

SOSOK JOKOWI SEBAGAI CAPRES 2014 DALAM MEDIA TELEVISI

Penelitian Kualitatif dengan Analisis Framing mengenai Sosok Jokowi Sebagai Capres 2014 dalam Program Seputar Indonesia RCTI dan Kabar Petang tvOne

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

HURI QONITA HANIFA

NPM: 10080010220

Ilmu Jurnalistik



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
BANDUNG
2014**

FIGURE OF JOKOWI AS A PRESIDENTIAL CANDIDATE 2014 IN ELECTRONIC MEDIA

A Qualitative Research with Framing Analysis Regarding Jokowi's Depiction in
Seputar Indonesia RCTI and Kabar Petang tvOne

RESEARCH PAPER

Entitled for Completing the Bachelor Degree of a Communication Science

By:

HURI QONITA HANIFA

10080010220

Journalism Studies



THE FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE

ISLAMIC UNIVERSITY OF BANDUNG

2014

SOSOK JOKOWI SEBAGAI CAPRES 2014 DALAM MEDIA TELEVISI

¹Huri Qonita Hanifa, ²Aziz Taufik Hirzi

^{1,2}*Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jalan Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: huriqonitahanifa@gmail.com, azizhirzi@yahoo.com

Abstract. *Due to Indonesian presidential election which will be held on July 9, 2014, the mass media especially Televisions are busy to report all kind of news about the presidential election. One of the news which gains high attention of the media is Jokowi, the presidential candidate for Indonesian Democratic Party of Struggle (PDI-P). The two televisions which become the focus of this research are RCTI and tvOne due to their involvement in politic. As it is known that Hary Tanoesoedibyo, the owner of RCTI, is the vice presidential candidate for People's Conscience Party (Hanura) and Aburizal Bakrie, the owner of tvOne as well as the chairman of Golkar party, is the presidential candidate for that Party. In relation to this, it is obvious that both RCTI and TVone view Jokowi as their political opponent. The way they report news about Jokowi as the presidential candidate must have the influence from particular people behind them. This practice called framing.*

Keywords: Jokowi, RCTI, tvOne, Framing

Abstrak. Mendekati Perayaan Pemilihan Umum 2014, media televisi dihiasi berbagai macam kabar seputar Pemilu, salah satunya pendeklarasian Jokowi sebagai calon presiden dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). RCTI dan tvOne sebagai media massa penyebar informasi ikut menyiarkan pemberitaan mengenai Jokowi sebagai capres 2014 melalui program Seputar Indonesia dan Kabar Petang. Hary Tanoesoedibyo sebagai pemilik RCTI yang merupakan cawapres dari Partai Hanura, serta Aburizal Bakrie sebagai pemilik TV One sekaligus ketua umum Partai Golkar dan capres dari partai tersebut, tentu memandang Jokowi sebagai lawan mereka dalam dunia politik. Hasil pemberitaan kedua stasiun televisi ini akan selalu dipengaruhi orang-orang yang berkepentingan tertentu di dalamnya dan berpengaruh pula pada cara media tersebut menyampaikan berita atau biasa disebut *framing*.

Kata kunci: Jokowi, RCTI, tvOne, Framing

A. Pendahuluan

Mendekati Perayaan Pemilihan Umum 2014, media televisi dihiasi berbagai macam kabar seputar Pemilu, salah satunya pendeklarasian Jokowi sebagai calon presiden dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Kabar ini menjadi isu yang paling hangat dibicarakan media karena publik telah lama menunggu kebenarannya sejak Rakernas PDIP pada September 2013 lalu.

Sebelum namanya resmi diumumkan, Jokowi sering disebut-sebut akan menjadi salah satu capres yang ikut bersaing di Pemilihan Umum (Pemilu) 2014. Kabar ini kerap dibantah oleh para kader PDIP dan Jokowi sendiri setiap media memastikan kebenarannya. Namun penyangkalan ini menjadi tidak berarti saat putri Ketua Umum PDIP Megawati Soekarnoputri, yaitu Puan Maharani, mendeklarasikan Jokowi sebagai capres dari partai mereka.

Di awal terpilihnya Jokowi sebagai Gubernur DKI Jakarta, RCTI dan tvOne termasuk media yang rajin menyiarkan kegiatan mantan walikota Solo tersebut. Saat itu rata-rata media hanya menonjolkan sisi baik Jokowi sebagai dewa penyelamat Ibu Kota yang dapat mengatasi masalah banjir dan kemacetan Jakarta.

