

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernahkah kita mendengar orang-orang di sekitar membicarakan buruknya citra Front Pembela Islam (FPI) saat menolak eksistensi Basuki Tjahja Purnama (Ahok) sebagai tokoh strategis di Jakarta? Atau tentang arogansi Ahok saat memimpin, menjadi sesuatu yang dinanti-nanti rakyat Jakarta dalam konteks kekinian dalam pemerintahan? Semua hal yang ada dibenak publik tersebut seolah-olah muncul begitu saja secara alami. Publik tidak sadar jika semua yang dipikirkannya belum tentu benar. Karena di dalam realitas para pelaku media memiliki realitanya sendiri. Realitas yang dibentuk sedemikian rupa sebelum dilempar ke benak publik untuk tujuan tertentu, sesuai dengan kepentingan media tersebut.

Perseteruan antara Basuki Tjahaja Purnama dengan FPI sudah terhembus saat masa kampanye Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012. Saat itu Basuki Tjahja Purnama alias Ahok menjadi calon wakil Gubernur mendampingi Jokowi sebagai calon Gubernur yang diusung PDI-P dan Gerindra. FPI sebagai salah satu ormas yang membawa nama Islam membuat perlawanan menggunakan *black campaign* pada pasangan Jokowi Ahok dengan nada SARA karena Ahok berasal dari non muslim. Perseteruan kian mencuat saat Ahok menjabat sebagai pelaksana tugas Gubernur DKI Jakarta setelah Jokowi terpilih menjadi Presiden RI dalam Pemilu 2014.

Setiap isu yang dikeluarkan oleh media masa akan bergulir secara berkesinambungan dalam ruang baca publik. Pesan tersebut memiliki kekuatan untuk

mencuri perhatian publik. Selain mencuri perhatian publik, isu yang dikurcurkan oleh media masa akan menjadi salah satu acuan publik dalam bersikap, bertindak, dan memihak terhadap suatu fenomena.

Eksistensi media massa saat ini seolah-olah sudah menjadi salah satu hal yang penting untuk menyuplai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat kita. Pendistribusian informasi tersebut berupa berita yang di gali, dicari dan disuguhkan melalui proses kerja dibalik meja redaksi (Sarda dan Van Loon Borin, 2008: 27). Berita atau pesan yang disampaikan media seringkali dimaknai apa adanya oleh masyarakat. Artinya, masyarakat lebih terpengaruh pada judul berita yang dihasilkan dari pada menganalisis secara mendalam teks berita tersebut. Padahal dalam kenyataannya sering terjadi *misinformasi* dan *misinterpretasi* antara apa yang disampaikan dan kenyataan yang diterima

Hal ini wajar, mengingat kebanyakan dari masyarakat kita masih awam dalam mengaetahui realitas yang disuguhkan oleh media. Keberadaan dua realitas di era informasi saat ini yaitu realitas media dan realitas nyata sepertinya luput dari jangkauan pemahaman masyarakat kita. Realitas yang diciptakan oleh media inilah yang akan mempengaruhi apa yang akan menjadi konsumsi publik dengan maksud tertentu.

Isu perseteruan Ahok vs FPI ini lantas menjadi sesuatu yang menarik bagi media masa. Wartawan terjun ke lapangan untuk berbelanja berita, dan redaksi memiliki pola sendiri dalam menyuguhkannya ke publik. Setiap media memiliki perspektif yang pasti berbeda antara satu sama lain. Masing-masing media akan mengkonstruksikan realitas tersebut dalam setiap beritanya. Hal tersebut dikarenakan setiap media memiliki latar

berfikir secara ideologis berbeda yang ikut serta dalam proses berita menuju ke ruang public.

Senada dengan hal tersebut Peter L. Berger dan Luckman (Sobur, 2009: 90) dalam teori konstruksi sosial melihat media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subyektivasi, dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai "konstruksi sosial media massa". Substansi dari konstruksi sosial media massa ini terdapat pada informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial terjadi dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa.

Secara umum, realitas sosial tidak pernah berdiri sendiri tanpa adanya intervensi seseorang atau lembaga media untuk melakukan konstruksi realitas sebelum disajikan pada publik. Berger dan Luckman (Sobur, 2009: 91), mendefinisikan konstruksi sosial sebagai pembentukan pengetahuan yang diperoleh dari hasil penemuan sosial. Realitas sosial menurut keduanya terbentuk secara sosial. Dalam hal ini pemahaman "realitas" dan "pengetahuan" dipisahkan.

