

ANALISIS *FRAMING* SEPUTAR INEWS SIANG RCTI SEGMENT “PILIHAN INDONESIA 2019”

Tubagus Muhammad Rayhan¹, Wirda Yulita Putri²

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
tubagusrayhan44@mail.com*

²*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
Wirdaputri107@gmail.com*

Diterima: Bulan, Tahun **Direview:** Bulan, Tahun **Diterbitkan:** Bulan, Tahun

Abstrak.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pesta demokrasi di tahun 2019, pada masa-masa tersebut program Seputar iNews Siang membuat satu segmen khusus mengenai berita-berita khusus politik yang berkaitan dengan capres, cawapres maupun tokoh politik lainnya yang juga menjadi bagian dari tokoh penting dari masa pesta demokrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana program Seputar iNews Siang melakukan pembingkai berita pada segmen “Pilihan Indonesia 2019” lalu dikaitkan dengan analisis *framing* milik Robert N. Entman dan bagaimana program tersebut mengkonstruksinya. Tinjauan Pustaka dalam penelitian ini meliputi Media Massa, Berita, Ideologi Media, Konstruksi realitas oleh media massa, Analisis *Framing*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Pada metode deskriptif akan mengeksplorasi atau menjelajahi peristiwa yang akan diteliti secara mendalam. Penelitian ini menjelaskan bagaimana sebuah *framing* dibentuk oleh program berita, *framing* dibentuk dalam dua aspek yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dari suatu isu. Seleksi isu yang ditampilkan oleh segmen “Pilihan Indonesia 2019” di program Seputar iNews Siang menurut tim redaksi RCTI ialah berdasarkan kegiatan yang berkaitan dengan tema besar pemilu 2019 Penonjolan isu yang dilakukan oleh segmen “Pilihan Indonesia 2019” adalah berdasarkan tiga aspek yang mempengaruhi pemberitaan dalam suatu program yakni adalah bahasa yang mengungkapkan gagasan dengan kalimat, narasi, *headline* yang memperjelas penekanan. Lalu *framing* yang dilakukan tim redaksi terhadap suatu peristiwa dan disiarkan kepada khalayak luas dan agenda *setting* yang membuat arah kemana redaksi pemberitaan selama waktu yang ditentukan.

Kata Kunci : *Media Massa, Konstruksi realitas, Framing, Segmen Pilihan Indonesia 2019*

Abstract

This research was motivated by the existence of a democratic party in 2019, during those times the Seputar iNews Afternoon Program made a special segment of political-specific news relating to presidential candidates, vice presidential candidates and other political figures who were also part of important figures from the party period democracy. This study aims to find out how the Seputar iNews Siang program conducted news framing on the "Indonesia 2019 Indonesia" segment and then linked it to Robert N. Entman's framing analysis and how the program constructed it. Literature review in this study includes Mass Media, News, Media Ideology, Construction of reality by mass media, Framing Analysis. This research uses descriptive analysis method. The descriptive method will explore or explore events that will be studied in depth. This research explains how a framing is formed by a news program, framing is formed in two aspects, namely the

selection of issues and highlighting certain aspects of an issue. The selection of issues displayed by the "Indonesia 2019 Choices" segment in the Around the iNews Afternoon program according to the RCTI editorial team is based on activities related to the 2019 general election theme. a program that is a language that expresses ideas with sentences, narratives, headlines that clarify the emphasis. Then the framing of the editorial team to an event and broadcast to a wide audience and agenda setting that makes the direction where the news editor during the specified time.

Keywords: *Mass Media, Reality Construction, Framing, Indonesia's Selected Segments 2019*

Pendahuluan

Media sangat berpengaruh bagi kehidupan, maka perlu diketahui bagaimana media massa bekerja. Beberapa diantaranya yang perlu direnungkan, melalui media massa, setiap orang mengetahui hampir segala sesuatu diluar lingkungan mereka. Warga yang berpengetahuan dan aktif sangat mungkin terwujud di dalam demokrasi modern hanya jika media massa berjalan dengan baik. Setiap orang membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-ide mereka ke khalayak luas. Tanpa media massa gagasan seseorang hanya sampai kepada orang-orang di sekitarnya (Vivian, 2015).

Di Indonesia, perkembangan media dalam menyampaikan sebuah berita sangat pesat, terbukti dengan banyak platform media massa maupun media sosial yang hadir dalam menyebarkan informasi. Dalam platform media sosial penggunaannya mengalami peningkatan di tahun ini mencapai 63 juta orang. Hal tersebut dilansir dari *website* (Kominfo, 2019) diakses pada tanggal 14 Desember 2019 pukul 13:45.

Dan juga menurut Dewan Pers Nasional Indonesia yang dilansir dari *website* juga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki jumlah media massa paling banyak dengan mencapai jumlah 47.000 terbagi media cetak, radio, televisi dan media online. Dalam tingginya jumlah media di yang ada Indonesia membuat media massa

bersaing untuk mengabarkan informasi secepat mungkin (Tirto.id, 2018) diakses pada tanggal 14 desember 2019 pukul 14:50 WIB.

Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini berbagai stasisun televisi mempunyai program berita, walaupun tv tersebut bukan tv berita. Seperti stasiun televisi SCTV dengan Liputan 6, Trans 7 dengan Redaksi, NET TV dengan Warna Warni dan MNC TV dengan Lintas iNews. Program berita dalam stasiun TV sangat diperlukan untuk menginformasi masyarakat khususnya edukasi terhadap suatu isu tertentu. Media massa memiliki peranan yang penting dalam perkembangan teknologi. Salah satunya dengan cara menyampaikan siaran mengenai isu-isu terkini. Media massa seperti televisi, radio, maupun portal berita di internet adalah alat yang digunakan politisi pemegang kekuasaan untuk membentuk opini masyarakat. Selain itu media massa digunakan oleh para wartawan memproduksi berbagai pesan politik, karena peristiwa-peristiwa politik selalu memiliki nilai berita yang tinggi (Tamburaka, 2013). Maka dari itu perlunya peran media massa sebagai penyampai pesan para politisi kepada masyarakat.

Peneliti akan meneliti program berita RCTI "Seputar iNews" yang dahulu dikenal bernama "Seputar Indonesia" yang mengudara di RCTI selama 27 tahun. Tepatnya pada tanggal 31 oktober 2017 program Seputar Indonesia melakukan

rebranding programnya hal itu bersamaan dengan *launching* nama dan logo baru iNews dan sekaligus mengintegrasikan program berita yang ada di MNC Group. Empat program stasiun televisi yang terintegrasi dengan MNC Group juga melakukan *rebranding* pada programnya seperti Seputar Indonesia (RCTI) menjadi Seputar iNews, Lintas (MNC TV) menjadi Lintas iNews, Buletin Indonesia (GTV) menjadi Buletin iNews. Maka dari itu per tanggal 1 November 2017 program Seputar iNews resmi mengudara di RCTI. Seputar iNews tayang setiap hari dalam tiga waktu yang berbeda yakni Seputar iNews pagi pukul 05.00 WIB, Seputar iNews Siang pukul 11.30 WIB dan Seputar iNews Malam pukul 01.45 WIB hal tersebut dilansir dari (RCTI, 2018) diakses pada tanggal 25 September 2019 pukul 14:00.