Menjelang dua tahun masa kepemimpinan, RCTI dan tvOne mulai berani mengkritik program-program Jokowi. Di antaranya masalah pembelian bus berkarat dari China untuk kebutuhan Trans Jakarta, Kartu Jakarta Sehat (KJS) dan Kartu Jakarta Pintar (KJP) yang tidak tepat sasaran, serta masalah macet dan banjir yang tidak kunjung membaik. Permasalahan-permasalahan ini mulai menjadi perhatian media yang ikut menggiring opini masyarakat untuk kritis terhadap para pemimpin Jakarta.

Bagian menarik dalam permasalahan ini adalah pemilik RCTI dan tvOne ikut bersaing dalam pemilihan capres dan cawapres 2014. Hary Tanoesoedibyo sebagai pemilik stasiun televisi swasta RCTI yang notabene merupakan cawapres dari Partai Hanura, serta Aburizal Bakrie sebagai pemilik tvOne sekaligus ketua umum Partai Golkar dan capres dari partai tersebut, tentu memandang Jokowi sebagai lawan mereka dalam dunia politik.

Pemberitaan RCTI dalam program Seputar Indonesia serta tvOne dalam program Kabar Petang mengenai Jokowi Sebagai Capres 2014 akan selalu dipengaruhi orang-orang yang mempunyai kepentingan tertentu di dalamnya. RCTI dan tvOne mempunyai cara masing-masing dalam “membungkus” berita ini dengan sedemikian rupa agar memberikan kesan tertentu lalu menyajikannya kepada khalayak dan dikenal dengan istilah *framing*. Menurut Eriyanto (2012:10-11), *framing* adalah metode untuk melihat “cara bercerita” media atas peristiwa. “Cara bercerita” ini tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana *framing* yang dilakukan oleh RCTI dan tvOne terhadap pemberitaan Jokowi Sebagai Capres 2014?

Selanjutnya pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana *framing* yang dilakukan RCTI dan tvOne terhadap pemberitaan Jokowi Sebagai Capres 2014 dari segi struktur sintaksis?

2. Bagaimana *framing* yang dilakukan RCTI dan tvOne terhadap pemberitaan Jokowi Sebagai Capres 2014 dari segi struktur skrip?
3. Bagaimana *framing* yang dilakukan RCTI dan tvOne terhadap pemberitaan Jokowi Sebagai Capres 2014 dari segi struktur tematik?
4. Bagaimana *framing* yang dilakukan RCTI dan tvOne terhadap pemberitaan Jokowi Sebagai Capres 2014 dari segi struktur retorik?

C. Kajian Pustaka

Penelitian ini bertitik tolak dari *framing*, sebuah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2012: 76). Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan menonjol oleh media.

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media (Eriyanto, 2012:3). Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi.

Teori konstruksionis menyatakan bahwa berita sebagai produk media yang memang tidak lebih dari sekedar konstruksi dari “fakta” di lapangan, bukan refleksi. Konstruksi mengandung arti bahwa bagaimana isi sebuah produk berita sangat bergantung dari bagaimana fakta tersebut dilihat dan dibingkai oleh wartawan atau pemilik media.

Tamburaka (2012: 140) dalam bukunya *Agenda Setting Media Massa*, mengungkapkan bahwa hal paling penting dalam pemberitaan adalah mengemas berita (*framing*), karena bagaimanapun sebuah isu yang akan ditonjolkan jika mengemasnya kurang baik maka isu yang baik itu akan kurang menarik, bahkan pesan yang disampaikan kurang mengena di masyarakat. Maka dari itu berita harus dikonstruksi dan dibentuk sedemikian rupa agar konstruksi pesan bisa dimaknai oleh audiens.

Di antara masyarakat dan media massa sebetulnya ada hubungan secara tidak langsung yang memunculkan beberapa asumsi yang berkembang dan berkaitan dengan keduanya. Asumsi yang perlu diperhatikan adalah bahwa media massa sesungguhnya lebih dari sekedar merefleksikan realitas melainkan merepresentasikan realitas. Oleh sebab itu, ada realitas yang dikonstruksi untuk menjadi isi media massa (Iriantara, 2009:21). Inilah yang membuat Considine (1995) memandang media seperti berikut ini:

1. Media melakukan konstruksi pesan.
2. Pesan-pesan media mengandung nilai-nilai dan ideologi.
3. Media merepresentasikan realitas terkonstruksi.
4. Pesan-pesan media memiliki konsekuensi-konsekuensi sosial dan politik.
5. Konstruksi media memiliki tujuan-tujuan komersil.
6. Setiap medium memiliki bentuk estetika yang unik.