Sudah semestinya masing-masing media memiliki beberapa kepentingan juga dalam menyambut isu perseteruan ini. Melalui pembangunan realitas dalam pemberitaannya, media jelas memiliki maksud tersendiri.

Ibnu Hamad (2004: 23) mengatakan bahwa media massa bukan sekadar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa politik secara apa adanya, tetapi tergantung kepada kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dengan demikian, apapun yang dihasilkan dan ditampilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut. Dengan kekuatan yang dimiliki oleh media massa, maka lembaga-

lembaga politik seperti partai politik, organisasi pemerintah, kelompok kepentingan, serikat buruh, LSM, dan sebagainya, seringkali memanfaatkan media massa untuk tujuan-tujuan politik.

Hampir seluruh media yang ada memiliki agenda dan kepentingan dimana hal itu berpengaruh pada pemberitaan mereka. Artinya media selalu berupaya menonjolkan dan menyembunyikan fakta yang ingin ditampilkan, serta berusaha agar masyarakat sebisa mungkin mempersepsikan sebuah fakta atau peristiwa sebagaimana yang diinginkan media – sesuai kepentingan media. Maka untuk tujuan tersebut, media menerapkan konsep framing dalam menghadirkan berita atau informasi pada khalayak.

Agenda setting yang terkemas pada pembangunan realitas media, akan nampak dalam *frame* pemberitaan. Pembingkaiian atau framing digunakan media untuk menonjolkan atau memberikan penekanan aspek tertentu sesuai dengan kepentingan media. Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang memiliki makna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih menonjol dalam pikiran khalayak (Eriyanto, 2002: 252).

Berdasarkan dimensi teoritis, teori framing berbicara tentang seleksi isu yang dimasukkan atau dikeluarkan dari wacana. Menurut analisis framing, dalam wacana berlangsung proses pemilihan fakta mana yang diangkat, fakta mana yang disembunyikan, atau fakta mana yang dihilangkan sama sekali. Wacana menurut framing terdiri dari sejumlah komponen yang diisi dengan fakta-fakta pilihan itu (Van Dijk, 1998 dalam Darma, 2009:23)

Untuk membedah isu perseteruan Ahok dan FPI tersebut, model framing dari Zhondang Pan dan Gerald M Kosicki, menjadi pisau bedah yang tepat karena mereka mengoperasionalkan empat dimensi structural teks berita: sintaksis, skrip, tematik, dan

retoris. Dengan pola tersebut akan bisa diketahui *frame* dari masing-masing media yang ingin diteliti. Model tersebut dirasa banyak peneliti paling sistematis dan praktis karena kecenderungan media akan bisa dilihat dari keempat dimensi struktural tersebut.

Penelitian tentang perseteruan Ahok dan FPI kali ini semakin menarik karena kajian yang dijadikan unit analisis adalah portal berita online. Pada kebiasaan kajian analisis framing kebanyakan mengkaji isu-isu yang terdapat di media cetak seperti koran, tabloid, majalah, dan media audio visual atau yang biasa kita sebut dengan media konvensional saja. Karena jika kita sadari bersama, kekuatan pembangun realitas melalui framing media masa di era permediaan yang mutakhir ini semakin diperkuat oleh keterbaruan potensinya melalui semakin gencarnya serangan media dengan munculnya revolusi media konvensional dalam bentuk online. Publik biasa menyebutnya sebagai portal berita media online.

Keberadaan media online seperti semakin menyeret kita pada sesuatu informasi yang meyakinkan dengan kecepatannya. Melalui kedekatannya yang dihubungkan melalui jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, atau *blog*, membuat portal berita media online membuat keberadaannya semakin dekat dengan publik. Bahkan melebihi eksistensi media konvensional seperti koran, majalah, atau televisi sebagai media induknya.

Seperti dalam kasus perseteruan Front Pembela Islam (FPI) DPC Jakarta dengan Basuki Tjahja Purnama (Ahok). Perseteruan terbuka yang sudah lama dipendam ini mencuat kembali saat FPI menyebarkan surat undangan terbuka pada tanggal 24 September 2014 keseluruh elemen di Jakarta tentang niatan untuk mengadakan aksi penolakan atas pelantikan Ahok menjadi Gubernur DKI Jakarta menggantikan Jokowi.

