu dipertanyakan kembali. Produk berita media massa jangan sampai menjadi bias dan justru menimbulkan penggiringan opini.

Referensi

- Badara, A. (2012). Analisis Wacana, Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Grup.
- Bungin, M. B. (2015). Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaer, A. (2010). Bahasa Jurnalistik. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2012). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: LKIS.
- Masyhuri, Kahar. (2016). Media Massa Sebagai Wujud Reformasi dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Islam. Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, Vol 2 29-48.
- McQuail, D. (2010). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: PT Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, A. S. (1999). Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek. Jakarta: PT Logos wacana ilmu.
- Nugroho, A. (2012). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jateng pada Harian Suara Merdeka. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 1 1-9. <https://doi.org/10.14710/interaksi.1.1.1-9>
- Respati, Wira. (2014). Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi Di Indonesia. HUMANIORA, Vol 5 No 1 39-51.
- Romli, A. S. (2001). Jurnalistik Praktis. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2014). Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan Didalam Media Massa. Jakarta: Prenada Media.
- Siregar, A. E. (2013) "Independensi dan netralitas jurnalisme dan media".
- Siregar, B. (2019). Framing Berita Calon Presiden-Calon Wakil Presiden Pada Pemilihan Presiden 2019 di Harian Umum Replubika dan Koran

- Tempo. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul.
- Sobur, A. (2001). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumadiria, AS H. (2010). Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media
- Tabroni, Roni. (2012). Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 10 105-116.
- Yuliandana, Rahmatullah Ferdi. (2017). Inovasi Komunikasi Pemasaran Koran Radar Madura (Jawa Pos Group) Dalam Mempertahankan Oplah Penjualan Koran Cetak di Tengah Persaingan Berita Media Sosial. Portal Tugas Akhir Universitas Trunojoyo Madura.
- Sumber lain:
Harian Radar Madura edisi Juni-Juli 2014
Harian Radar Madura edisi September 2018 – April 2019