Program Seputar iNews Siang membuat suatu segmen khusus yaitu “Pilihan Indonesia 2019”. Segmen khusus tersebut dihadirkan pada masa-masa menjelang maupun setelah hasil dari pemilu tersebut. Berdasarkan *tagline* segmen ini “Pilihan anda menentukan arah masa depan bangsa”. Berita yang akan disuguhkan dalam segmen ini merupakan tema besar dari pemilu 2019 dan proses demokrasi yang menjadi fokus isu dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019”. Pesta demokrasi merupakan hal yang sangat berpengaruh bagi masyarakat Indonesia di tahun 2019. Karena masyarakat juga akan menentukan pemimpin pilihannya untuk 5 tahun mendatang. Segmen “Pilihan Indonesia 2019” hadir untuk menginformasi, mengedukasi dan mengawal keterbukaan proses demokrasi di berbagai daerah yang

dilakukan calon presiden dan wakil presiden yang bertarung di pilpres 2019 menjadi sorotan utama di masa-masa kampanye tersebut. Dengan demikian isi media merupakan hasil para pekerja media megkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas politik (Sobur, 2012).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman yang dimana menganalisis berdasarkan dua aspek yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek. Peneliti memfokuskan segmen khusus Seputar iNews Siang yakni Pilihan Indonesia 2019 sebagai objek yang akan dianalisis. Analisis *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat apa yang dilakukan dibalik layar redaksi berita dan juga fakta didalamnya (Eriyanto, 2017).

Analisis *framing* digunakan untuk membongkar bagaimana kebenaran dibingkai oleh media. Dengan demikian fakta bisa dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Pengambilan sisi tertentu dari pemberitaan merupakan penandaan bagaimana peristiwa itu di tampilkan dan di maknai.

Dalam penelitian ini peneliti memakai teori *framing* dari Robert N. Entman. Ia merupakan salah seorang ahli dalam analisis *framing* bagi studi isi media. Konsep *framing*, oleh Entman, digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media (Mulyana, 2007).

Dalam penelitian ini pula menjelaskan bagaimana teori *framing* model Robert N. Entman berpendapat bahwa setiap media menrangkai sebuah berita melalui proses penyeleksian suatu isu dan

penekanan dari isu tersebut. Setelah tahapan tersebut dilewati lalu dianalisis dengan 4 tahap yakni (1) definisi masalah, (2) *Diagnoses Causes*, (3) *make moral judgement*, dan yang terakhir (4) menekankan penyelesaian. Dengan demikian, analisis *framing* penelitian ini dipakai untuk mengetahui bagaimana media massa mengkonstruksikan realitas. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul Analisis *Framing* Program Berita Seputar iNews Siang RCTI Segmen “Pilihan Indonesia 2019” periode Februari 2019).

Fenomena yang terjadi lima tahun sekali yaitu pemilihan presiden dan wakil presiden merupakan hal yang menjadi sorotan publik. Di tahun 2019 inilah Indonesia memilih pemimpin untuk lima tahun mendatang. Kepentingan sebuah media massa akan fenomena tersebut akan berkaitan dengan nilai berita. Agenda politik pada masa ini akan dapat dibingkai dengan sudut pandang yang berbeda seperti pada peletakan berita (utama atau biasa), *volume* berita dan teknik kecenderungan pemberitaan (Tamburaka, 2013). Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka peneliti memfokuskan masalah pada bagaimana pembingkai berita program seputar iNews siang dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” yang didalamnya terdapat berita mengenai kegiatan kampanye capres dan cawapres yang bertarung di pilpres 2019, kegiatan partai politik dan juga persiapan pemilu oleh KPU. Tayangan-tayangan tersebut di analisis dengan menggunakan pendekatan Analisis *framing* model Robert N. Entman dengan empat perangkatnya yaitu Define Problems (Pendefinisian Masalah) *Diagnose Causes*

(memperkirakan masalah atau sumber masalah) *Make Moral Judgment* (membuat keputusan moral), *Treatment Recommendation* (menekankan penyelesaian) lalu dapat terlihat seleksi isu yang ditampilkan dan penonjolan aspeknya. Penelitian ini membantu dalam menambah wawasan pembaca untuk mengetahui bagaimana program seputar iNews siang melakukan pembingkai berita pada segmen “Pilihan Indonesia 2019”. Dan analisis *framing* pada segmen tersebut dikaitkan dengan model *framing* Robert N. Entman. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai studi ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *broadcasting* ataupun jurnalistik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana pembingkai berita pada segmen “Pilihan Indonesia 2019” di program Seputar iNews Siang RCTI. Dan juga membantu memberi kritik dan saran untuk tim riset program Seputar iNews Siang RCTI. Hasil penelitian ini diharapkan menunjukkan kepada publik tentang konstruksi realitas sosial oleh media massa, agar publik memiliki pemahaman pada program yang akan ditontonnya dan memiliki pandangan kritis terhadap apa yang disampaikan media massa.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa ada batasan masalah yang harus dilakukan agar peneliti lebih terfokus dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dari penelitian ini akan tercapai, dengan membatasi lingkup yang akan dibahas. Peneliti hanya akan meneliti berita dalam segmen khusus dalam program Seputar iNews Siang yakni segmen “Pilihan Indonesia 2019” pada periode Februari 2019

saja. Dan peneliti hanya melakukan penelitian di bulan Februari karena di bulan inilah Program Seputar iNews Siang banyak mengambil *highlights* dari kegiatan kampanye. Penelitian ini membahas mengenai analisis *framing* capres, cawapres, dan beserta tokoh politik lainnya di dalam pemberitaan segmen khusus “Pilihan Indonesia 2019”.

Tinjauan Literatur

Ideologi Media

Ideologi media dapat diartikan dalam dua pemahaman. Pertama yakni, ideologi merupakan suatu pemaknaan halus (*soft*),. Kedua, yakni, ideologi merupakan pemahaman secara kuat, keras (*hard*), Sistem keyakinan yang menjadi acuan dan harapan yang diinginkan dalam kehidupan dapat diartikan sebagai ideologi. Kalangan Marxist dan neo-marxist biasanya menggunakan istilah ideologi untuk menunjukkan sistem keyakinan untuk membenarkan orang-orang yang memiliki tahta (*power*) untuk mengupayakan distorsi serta penyajian (*representation*) yang cenderung bersifat manipulatif tentang realitas. (Pawito, 2014)

Unsur kepentingan dan kekuasaan telah ada dalam sifat media. Kekuasaan tersebut berusaha dijalankan dan disebarakan melalui media sehingga tidak dapat lagi bersifat netral dan tidak memihak.

Media seringkali dibayangi oleh sebuah kepentingan ideologis dari pemilik media tersebut (*mirror of reality*). Media sering dituduh sebagai perumus realitas (*definer of reality*) sesuai ideologi yang melandasinya. Ideologi dibalik layar media tidak dapat terpisahkan oleh sifat ketersembunyian. Yang dimana, ideologi

menyusup dan memengaruhi pandangan setiap penonton/pendengarnya tanpa disadari secara langsung (Mahpuddin, 2014).

Konstruksi Realitas oleh Media Massa

Membangun realitas pada umumnya adalah pekerjaan dari media massa. Para pekerja media khususnya dalam divisi berita (*news*) membangun dan membentuk suatu realitas, yang dimana salah satunya adalah realitas politik. Realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) merupakan karakteristik pekerjaan di sebuah media. Sebuah berita di media yang disampaikan ke publik pada hakikatnya tak lepas dari penyusunan cerita hingga menjadi sebuah tayangan berita.