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah analisis *framing*. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999:21 dalam Sobur, 2012:162). Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut. Model

analisis framing yang digunakan yaitu model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki yang membagi perangkat *framing* dalam empat struktur besar. Pertama struktur sintaksis, kedua struktur skrip, ketiga struktur tematik, dan keempat struktur retorik (Eriyanto, 2012: 294).

Penelitian ini meneliti berita yang disiarkan program Seputar Indonesia RCTI dan Kabar Petang tvOne selama bulan Maret, April, dan Mei 2014 mengenai Jokowi Sebagai Capres 2014. Selama tiga bulan tersebut RCTI menayangkan 13 berita mengenai Jokowi sebagai capres 2014 sedangkan tvOne menayangkan 29 berita. Dari berita-berita ini kemudian dipilih sepuluh berita dengan komposisi lima berita dari masing-masing media. Berita-berita tersebut dipilih karena lebih menonjol dibanding berita lainnya. Berdasarkan hasil observasi peneliti, sepuluh berita ini menjadikan Jokowi sebagai objek utama dalam pemberitaan mereka dan ditampilkan dalam judul berita.

E. Temuan Penelitian

Penelitian mengenai Sosok Jokowi Sebagai Media Capres 2014 ini dilakukan selama bulan Maret, April dan Mei 2014. Selama tiga bulan tersebut media massa silih berganti menyampaikan perkembangan kabar seputar pemilihan capres dan cawapres 2014. Dengan menggunakan model analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, berita-berita tersebut diolah ke dalam empat struktur, yaitu sintaksis, skrip, tematik, serta retorik.

Pada struktur sintaksis, RCTI tidak membesar-besarkan sisi negatif Jokowi maupun sisi positifnya. Pemberitaan RCTI terhadap Jokowi sebagai capres 2014 tergolong netral dan bersifat informatif. Berita-beritanya pun tidak bernada provokatif. Meski secara politik Hary Tanoesudibyo sebagai pemilik RCTI berpihak kepada pasangan Prabowo-Hatta, namun sikap berpolitik RCTI tidak ditunjukkan dalam pemberitaan Jokowi. Sedangkan tvOne beritanya cenderung menonjolkan sisi negatif Jokowi dibanding sisi positifnya. Komposisi beritanya didominasi oleh berita yang menyudutkan Jokowi sebagai capres 2014. Penyusunan faktanya

bersifat provokatif yang bisa mempengaruhi opini masyarakat. Hal ini dikarenakan Aburizal Bakrie adalah pemilik tvOne sekaligus Ketua Umum Partai Golkar yang sepakat mengukung pasangan Prabowo-Hatta dalam pilpres.

Pada struktur skrip, berita-berita RCTI hampir memenuhi kaidah 5W + 1H sehingga tidak ada fakta yang disembunyikan. Sedangkan tvOne sebagian besar beritanya tidak mengandung unsur *when*. Hal ini dikarenakan berita tersebut seringkali diputar berulang-ulang. Akibatnya berita yang disajikan tvOne tidak bersifat aktual dan informatif, sebagaimana tujuan media massa yang seharusnya memberi informasi terbaru kepada khalayak. Dengan kata lain tujuan pemberitaannya hanya untuk memprovokasi semata.

Pada struktur tematik, sebagian dari berita RCTI memuat dua tema atau lebih dalam satu berita. Penyudutan RCTI terhadap Jokowi terlihat dari berita yang tidak berkaitan dijadikan satu tema. Sedangkan berita tvOne sebagian besar mengukung satu tema dalam beritanya. Menggabungkan dua tema atau lebih dilakukan jika tema-tema tersebut memang berkaitan satu sama lain.