Bahasa merupakan perangkat dasar dalam membangun isi media. Bahasa bukan sekedar alat untuk berkomunikasi melainkan dalam hal ini bisa juga sebagai penentuan pola seperti apa yang diciptakan oleh bahasa mengenai realitas. Oleh sebab itu media mempunyai dampak yang besar dalam halnya mempengaruhi makna dan gambaran dari realitas yang dikonstruksikannya (Sobur, 2012)

Analisis Framing

Berbicara mengenai *Framing* (bingkai) bisa dianalogikan seperti bingkai jendela rumah. Bingkai yang menentukan pandangan sekaligus membatasi pandangan, hal-hal apa yang tidak kita lihat. *Framing* memandang penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga suatu isu dapat tempat yang lebih besar untuk diekspos daripada isu lainnya.

Framing merupakan cara pandang yang dipakai oleh jurnalis dalam media dalam merangkai suatu peristiwa dalam

berita. dari *framing* itulah yang pada akhirnya terbentuk cara pandang dan penemuan fakta yang dapat diseleksi apa saja yang perlu dimasukkan kedalam berita (Mulyana, 2007).

Perangkat Framing

Seleksi isu dan penekanan bagian tertentu dari suatu peristiwa merupakan cara Robert N. Entman dalam memandang sebuah framing. Informasi yang dikemas lebih bermakna dikarenakan adanya penonjolan aspek dari sebuah tayangan berita. dan juga dalam penonjolan tersebut mempunyai kemungkinan mempengaruhi khalayak dan juga mendapat perhatian lebih besar. Dalam konsep yang diusung Entman, framing juga berkaitan dengan pemberian makna, arti, evaluasi dan rekomendasi dalam tema untuk mengedepankan kerangka berpikir akan peristiwa yang sedang dibahas.

Tabel 1 Analisis Data Model Robert N. Entman

<i>Define problem</i> (pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa / isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa? Peristiwa itu dilihat disebabkan, oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (<i>actor</i>) yang dianggap sebagai penyebab masalah
<i>Diagnose causes</i> (memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral
<i>Make moral judgement</i> (membuat keputusan moral)	

Treatment recommendation
(menekankan masalah)

apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan? Penyelesaian apa yang ditawarkan, untuk mengatasi masalah / isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus di tempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: (Eriyanto, 2017)

Konsep analisis *framing* dari Entman inilah yang menggambarkan secara mendalam bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh para jurnalis.

Seleksi Isu dan Penekanan Isu

Dalam satu peristiwa dapat dikonstruksi secara berbeda dengan menggunakan *frame* dari sudut pandang lain. Hal tersebut terjadi ketika ada sebuah peristiwa yang dilihat dengan cara yang berbeda oleh media. *Framing* merupakan cara pandang yang dipakai oleh jurnalis dalam media dalam merangkai suatu peristiwa dalam berita. dari *framing* itulah yang pada akhirnya terbentuk cara pandang dan penemuan fakta yang dapat diseleksi apa saja yang perlu dimasukkan kedalam berita. Hasi akhir dari pembangunan realitas oleh media adalah penonjolan pada suatu peristiwa yang dianggap penting. Dalam hal ini peran media menyortir, mengkaitkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh publik (Mulyana, 2007).

Studi dan Analisis Issue Framing

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk mengerjakannya. Penelitian terdahulu mempermudah dalam menentukan sistem penulisan dan teori-teori yang ada didalam penulisan ini. Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi penunjang dalam pengerjaan penulisan untuk melakukan penelitian mengenai analisis *framing* pada media massa. Penelitian ini mengambil sumber dari skripsi dan jurnal yang mempunyai kesamaan meneliti analisis *framing* pada media massa. Berikut adalah penelitian yang peneliti ambil menjadi sebuah acuan, yakni:

Sex Trafficking in Thai Media: A Content Analysis of Issue Framing

Penelitian ini dilakukan oleh Meghan Sobel yang merupakan mahasiswa Regis University asal Amerika Serikat. Penelitian ini membahas mengenai Perdagangan seks, hal tersebut menjadi masalah di seluruh penjuru dunia, tetapi khususnya terjadi di Thailand (Departemen Luar Negeri AS, 2014). Mengingat prevalensi dan kurangnya penelitian tentang lanskap media Asia Tenggara, penelitian ini berfokus pada liputan berita Thailand tentang perdagangan seks. Penelitian ini memperluas pemahaman kita tentang pembungkahan media dalam konteks pelaporan hak asasi manusia dan sistem media Thailand. (Sobel, 2016). Hal yang membedakan dengan penelitian peneliti adalah unit analisisnya yakni segmen dalam program berita dan juga teori analisis *framing* yang dilakukan adalah model analisis *framing* milik Robert N. Entman.

Analisis *framing* model Robert Entman tentang pemberitaan Hoax Ratna Sarumpaet di Detik.com rentang waktu 3-31 oktober 2018.

Penelitian ini dilakukan oleh Nurul Huda yang merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi fakultas dakwah dan komunikasi di UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Nurul Huda untuk mengetahui bagaimana *framing* dalam pemberitaan kasus penyebaran berita bohong Ratna sarumpaet di detikcom. Dan juga menyelidiki sejauh mana media online detik.com dalam membongkai kasus penyebaran berita bohong Ratna Sarumpaet (Huda, 2019) .

Peneliti nurul huda menggunakan metode framing milik Robert N. Entman untuk menganalisis kasus berita bohong Ratna Sarumpaet. Untuk mendalami permasalahan kasus dan bagaimana media online detik.com dalam mengemas kasus tersebut dalam suatu berita sang peneliti menemukan beberapa temuan. Salah satunya yakni detik.com mengamburkan fakta dengan menonjolkan dari sisi opini penulis berita, sehingga apa yang ditulis oleh detik.com menjadi sebuah fakta. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti teliti terletak pada unit analisisnya, unit analisis penelitian sebelumnya adalah berita Hoax Ratna Sarumpaet saja, sedangkan peneliti melakukan analisis terhadap berita-berita yang ada dalam segmen khusus di program berita televisi yang tidak berfokus pada satu tokoh saja. Dan juga teknik pengumpulan data yang diambil dengan menggunakan teknik observasi teks yang terdapat dalam surat kabar media online Detik.com. sedangkan

peneliti melakukan teknik pengumpulan informasi melalui observasi, wawancara mendalam dan juga dokumentasi.

Pembingkaihan Berita Seratus Hari Kerja Jokowi-JK (Analisis *Framing* Program Berita di Metro Hari Ini)

Penelitian ini dilakukan oleh Ni Kadek Novi Febriani, Dewi Yuri Cahyani, Ni Made Ras Amanda Gelgel yang merupakan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. Tujuan dari penelitian ini yakni menganalisis isi konten berita dalam program seratus hari kerja Jokowi-JK menggunakan metode analisis framing milik Robert N. Entman.