Pada struktur retorik, dalam berita RCTI tidak ditemukan leksikon yang mengacu pada pemojokan Jokowi sebagai capres 2014. Kata-kata yang digunakan cenderung netral dan tidak mencurigakan. Nada bicara *news anchor*-nya lebih datar tanpa intonasi yang berlebihan. Tayangan-tayangan berita RCTI hanya ditampilkan sekilas karena durasi beritanya sedikit. Sedangkan tvOne berita-beritanya banyak mengandung leksikon yang menyudutkan Jokowi sebagai capres 2014. Terdapat penaikan intonasi dalam nada bicara *news anchor*-nya pada kata-kata tertentu agar maksud yang ingin disampaikan tvOne bisa diterima dengan jelas oleh khalayak. Hal ini dilakukan untuk mempertegas sisi negatif Jokowi. Berikut adalah satu contoh berita dari RCTI dan tvOne yang menjadi bahan penelitian.

1. Berita RCTI : JK Akui Sebut Jokowi Belum Pantas Jadi Presiden

Dari Analisis sintaksis, *Headline* yang diangkat berita ini bertajuk **JK Akui Sebut Jokowi Belum Pantas Jadi Presiden**. Dengan *headline* Seperti ini, RCTI ingin menekankan kepada masyarakat bagaimana sosok Jokowi di mata JK terkait pencalonan dirinya sebagai capres yang dinilai JK belum layak. Penuturan fakta pun berlanjut dengan *lead* seperti di bawah ini :

“Ramainya pemberitaan tentang pernyataan calon wakil presiden PDI Perjuangan Jusuf Kalla yang meragukan kepemimpinan Joko Widodo saat menjadi gubernur DKI Jakarta membuat Jusuf Kalla angkat bicara.”

Lead yang digunakan termasuk *what lead*. Dengan *lead* ini RCTI ingin menunjukkan kepada masyarakat tentang keraguan JK terhadap Jokowi sebagai seorang pemimpin. Dengan memilih latar,

“Jusuf Kalla hadir dalam acara konsolidasi kemenangan Jokowi-JK di Surabaya. Kedatangan JK tanpa diwakili capresnya, yakni Joko Widodo.”

RCTI pun seolah-olah ingin menyimpulkan bahwa adanya ketidakkompakan antara Jokowi dan JK. RCTI pun menyertakan cuplikan video tanggapan JK terhadap pernyataannya tentang ketidaklayakan Jokowi sebagai capres di salah satu wawancara media nasional. Berikut kutipan tanggapan JK:

“Itu dua bulan setelah dia dilantik, jadi belum kelihatan. Tapi setelah dua taun sudah kelihatan. Prestasinya itu dilihat dari caranya juga.”

Dengan ditampilkannya video cuplikan tanggapan JK terhadap isu yang beredar, terlihat RCTI berusaha menyeimbangkan pemberitaannya. Dalam ilmu jurnalistik, hal ini disebut dengan *cover both side* atau keterangan dari sumber berita dikonfirmasi atau dicek ke sumber berita lainnya. Memberikan berita berimbang adalah salah satu prinsip dalam penulisan, penyiaran, atau penayangan berita (Zaenuddin, 2011: 174). Berita berimbang merupakan

berita yang layak untuk dipublikasikan. Berita JK yang mengakui Jokowi pantas jadi capres ini pun ditutup dengan penutup di bawah ini,

“Kini JK menyatakan Jokowi sudah layak bekerja menjadi gubernur DKI.”

Penutup ini dipilih RCTI sebagai penegasan kepada khalayak bahwa pandangan JK terhadap Jokowi telah berbeda dari sebelumnya.

Dari Analisis skrip, berita ini sudah lengkap mengandung unsur 5W+1H. Dari analisis tematik, ada dua tema yang diangkat dalam berita ini, yaitu: (1) Jusuf Kalla hadir dalam acara konsolidasi pemenangan Jokowi-JK Bersama ketua umum Partai Kebangkitan Bangsa Muhaimin Iskandar untuk mencari dukungan para kyai dan simpatisan PKB di Jawa Timur dan (2) Komentar JK yang menuding Jokowi belum mampu memimpin Ibu Kota, JK mengakuinya

Dari Analisa retorik, terdapat dua *tagline* yakni, “JK Berkomentar Jokowi Tak Layak Capres”, dan “Kini JK Jadi Cawapres Jokowi.” Pemilihan kedua *tagline* ini menunjukkan RCTI menyampaikan kepada masyarakat bagaimana inkonsistensi pandangan JK terhadap Jokowi.