Berdasarkan hasil analisis pembedaan berita dan hasil penelitian di lapangan mengenai *framing* yang dilakukan Metro Hari Ini pada pemberitaan seratus hari kerja Pemerintahan Jokowi-JK dapat disimpulkan, yakni: Selama tiga puluh hari pemberitaan dalam Program Metro Hari Ini telah dilakukan seleksi isu, yakni ditekankan oleh Metro Hari Ini adalah isu konflik KPK-Polri dan eksekusi terpidana mati kasus narkoba. Adapun alasan diangkatnya isu konflik KPK-Polri karena adanya perselisihan diantaranya yang menyangkut stabilitas negara (Febriani et al., 2016).

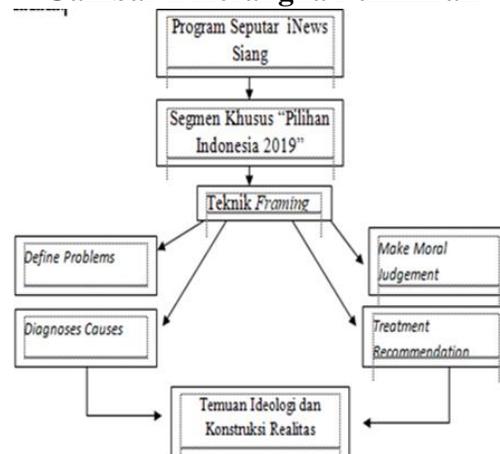
Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti kerjakan ialah dari segi unit analisisnya, unit analisis penelitian sebelumnya memfokuskan pemberitaan masa kerja Jokowi- JK selama 100 hari di program berita Metro Hari Ini di Metro TV. Sedangkan peneliti memfokuskan penelitian pada segmen khusus Pilihan Indonesia 2019

periode februari dalam program berita Seputar iNews Siang RCTI. Yang unit analisisnya dari berbagai tokoh politik yang bertarung di Pemilu 2019.

Kerangka Pemikiran

Konsep kerangka pemikiran dalam penelitian ini dengan menggabungkan teknik *framing* model yang digagas oleh Robert N. Entman dan kejadian yang terjadi di lapangan.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : (Sobur, 2012)

Metode Penelitian

Penelitian ini mengacu pada konsep Analisis *Framing* yang dimana analisis framing merupakan salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. melihat realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Oleh karena itu, konsentrasi analisis framing pada paradigma konstruksionis dengan menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dibentuk. Dalam studi ilmu komunikasi, paradigma konstruksionis ini kerap kali disebut sebagai paradigma

produksi dan pertukaran makna. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruksionis karena paradigma konstruksionis dianggap dapat menilai perilaku manusia secara fundamental. Perilaku manusia yang dianggap bisa mengkonstruksikan kedalam realitas sosial (Mulyana, 2007).

Dalam penelitian ini pendekatan kualitatif menjadi pilihan dalam penulisan skripsi yang berjudul analisis framing segmen “Pilihan Indonesia 2019” pada program seputar inews siang. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang berkaitan dengan fenomena dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Dalam pendekatan ini menggunakan latar alamiah yang menjadikan manusia sebagai instrumen utama dan juga sumber data penelitian (Ikbar, 2012).

Seperti yang dijelaskan pada pendekatan konstruktivisme. Penelitian ini menilai perilaku manusia secara fundamental. Perilaku manusia yang dianggap bisa mengkonstruksikan ke dalam realitas sosial bertujuan mendeskripsikan bagaimana *framing* di dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” pada program Seputar iNews Siang RCTI.

Mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan yang ingin dicapai merupakan hakikat dari sebuah metode penelitian. Dalam halnya metode penelitian ini memiliki 4 kata kunci yakni data, kegunaan, tujuan dan cara ilmiah. Cara ilmiah berarti kegiatan didasarkan dengan ciri keilmuan yakni rasional yang berarti penelitian tersebut dilakukan dengan nalar pikiran manusia yang masuk akal. Empiris yang berarti dapat diamati kegiatan tersebut oleh

indera manusia. Dan yang terakhir sistematis, yang berarti proses penelitian menggunakan langkah-langkah yang masuk akal/logis. (Sugiyono, 2016)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis deskriptif. Pada metode deskriptif, peneliti akan mengeksplorasi atau menggambarkan situasi sosial yang akan diteliti secara mendalam (Sugiyono, 2016).

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* ini digunakan untuk memilih informan atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dilakukan penulis berdasarkan tujuan penulisan (Kriyantono, 2014)

Informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Seorang informan adalah orang yang mempunyai banyak pengalaman tentang latar belakang penelitian. Walaupun hanya bersifat informal. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan dengan kesuka-relaannya ia dapat memberikan pandangan dari segi orang dalam tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut (Moloeng, 2010).

Dalam penelitian ini informan yang akan dijadikan pedoman produser dan eksekutif produser berita program “Seputar iNews Siang” yang terlibat dalam pembingkai berita dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019”. Informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah *Key Informan* dari program “Seputar iNews Siang RCTI” yakni Produser Seputar iNews Siang Daniel Willy. Dan Informan dari program “Seputar

iNews Siang” yakni *Executive Producer* Soemideny Soeparman.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diambil langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data tersebut dilakukan dari proses observasi, wawancara, studi dokumen. Selanjutnya adalah data sekunder data tersebut diperoleh lewat pihak lain/ tidak langsung didapatkan oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya terwujud data dokumentasi dan data laporan yang telah tersedia. (Azwar, 2007).

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis framing. Dalam hal ini, analisis framing diharapkan untuk mencari tahu bagaimana program Seputar iNews Siang di RCTI melakukan proses pembingkai terhadap pemberitaan di segmen “Pilihan Indonesia 2019”.

Pada tahap analisis data peneliti “membaca” data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna. Proses pengkodean ini mencakup proses mengatur data, mengorganisasikan data kedalam suatu pola kategori

Bogdan menyatakan, analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Hal tersebut bisa didapatkan

Pengkodean/Koding. Koding dimaksudkan untuk dapat mengorganisasi dan mensistemasi data secara lengkap dan mendetail sehingga data dapat memunculkan gambaran tentang topik yang dipelajari. Dengan demikian, peneliti akan dapat menemukan makna dari data yang dikumpulkannya (Sugiyono, 2016).

Untuk menjalankan tahap analisis data secara rinci, penelitian ini mengacu pada alur tahapan yang diungkapkan oleh Strauss dan Corbin yaitu dengan Pengkodean Terbuka (*Open Coding*) secara singkat dapat disimpulkan bahwa kode terbuka hal itu mempermudah kita mengidentifikasi kategori-kategori properti-properti dan dimensi-dimensinya lalu di tahap yang kedua adalah pengkodean Terporos atau (*Axial Coding*) yaitu mengelompokkan data mengkaitan antar kategori data. Hal ini dapat diawali dari menentukan dahulu jenis kategori kemudian dilanjutkan dengan penemuan hubungan antar kategori atau antar sub kategori.

Lalu di tahap coding yang terakhir (*Selective Coding*) yakni melalui mana penelitian menyeleksi kategori yang paling mendasar, secara sistematis menghubungkannya dengan kategori-kategori yang lain, dan memvalidasi hubungan tersebut (Sugiyono, 2016)

Hasil Temuan Penelitian

Program tayangan Seputar iNews siang yang disiarkan di salah satu televisi swasta nasional yakni RCTI akan dianalisis menggunakan analisis *framing* yang merujuk pada konsep Robert N. Entman. Konsep ini melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan

atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Peneliti meneliti periode Februari 2019 sebanyak 9 konten berita dari episode yang berbeda di bulan Februari 2019.

Menjelang Pilpres 2019 terjadi banyak peristiwa yang menjadi sorotan media khususnya program Seputar iNews Siang RCTI. Namun dalam peristiwa tersebut ada beberapa topik yang menjadi highlights dalam program tersebut khususnya dalam segmen spesial “Pilihan Indonesia 2019”. Isu pemberitaan tersebut menjelang pilpres 2019 adalah kegiatan safari politik oleh masing-masing paslon yang berjuang di pilpres maupun pemilu 2019 untuk persiapan pemilu 2019.

Tayangan tersebut dipilih untuk dilihat pembingkai atau *framing* (*define problem, causal interpretative, moral evaluation, dan treatment recommendation*). Tayangan akan dideskripsikan dengan merujuk pada bingkai yang telah dianalisis.

Analisis *Framing* Pemberitaan segmen “Pilihan Indonesia 2019”

Penelitian ini menganalisis tayangan-tayangan berita di program seputar iNews Siang dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” pada february 2019. Selama periode tersebut berjalan banyak isu yang menjadi topik hangat antara lain: kegiatan Jokowi kampanye, kegiatan Prabowo-Sandi, persiapan Debat Pilpres 2019, dan kegiatan partai. Seleksi isu yang disajikan oleh redaksi Seputar iNews siang RCTI dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” mengenai isu politik yang berhubungan dengan

kampanye dan calon presiden dan wakil presiden.

Pemberitaan mengenai kegiatan setiap capres maupun cawapres di 2019 sangat berpengaruh terhadap masyarakat untuk memilih dan menilai siapa pemimpin negara 5 tahun kedepannya. Hal tersebut sangat dijaga independensinya karena tim program seputar iNews siang RCTI tidak menginginkan adanya penggiringan opini terhadap salah satu paslon. Hal tersebut disampaikan oleh produser seputar iNews siang dalam sesi wawancara dengan peneliti.

“ Yang pasti tidak ada penggiringan opini itu tidak boleh dilakukan itu melanggar nurani kami juga sebagai jurnalis, tidak ada penggiringan pilihan kepada siapa itu tidak boleh dilakukan jadi kami dalam posisi yang sangat netral ketika pemilu. Kami sebagai jurnalis menyampaikan kepada masyarakat bahwa ada pemilu dan kita tidak boleh saling terpecah, tidak boleh berantem, dan ini prosesnya seperti apakah proses pemilu apa tahapan-tahapan yang harus dilalui bagaimana cara memberikan suara dan lain-lain sebagainya hal-hal teknis sebenarnya yang kami kemas pada masyarakat lalu kami juga suguhkan pada masyarakat informasi pasangan calon yang akan dipilih supaya masyarakat punya pilihan tadinya barangkali mereka tidak terlalu kenal dengan paslon a ketika kami sajikan mereka jadi lebih tau ohh ini paslon a. Kami sajikan paslon b ohh mereka juga jadi tau paslon b. Kami tidak menggiring opini yang berat sebelah dan biar masyarakat yang memutuskan siapa yang mereka pilih berdasarkan profile yang

mereka lihat". (Transkrip Wawancara Produser Seputar iNews Siang RCTI, Daniel Willy 17 September 2019).

Pembahasan

RCTI merupakan media yang tidak terang-terangan mendukung salah satu pasangan calon/paslon di pemilu 2019. Hal ini dapat dibuktikan dalam pemberitaan segmen "Pilihan Indonesia 2019" di program Seputar iNews Siang selalu menampilkan pemberitaan dari kedua kubu dalam segmen tersebut. Namun kepentingan bisnis dan politik ditunjukkan jelas dalam program ini. Hal ini dibuktikan dari tayangan mengenai partai perindo yang bisa masuk ke dalam segmen khusus pilihan indonesia 2019 ini.

Secara keseluruhan program Seputar iNews Siang berdurasi kurang lebih 60 menit dengan rincian 40 menit dan selebihnya adalah iklan komersil dan juga program ini memiliki 3 segmen didalamnya. Segmen "Pilihan Indonesia 2019" dihadirkan di segmen kedua namun tidak setiap saat selalu ditayangkan. Segmen ini tidak ditentukan durasi karena durasi yang ditampilkan selalu berbeda dari tiap episode tergantung kepada kebijakan dari tim redaksi untuk menayangkannya.

Jika dilihat dari setiap judul yang diberikan, sudah tampak pembingkaiian yang dilakukan oleh program Seputar iNews Siang, judul yang diberikan merupakan kata-kata yang mudah didengar telinga serta kata-kata yang digunakan merupakan kalimat yang baku. Hal ini mampu menarik perhatian masyarakat dengan mencirikan program ini dibawakan secara formal. Dari sembilan konten tayangan berita peneliti merangkum kedalam beberapa

frame yang dibentuk oleh tim redaksi RCTI periode Februari 2019 melalui program acara Seputar iNews Siang. di tahap analisa data peneliti mengumpulkan dan membaca data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna. Proses pengkodean ini mencakup proses mengatur data, mengelompokan data kedalam kategori.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis *framing*. Dalam hal ini, analisis *framing* dapat digunakan untuk menggali suatu peristiwa bagaimana program Seputar iNews Siang RCTI melakukan proses pembingkaiian terhadap pemberitaan di segmen "Pilihan Indonesia 2019".

Analisis *framing* model Robert N.Entman melihat *framing* dari 2 sisi yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek aspek tertentu dari realitas / isu Penonjolan isu tersebut merupakan proses membuat informasi menjadi lebih memiliki makna, lebih menarik, berarti atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang dipertontonkan lebih mendalam yang dapat mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas. *Framing* pada dasarnya lebih menekankan pada pemberian arti, definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan.

Tabel 2. Aspek Framing menurut Robert N. Entman

Seleksi isu	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan
-------------	--

	<p>fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang di seleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (<i>included</i>), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (<i>excluded</i>). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu dari suatu isu.</p>
<p>Penonjolan aspek tertentu dari suatu isu</p>	<p>Aspek ini berhubungan dengan penelitian fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada</p>

	<p>khalayak.</p>
--	------------------

Sumber : (Eriyanto, 2017)

Hasil dari analisis data tersebut peneliti menyimpulkan beberapa poin didalam segmen tersebut yakni;

Kegiatan Jokowi dalam program Seputar iNews Siang RCTI melalui segmen khusus “Pilihan Indonesia 2019” membingkai mengenai aktivitas kunjungan yang dilakukan oleh Jokowi ke berbagai daerah di Indonesia. Pembingkaiian dalam segmen ini Jokowi adalah sebagai calon presiden bukan sebagai presiden yang melakukan tugasnya kenegaraannya. Hal ini dapat dilihat dari judul yang diberikan yaitu Safari Politik Capres. Kegiatan yang dilakukan juga terkait dengan kegiatan kampanye dan kedekatan Jokowi dengan masyarakat di Indonesia. Di dalam segmen ini menggambarkan kedekatan Jokowi dengan para pendukungnya, tokoh masyarakat dan juga menghadiri acara kaum milenial. Dalam setiap kunjungan tersebut Jokowi juga menyisipkan pandangannya terhadap kelompok masyarakat dengan harapan-harapan yang lebih baik. Sosok Jokowi yang didukung oleh masyarakat membuatnya banyak yang ingin mengetahui pandangan beliau ketika akan terpilih menjadi pemimpin lagi. Hal inilah yang menarik perhatian untuk pembingkaiian dengan citra positif kepada Jokowi.