2. Berita tvOne : JK Kritik Jokowi Nyapres Beredar di Dunia Maya

Dari analisis sintaksis, persepsi tvOne terhadap beredarnya video JK mengomentari Jokowi bisa dilihat dari judul beritanya yaitu **JK Kritik Jokowi Nyapres Beredar di Dunia Maya**. Dari *headline* tersebut kita mengetahui bahwa tvOne menonjolkan sisi JK (Jusuf Kalla) mengkritik Jokowi untuk menjadi poin utama dalam berita ini. *Headline* tersebut dilanjutkan dengan *lead* sebagai berikut:

“Di dunia maya beredar video rekaman wawancara cawapres Jusuf Kalla dengan salah satu media nasional. Dalam rekaman wawancara tersebut Jusuf Kalla

memberikan kritik keras pada sosok Joko Widodo yang kini menjadi capres yang diusung koalisi PDI Perjuangan.”

Lead di atas termasuk ke dalam *what lead*. *Lead* ini biasanya digunakan untuk menonjolkan hal terpenting dari suatu peristiwa. Dengan menggunakan *lead* ini tvOne berusaha menginformasikan kepada penonton bahwa Jusuf Kalla memberikan komentar negatif terhadap Jokowi melalui wawancara dengan sebuah media nasional dan sedang ramai diperbincangkan oleh para pengguna internet. Latar yang ditayangkan adalah sebagai berikut:

”Video rekaman wawancara Jusuf Kalla dengan Bisnis Indonesia TV beredar di dunia maya. Dalam wawancara ini JK menyatakan Joko Widodo hanya menang popularitas namun belum bisa membuktikan keberhasilan membangun Jakarta. Wawancara ini berlangsung pada Maret lalu sebelum JK menjadi pendamping Joko Widodo.”

Dalam latar di atas tvOne menyebutkan jika wawancara ini dilangsungkan pada bulan Maret sebelum JK menjadi pendamping Jokowi. Padahal Jusuf Kalla telah memberikan keterangan kepada wartawan jika wawancara tersebut berlangsung dua bulan setelah Jokowi dilantik sebagai gubernur DKI. Salah satu syarat penting dalam pekerjaan seorang wartawan adalah bertindak akurat (Zaenuddin, 2011: 140). tvOne tidak pernah menayangkan wawancara tersebut untuk memberikan klarifikasi kepada masyarakat. Artinya tvOne mengarahkan masyarakat untuk berpandangan negatif terhadap Jokowi selayaknya komentar JK kepada Jokowi. Media massa yang berulang kali menyajikan berita tidak akurat akan kehilangan reputasinya dan kepercayaan dari audiensnya. Padahal menurut Kusumaningrat (2009, 157), penulis berita harus terlebih dahulu memahami seluruh fakta yang berhubungan dengan berita yang akan ditulis agar masyarakat tidak salah paham dan berita yang disajikan tetap objektif dan berimbang.

Dari analisis skrip berita ini telah memenuhi kaidah 5W + 1H. Skrip merupakan cara wartawan mengisahkan fakta karena banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan peristiwa yang ditampilkan merupakan lanjutan dari peristiwa sebelumnya. Dalam berita ini

tvOne lebih banyak menampilkan cuplikan video wawancara JK dibanding memberikan fakta pendukung. Artinya tvOne memberikan porsi yang besar terhadap video tersebut agar penonton dapat lebih jelas menyaksikan JK menjelek-jelekkkan Jokowi.

Dari analisis tematik, tema yang dibahas berita ini mengenai JK yang memberikan komentar negatif terhadap kinerja dan kemampuan Jokowi sebagai pemimpin. Struktur tematik dapat diamati dari cara wartawan mengungkapkan peristiwa.

Dari analisis retorik, ditemukan leksikon “kritik keras” dan “hanya menang popularitas”. Istilah “kritik keras” digunakan tvOne untuk menggambarkan komentar pedas yang dilayangkan JK kepada Jokowi. Artinya dalam wawancara tersebut JK tidak sekedar mengkritik namun juga memojokkan Jokowi. “hanya menang popularitas” dikutip tvOne dari pernyataan JK yang bermakna Jokowi tidak punya kemampuan untuk memimpin. Jokowi terpilih menjadi gubernur karena sering tampil di media massa.