Kegiatan Prabowo dalam Pilihan Indonesia 2019 di dalam pemberitaanya pasti menonjolkan kedua belah pihak yaitu kubu paslon 01 dan 02. Namun dalam pembingkaiian terhadap capres nomor urut 2 tentu beda dengan pembingkaiian terhadap Jokowi. Dalam segmen pilihan Indonesia episode 7 Februari 2019 dari judul pun

sudah dapat diketahui jika segmen tersebut membahas tentang kedatangan Prabowo yang diundang untuk datang ke acara serikat federasi pekerja metal. Sosok prabowo yang digambarkan peduli terhadap nasib para buruh membuat khalayak masyarakat menilai bahwa prabowo adalah orang yang dekat dan mendapat dukungan dari para pekerja buruh.

Kegiatan Sandiaga Uno dalam segmen khusus “Pilihan Indonesia 2019” pemberitaan mengenai kegiatan kampanye maupun hobi dari sandiaga juga ditonjolkan dalam segmen ini. Kegiatan safari politik sandiaga lebih mengarah kepada fokus membuka lapangan pekerjaan hal itu dapat dilihat dari episode 3 Februari 2019 yang menyoroti keadaan ekonomi di Aceh. Di dalam segmen lainnya sandiaga juga disorot mengenai kesiapannya menjelang debat kedua disaat sedang lari pagi bersama rekannya. ada juga dalam satu segmen yang menampilkan kegiatan sandiaga yang sedang berolahraga bersama rekan-rekannya, yang menjadi sorotan bukanlah kegiatan olahraga yang dilakukannya melainkan tim redaksi mengambil angle mengenai isu yang menerpa dirinya yaitu isu propaganda rusia. Hal itu terlihat bahwa framing yang dilakukan tim redaksi Seputar iNews Siang terhadap sandiaga terkadang tidak sesuai dengan pengambilan gambar yang diperoleh.

Kegiatan Partai Perindo dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” tidak hanya membahas paslon 01 dan 02 saja tetapi partai perindo ini memiliki tempat juga dalam segmen khusus ini. hal tersebut terlihat dari hanya partai ini saja yang masuk dalam segmen ini. Hal ini membuat partai

Perindo dapat menyampaikan visi dan misinya lebih mendalam dari partai-partai lainnya. Pembingkaiian dari segmen tentang partai perindo ini tak lepas dari sosok ketua umum sekaligus chairman MNC Group yakni Hary Tanoesoedibjo. Dalam segmen episode 3 Februari menggambarkan sosok Hary Tanoesoedibjo adalah orang ingin kadernya meningkatkan militansi untuk kemenangan partai perindo. Kegiatan sosial Partai Perindo juga di *highlights* dalam segmen ini seperti *fogging*, bazar murah dll. Hal itu membuat citra partai perindo adalah partai yang peduli akan masyarakat karena sering terjun ke lapangan membantu masyarakat. Pada dasarnya visi-misi media massa pasti diarahkan kepada nilai-nilai humanis yang *universal*. Namun seringkali ada kepentingan yang menyangkut pada kepentingan dan juga menaikkan popularitas pemilik media.

Persiapam menjelang debat Pilpres kedua dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” juga menampilkan sesuatu yang berhubungan dengan kelangsungan pemilu 2019 tak hanya mengenai paslon dan partai saja. Hal ini membingkai kesiapan KPU sebagai penyelenggara debat kedua. KPU sebagai lembaga yang menyelenggarakan debat melakukan persiapan dengan berbagai pihak yaitu dari Tim Kampanye Nasional/TKN, Badan Pemenangan Nasional/BPN, Panelis dan juga moderator debat. Hal ini juga dianggap penting karena hal tersebut sangat krusial dikarenakan debat merupakan panggung kepada calon pemimpin dalam menunjukkan kualitasnya sebagai orang yang terpercaya nantinya. Dalam penghujung segmen ini juga menonjolkan bahwa stasiun TV yang

memegang siaran debat kedua adalah media yang bernaung di MNC GROUP seperti RCTI, MNCTV, GTV dan iNEWS TV. Hal itu sangat penting ditekankan karena sebagai promosi kepada masyarakat untuk menonton acara kedua tersebut.

Konstruksi Realitas Tayangan Seputar iNews Siang segmen Pilihan Indonesia 2019

Konstruksi realitas tayangan Seputar iNews Siang dalam segmen Pilihan Indonesia 2019 menggambarkan proses sosial dengan tindakan dan interaksinya melalui berbagai tahapan yaitu agenda *setting*, *framing* dan juga bahasa. Agenda *setting* yang merujuk pada hal yang dianggap media penting untuk menjadi agenda publik. Agenda media mempengaruhi agenda khalayak. Hal ini juga terkait pada kesediaan media memberi tempat untuk pemberitaan tersebut. Tahapan agenda *setting* merupakan penentu arah bagaimana redaksi melakukan pemberitaan. Adanya segmen khusus Pilihan Indonesia 2019 tak lepas dari adanya agenda *setting* tahunan yang dilakukan redaksi RCTI terkait masa pemilu yang berlangsung di tahun 2019. Hal tersebut dibenarkan oleh eksekutif produser Seputar iNews Siang yakni Soemideny Soeparman.

“Segmen khusus pilihan indonesia 2019 merupakan segmen spesial terkait pelaksanaan pilpres 2019 dan pemilu legislatif. Segmen tersebut merupakan agenda besar redaksi RCTI hasil raker yang diselenggarakan satu tahun sekali. Rapat kerja itu proyeksi event besar satu tahun kedepan.”

Hal yang selanjutnya dalam mengkonstruksi tayangan tersebut adalah *Framing*. *Framing* merupakan pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang dilakukan oleh media ketika menyeleksi isu dan membuat sebuah berita. Cara pandang berguna untuk menentukan fakta apa saja yang dapat diambil, bagian mana yang perlu dihilangkan dan ditonjolkan lebih dalam, dan kemana arah pemberitaan tersebut.

Perspektif yang dilakukan oleh tim redaksi Seputar iNews Siang dalam menentukan arah pemberitaan, mencari fakta maupun penonjolan suatu isu di segmen “Pilihan Indonesia 2019” tak lepas dari *value* yang diberikan untuk pemirsanya. Hal itu disampaikan oleh produser Seputar iNews Siang dalam tanya jawab dengan peneliti.

“Ketika kita mengangkat satu isu balik lagi apa result yang kita inginkan dari penyampaian isu itu. Contohnya oh dengan kami menyampaikan isu ini bisa terbuka matanya lebih waspada atau lebih mengerti tentang situasi dan kondisi. Atau mungkin jadi lebih bisa perilakunya lebih membaik ada perubahan perilaku ada manfaat yang diterima dan lain-lain. Nah kita menentukan tuh redaksionalnya mau kemana dan apa manfaat dari penyampaian berita itu”.