F. Diskusi

Temuan-temuan penelitian memperlihatkan bahwa berita-berita yang disajikan tvOne lebih sering menyudutkan Jokowi dibanding RCTI karena secara politik Aburizal Bakrie sebagai pemilik tvOne mendukung pasangan capres-cawapres lain yaitu Prabowo-Hatta. Melalui media massa miliknya, Aburizal Bakrie berusaha menggiring opini masyarakat agar melihat Jokowi sebagai sosok yang tidak layak menjabat sebagai presiden. Menurut Hikmat (2010: 223), di negara demokrasi opini publik telah menunjukkan kapasitasnya sebagai lembaga semu yang dapat sejajar dengan kekuatan parpol atau golongan-golongan di masyarakat. Bahkan dalam konteks keindonesiaan, opini publik telah menjelma menjadi kekuasaan yang paling besar yang dapat mendorong kekuasaan negara manapun untuk “menyerah” mengikuti jalurnya. tvOne sadar betul bahwa kekuatan opini publik bisa mengubah apapun, bahkan seseorang yang tidak mencuri bisa diadili karena dahsyatnya opini

publik. Pesan politik melalui media massa akan sangat kuat mempengaruhi perilaku politik masyarakat (Hikmat, 2010: 63). Oleh karena itu, berita-berita mengenai Jokowi yang ditonjolkan tvOne adalah berita yang isinya negatif agar pandangan masyarakat terhadap Jokowi berubah. Seperti berita: **“JK Kritik Jokowi Nyapres Beredar di Dunia Maya”** dan **“Warga Cipinang Muara Tolak Jokowi Nyapres”**.

Dalam berita **“JK Kritik Jokowi Nyapres Beredar di Dunia Maya”**, tvOne dalam latar beritanya menyebutkan “..wawancara ini berlangsung pada Maret lalu sebelum JK menjadi pendamping Joko Widodo.” Artinya, JK melakukan wawancara beberapa minggu sebelum diputuskan menjadi cawapres Jokowi. Namun dalam berita RCTI, peneliti menemukan wawancara JK yang mengklarifikasi kabar ini. Dalam berita RCTI, JK mengatakan bahwa wawancara tersebut terjadi saat Jokowi baru dua bulan dilantik sebagai gubernur Jakarta.

Di hari setelah menyiarkan kabar **“JK Kritik Jokowi Nyapres Beredar di Dunia Maya”**, peneliti tidak menemukan berita tvOne yang melengkapi kabar ini. tvOne hanya memutar video wawancara tersebut berulang-ulang bahkan hingga dua bulan sejak video tersebut muncul. Padahal menurut Alex Sobur (2000), kebenaran adalah prasyarat etis bagi pers. Tujuan lain seperti pers mendukung perkembangan masyarakat atau menyebarkan kebudayaan nasional, adalah baik dan penting, tetapi hanya dapat mempertahankan martabat moralnya kalau dijalankan sesuai dengan etos dasar pers. Pers wajib untuk menyajikan kebenaran dan selalu dengan sebenar-benarnya.

RCTI meskipun pemiliknya – Hary Tanoesudibyo – juga mendukung pasangan Prabowo-Hatta, sikap berpolitik RCTI tidak ditunjukkan dalam pemberitaan Jokowi karena RCTI merupakan stasiun televisi berbasis hiburan. RCTI tidak terlalu menonjolkan program *news* mereka untuk para penontonnya. RCTI tidak membesar-besarkan sisi negatif Jokowi maupun sisi positifnya. Pemberitaan RCTI terhadap Jokowi sebagai capres 2014 tergolong

netral dan bersifat informatif. Ini sesuai dengan salah satu fungsi jurnalistik menurut F Bond (1961 dalam Suryawati, 2011:38), bahwa jurnalistik merupakan sarana untuk menginformasikan fakta dan peristiwa yang terjadi di sekitar kehidupan manusia yang patut diketahui oleh publik.