Melalui sebuah *frame*, wartawan mengemas peristiwa yang kompleks itu menjadi peristiwa yang dapat dipahami, dengan persepektif tertentu dan lebih menarik perhatian khalayak. laporan berita yang akhirnya ditulis oleh wartawan pada

akhirnya menampilkan apa yang dianggap penting, apa yang perlu ditonjolkan dan apa yang perlu disampaikan oleh wartawan kepada khalayak (Mulyana, 2007).

Dalam segmen pilihan Indonesia 2019 mbingkai peristiwa politik dengan mengambil sisi lain yang ditonjolkan kepada pemirsanya khususnya penjoalan mengenai seputar pemilu 2019. Hal yang menurut tim redaksi penting disederhanakan melalui framing.

Hal yang terakhir adalah mengenai bahasa. Penggunaan bahasa merupakan hal yang bisa dilihat dalam penonjolan suatu realitas. Gagasan dapat diungkap melalui kata-kata, kalimat dan dengan bantuan aksentuas gambar apa, dan sebagainya. Beberapa fakta yang diambil lalu ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu: (menempatkan di *headline* depan, atau bagian belakang), pengulangan gambar, penambahan grafis, pemakaian label disaat sedang menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar dan sebagainya. Elemen menulis fakta tersebut berhubungan dengan penonjolan realitas suatu media (Mulyana, 2007).

Pemilihan judul yang mudah diingat dan dengan pilihan yang menarik menjadi bukti bahwa pemilihan kata merupakan poin yang begitu penting dalam mengonstruksikan realitas. Judul yang singkat, padat, jelas, dan sederhana menjadi judul yang dikonstruksikan ke dalam lead seperti contohnya safari politik capres, safari politik cawapres dan militansi partai perindo. Dengan judul tersebut memudahkan penonton untuk memahami

segmen dan mempermudah mengetahui apa yang menjadi fokus pemberitaan dari hanya melihat lead dari *character generator/CG*.

Dalam penelitian ini peneliti juga melengkapi data *Rating* dan *Audience Share* untuk melihat paslon mana yang lebih banyak mendapat atensi dari penonton segmen “Pilihan Indonesia 2019”.

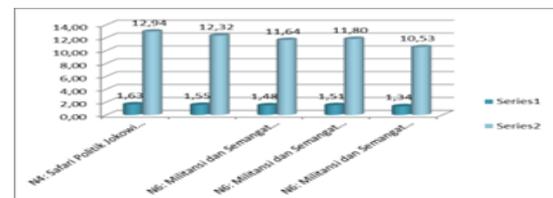
Rating dan Audience Share Program Seputar iNews Siang dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019”

Series 1 = TVR/ Rating

Series 2= TVS/Share

(Sumber Tim Redaksi RCTI)

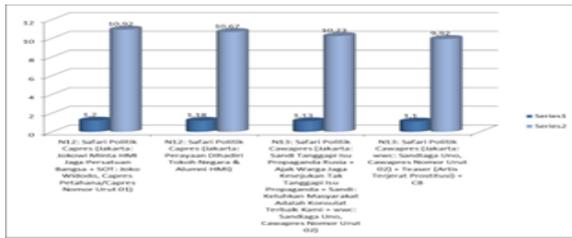
Tayangan “Pilihan Indonesia 2019” 3 Februari 2019



Gambar 2 Rating dan Audience Share Sumber: Tim Programming Seputar iNews Siang RCTI

Dalam penelitian ini mendapatkan temuan berupa data rating dan share segmen “Pilihan Indonesia 2019” yang menunjukkan bahwa terjadi kenaikan rating dan share disaat Safari Politik Jokowi namun terjadi penurunan rating dan share setelah tayangan tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan safari politik Jokowi lebih banyak mendapat atensi dari penonton daripada kegiatan cawapres kunjungan ke aceh dan juga kegiatan Partai Perindo dalam masa kampanye.

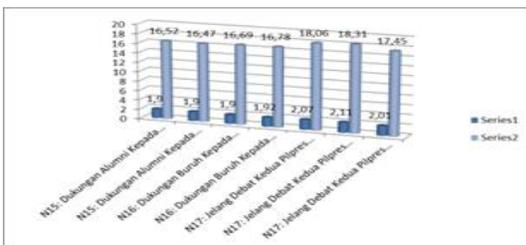
Tayangan “Pilihan Indonesia 2019” 6 Februari 2019



Gambar 3 Rating dan Audience Share
Sumber: Tim Programming Seputar iNews Siang RCTI

Dalam episode ini segmen “Pilihan Indonesia 2019” ini menunjukkan bahwa terjadi kenaikan rating dan share disaat Safari Politik Jokowi bertemu HMI namun terjadi penurunan rating dan share setelah tayangan berita cawapres Sandiaga Uno terkait isu propaganda rusia . Hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan safari politik Jokowi masih mendapat atensi yang banyak dari penonton segmen “Pilihan Indonesia 2019”.

Tayangan “Pilihan Indonesia 2019” 7 Februari 2019

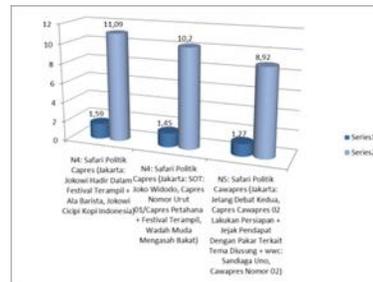


Gambar 4 Rating dan Audience Share
Sumber: Tim Programming Seputar iNews Siang RCTI

Dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” ini episode rating dan juga share mengalami kenaikan. Hal ini perlahan menanjak dari setiap konten berita pada episode kali ini. Dukungan Alumni kepada Jokowi dan Dukungan Buruh Kepada Prabowo mendapat rating yang sama yaitu 1,9. Konten berita Jelang debat kedua

Pilpres mendapat atensi yang tinggi dikarenakan agenda debat capres adalah hal yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat, sehingga mengalami kenaikan rating dan share secara bersamaan.

Tayangan “Pilihan Indonesia 2019” 10 Februari 2019



Gambar 5 Rating dan Audience Share
Sumber: Tim Programming Seputar iNews Siang RCTI

Dalam penelitian ini mendapatkan temuan berupa data rating dan share segmen “Pilihan Indonesia 2019” yang menunjukkan bahwa terjadi kenaikan rating dan share disaat Safari Politik Jokowi namun terjadi penurunan rating dan share setelah tayangan tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan safari politik Jokowi di festival terampil lebih banyak mendapat atensi dari penonton, sedangkan safari politik cawapres Sandiaga Uno yang berbicara mengenai kesiapan jelang debat mengalami penurunan rating dan share.

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dari hasil analisis periode Februari 2019 dalam sembilan segmen tayangan yang dianalisis melalui perangkat *framing* model Robert N. Entman maka peneliti memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Konstruksi berita pada segmen “pilihan Indonesia 2019” dalam program Seputar iNews Siang RCTI periode februari 2019 membahas mengenai *update* kegiatan

kampanye capres, cawapres, partai Perindo dan juga lembaga penyelenggara pemilu 2019 yaitu KPU. Konstruksi berita segmen “Pilihan Indonesia 2019” mengemas *update* berita politik tersebut sebagai bentuk penyampaian informasi kepada pemirsanya mengenai calon-calon pemimpin yang bertarung di pemilu 2019. Hal tersebut juga cukup sinkron dengan *tagline* segmen tersebut yakni “Pilihan anda menentukan arah masa depan bangsa”.