Berita-berita RCTI hampir memenuhi kaidah 5W + 1H sehingga tidak ada fakta yang disembunyikan. Sebuah berita dianggap sempurna jika memenuhi persyaratan unsur 5W+1H (Zaenuddin, 2011:134). Seperti yang Eriyanto (2012) kemukakan bahwa kelengkapan unsur sebuah berita adalah penanda *framing* yang penting. Sedangkan tvOne sebagian besar beritanya tidak mengandung unsur *when*. Hal ini dikarenakan berita tersebut seringkali diputar berulang-ulang. Akibatnya berita yang disajikan tvOne tidak bersifat aktual dan informatif, sebagaimana tujuan media massa yang seharusnya memberi informasi terbaru kepada khalayak. Padahal menurut Brian S Brook (dalam Suryawati, 2011: 78) salah satu nilai berita yang penting adalah aktual atau *timeliness*, berita yang sedang atau baru saja terjadi. Sejalan dengan itu, Yunus (2010:74) juga mengungkapkan bahwa berita harus aktual, yang belum lama terjadi dan masih menjadi pembicaraan di masyarakat. Dengan kata lain tujuan pemberitaannya hanya untuk memprovokasi semata.

Dalam berita RCTI tidak ditemukan leksikon yang mengacu pada pemojokkan Jokowi sebagai capres 2014. Kata-kata yang digunakan cenderung netral dan tidak mencurigakan dengan nada bicara *news anchor*-nya yang lebih datar tanpa intonasi yang berlebihan. Sedangkan tvOne berita-beritanya banyak mengandung leksikon yang menyudutkan Jokowi sebagai capres 2014. Terdapat penaikan intonasi dalam nada bicara *news anchor*-nya pada kata-kata tertentu agar tujuan yang ingin disampaikan tvOne bisa diterima dengan jelas oleh khalayak. Menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah, (2007: 206), reporter televisi harus bisa membedakan dan menekankan dalam ucapannya, mana laporan berita dan mana opini dirinya. Laporan berita harus bebas dari opini, yang artinya berita harus objektif. Objektivitas

dalam pelaporan berita bertujuan untuk membuktikan profesionalisme wartawan dalam melayani publik. Berger dan Luckmann (1990:61 dalam Nurlimah, 2011) mengungkapkan, objektivitas hanya bisa terjadi melalui penegasan secara berulang-ulang, yang diberikan oleh individu lain yang memiliki definisi subjektif yang sama.

G. Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan Sosok Jokowi Sebagai Capres 2014 dalam program Seputar Indonesia RCTI dan Kabar Petang tvOne, maka dapat disimpulkan:

1. Pemberitaan RCTI terhadap Jokowi sebagai capres 2014 tergolong netral dan bersifat informatif. Berita-beritanya pun tidak bernada provokatif. Sedangkan tvOne beritanya cenderung menonjolkan sisi negatif Jokowi dibanding sisi positifnya. Komposisi beritanya didominasi oleh berita yang menyudutkan Jokowi sebagai capres 2014.
2. Pada struktur skrip, berita-berita RCTI hampir memenuhi kaidah 5W + 1H sehingga tidak ada fakta yang disembunyikan. Sedangkan tvOne sebagian besar beritanya tidak mengandung unsur *when*.
3. Pada struktur tematik, sebagian dari berita RCTI memuat dua tema atau lebih dalam satu berita. Penyudutan RCTI terhadap Jokowi terlihat dari berita yang tidak berkaitan dijadikan satu tema. Sedangkan berita tvOne sebagian besar mengusung satu tema dalam beritanya.
4. Pada struktur retorik, dalam berita RCTI tidak ditemukan leksikon yang mengacu pada pemojokkan Jokowi sebagai capres 2014. Sedangkan tvOne berita-beritanya banyak mengandung leksikon yang menyudutkan Jokowi sebagai capres 2014.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Kumala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Eriyanto. 2012. *Analisis Framing*. Cetakan ketujuh. Yogyakarta: PT LKis Printing Cemerlang
- Hikmat, Mahi M. 2010. *Komunikasi Politik Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- HM, Zaenuddin. 2011. *The Journalist Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor, dan Mahasiswa Jurnalistik*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iriantara, Yosol. 2009. *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekataman Media
- Kusumaningrat, Hikmat, dan Purnama Kusumaningrat. 2009. *Jurnalistik: Teori dan Praktek*. Cetakan keempat. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media*. Cetakan keenam. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Nurlimah, Nila. 2011. "Konflik Politik Capres SBY, JK, dan Megawati di Media Massa," dalam *Jurnal Mimbar*. Volume XXVII, Nomor 1, Juni 2011 (hal. 1-10)
- Sobur, Alex. 2000. "Kebenaran Sebagai Prasyarat Etis Pers", dalam *Jurnal Mediator*. Volume 1. Nomor 1, hal 17.