Program Seputar iNews Siang membuat pemberitaan dalam segmen pilihan indonesia 2019 tampak independen dari segi penempatan berita. Tim redaksi mengedepankan independen dengan selalu memberitakan tidak dalam satu kubu saja melainkan dua kubu harus diberitakan dalam durasi yang sama. Hal ini terlihat pada setiap judul yang ditampilkan di segmen “Pilihan Indonesia 2019”. Didalam pemberitaan berimbang semisal ada paslon satu berkunjung ke daerah paslon dua juga diberitakan demikian.

Program Seputar iNews Siang dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” terlihat jelas menonjolkan Partai Perindo dalam tayangannya. Hal tersebut terlihat hanya kegiatan Partai Perindo saja yang disorot dalam segmen ini. Kegiatan dari partai Perindo bisa disorot secara eksklusif karena partai tersebut merupakan partai dari Hary Tanoesoedibjo selaku *Chairman* MNC Group. Pembungkahan partai Perindo tak lepas dari sosok Hary Tanoesodibjo yang menjadi penggerak partai dalam melakukan kegiatan sosial. Walaupun hanya terlihat satu kali namun dalam hal ini Partai Perindo satu-satunya partai yang memiliki tempat di segmen Pilihan Indonesia 2019. Hal tersebut

merupakan bentuk dari ideologi media yang disisipkan secara tidak langsung. Ideologi dibalik layar media tidak dapat terpisahkan oleh sifat ketersembunyian. Yang dimana, ideologi menyusup dan mempegaruhi pandangan setiap penonton/pendengarnya tanpa disadari secara langsung. Isi dari segmen “Pilihan Indonesia 2019” di program Seputar iNews Siang dikaitkan dengan premis dari hasil Analisis *Framing* berdasarkan model Robert N. Entman. Seleksi isu yang ditampilkan oleh segmen “Pilihan Indonesia 2019” di program Seputar iNews Siang menurut tim redaksi RCTI ialah berdasarkan kegiatan yang berkaitan dengan tema besar pemilu 2019. Hal ini menjadikan segmen “Pilihan Indonesia 2019” hanya berfokus pada berita politik yang berkaitan dengan pemilu 2019.

Penonjolan isu yang dilakukan oleh segmen “Pilihan Indonesia 2019” adalah berdasarkan tiga aspek yang mempengaruhi pemberitaan dalam suatu program yakni adalah bahasa yang mengungkapkan gagasan dengan kalimat, narasi, *headline* yang memperjelas penekanan. Lalu *framing* yang dilakukan tim redaksi terhadap suatu peristiwa dan disiarkan kepada khalayak luas dan agenda setting yang membuat arah kemana redaksi untuk melangkah dan juga pemberitaan selama waktu yang ditentukan.

Segmen “Pilihan Indonesia 2019” ditujukan kepada publik agar mereka lebih mengenal calon pasangan presiden maupun wakil presiden yang bertarung di pemilu 2019. Tidak ada penggiringan opini namun dikembalikan lagi kepada masyarakat yang menilai kualitas calon pemimpinnya.

Rating dan *Share* dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” fluktuatif

menunjukkan kenaikan dan juga penurunan . Namun setiap pemberitaan mengenai safari politik Jokowi cenderung selalu mendapat atensi yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menemukan beberapa saran untuk diajukan yakni:

Seputar iNews Siang menginformasikan berita mengenai partai politik harusnya juga melakukan *cover both side* dalam mengemas berita. Seharusnya tidak hanya Partai Perindo saja yang diberitakan dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” yakni partai oposisi juga seharusnya dapat diberitakan dengan porsi yang sama.

Seputar iNews Siang dalam segmen “Pilihan Indonesia 2019” harus lebih mengenalkan para capres dan cawapres lebih dekat dengan sesi tanya jawab secara eksklusif dibalut dengan pembicaraan yang santai sehingga pemirsa bisa melihat lebih sisi lain yang jarang diperlihatkan dari para calon pemimpin pilihan kepada publik.

Masyarakat diharapkan mampu lebih selektif dan kritis dalam mencari tayangan yang bersifat informatif seperti program berita. Karena apa yang dilakukan oleh media massa seperti televisi adalah hasil konstruksi maupun gambaran dari sebuah realitas yang dibuat oleh pekerja media.

Untuk Program Seputar iNews Siang RCTI bisa menampilkan kembali segmen “Pilihan Indonesia” di tahun pemilu berikutnya. Karena peningkatan *share* yang terjadi disaat pemberitaan mengenai Partai Perindo dan juga Hary Tanoesoedibjo hal itu dapat menjadi senjata bagi pemilik media

untuk melakukan *branding* kepemilikan bisnis dan partainya.

Peneliti menemukan beberapa rekomendasi untuk diajukan yakni untuk penelitian yang akan datang, diharapkan mampu mengembangkan penelitian terkait dengan efek *framing* media massa. Karena efek dari *framing* merupakan hal yang dilakukan dan dijadikan pedoman oleh setiap media. Dan untuk agenda Pilkada serentak di tahun 2020. Tim redaksi program Seputar iNews Siang RCTI hendaknya membuat segmen spesial di tahun 2020 yakni segmen yang sejenis dengan “Pilihan Indonesia 2019” yang bertujuan menginformasi masyarakat daerah maupun masyarakat yang menonton segmen tersebut bisa mengetahui profil dan kegiatan calon kepala daerah yang akan menjadi pilihan masyarakat untuk 5 tahun mendatang.

Referensi

- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar Offset.
- Eriyanto. (2017). *Analisis Wacana pengantar Analisis Teks Media*.

- Cetakan 1. Lkis.*
- Febriani, N. K. ., Cahyani, D., & Gelgel, N. (2016). Pemingkai Berita Seratus Hari Kerja Jokowi-JK (Analisis Framing Program Berita di Metro Hari Ini). *E-Jurnal Medium*, 25, 1–12.
- Huda, N. (2019). *Analisis Framing Model Robert N Entman Tentang Pemberitaan Hoax Ratna Sarumpaet di Detik.com Rentang Waktu 3-31 Oktober 2018* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya].
[http://digilib.uinsby.ac.id/29680/1/NurulHuda_B06215029 .pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/29680/1/NurulHuda_B06215029.pdf)
- Ikbar, Y. (2012). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Refika Aditama.
- Kominfo. (2019). *Pengguna Internet di Indonesia 63 juta orang*. Kominfo.Go.Id.
https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Mahpuddin. (2014). Ideologi media massa dan pengembangan civil society. *Academica*, 6, 189–199.
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=167253&val=6118&title=IDEOLOGI MEDIA MASSA DAN PENGEMBANGAN CIVIL SOCIETY#>
- Moloeng, J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. (2007). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis.
- Pawito, P. (2014). Meneliti Ideologi Media : Catatan Singkat. *Profetik*, 7(1), 5–14.
- RCTI. (2018). *Profil Perusahaan*. RCTI.TV.
- Sobel, M. (2016). *Sex Trafficking in Thai Media : A Content Analysis of Issue Framing*. 10, 6126–6147.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV ALFABETA.
- Tamburaka, A. (2013). *Agenda Setting Media Massa*. Rajawali Pers.
- Tirto.id. (2018). *Jumlah media massa di Indonesia*. Tirto.Id.
- Vivian, J. (2015). *Teori Komunikasi Massa*. Kencana.