Mendengar isu tersebut, Ahok meresponnya dengan keras melalui komentar-komentarnya di berbagai media massa. Ahok akhirnya melaporkan tindakan FPI tersebut ke Kemenkumham pada tanggal 11 November 2014. Ahok merasa apa yang dilakukan FPI sudah melampaui batas, apalagi mengarah ke isu SARA. Perseteruan antara keduanya bergulir kian deras.

Bergulirnya perseteruan ini ditangkap oleh media masa dan di lemparkan ke tengah bahasan publik menjadi isu nasional. Dalam kasus ini, media masa konvensional sebenarnya juga mengangkatnya. Akan tetapi portal media online lah yang hadir mengangkat isu ini secara berkesinambungan. Sedangkan media konvensional lebih beralih membahas isu lain yang dianggap baru dan lebih menarik. Tercatat ada puluhan, bahkan ratusan portal berita online yang hilir mudik mengajak publik untuk lebih tahu tentang isu perseteruan antara Ahok vs FPI.

Hasilnya, banyak reaksi negatif dan positif dari publik yang keluar. LSM, Tokoh masyarakat, juga pemerintahan ikut berkomentar di dunia maya melalui berbagai macam akun pribadi di jejaring sosialnya. Simpang siur siapa yang benar dan salah menjadi bahasan publik. Antara yang mendukung FPI atau membela Ahok terbentuk dengan sendirinya. Perang opini publik deras menyerang ruang informasi dan berkecamuk dibenak publik.

Kajian perseteruan Ahok vs FPI ini menjadi menarik karena bisa disebut sebagai fenomena percontohan bagaimana isu SARA terbentuk dan bekerja di ruang publik dengan cepat. Apalagi isu ini terjadi di jantung Ibukota Indonesia yang biasanya akan menjadi rujukan daerah-daerah lain di Indonesia agar mampu memahami bagaimana kinerja isu SARA di benak publik melalui media massa. Khususnya pada media online.

Isu ini semakin mencuat kepermukaan ketika media nasional sekilas Tempo.co dan Forumkeadilan.com yang juga mengawalinya secara berkelanjutan. Tempo.co dan Forumkeadilan.com yang sudah lama diketahui sebagai salah satu media nasional yang terpercaya di Indonesia, memberikan ruang dalam pemberitaannya dalam masalah ini.

Karena penelitian kali ini ingin mengupas bagaimana framing dalam berita persetujuan Ahok dengan FPI, peneliti ingin membandingkan apa yang ditampilkan di Tempo.co dengan media online Forumkeadilan.com. Pemilihan pembandingan Tempo.co dengan Forumkeadilan.com ini dipilih karena selain sama-sama memiliki sejarah yang cukup lama dan berlatar belakang majalah sebagai induk medianya. Tempo.co dan Forumkeadilan.com juga menjadi salah satu media konvensional yang mengawali melirik pangsa media online di Indonesia.

Catatan Google Analytics menyebutkan bahwa sepanjang 2014 terjadi peningkatan jumlah pengunjung Tempo.co sebesar 190 persen dari tahun 2013, yaitu dari rata-rata 1 juta pengunjung naik menjadi 3,5 juta pengunjung per bulan. Sementara itu, jumlah halaman yang dibuka oleh satu pengunjung juga mengalami peningkatan menjadi 11 juta halaman per bulan.

Sedangkan Forumkeadilan.com sendiri juga amat ramai dengan pengunjung. Sampai sejauh *page view* sekarang mencapai 3 juta per harinya. Jelas sudah menjadi hal yang cukup untuk menjadi tolak ukur sebagai portal media online yang diperhitungkan di negeri ini.

Kedua portal media tersebut lebih membentangkan sayapnya di dunia permediaan *online* negeri ini seiring dengan meningkatnya kebiasaan akses *mobile*. Keduanya telah

mengembangkan aplikasi yang bisa diakses via telepon seluler, BlackBerry, iPhone, iPad, dan tablet Android dimana di public Indonesia sudah begitu populis.

Kedua portal berita online inipun memiliki *basic* awal sebagai media cetak berupa majalah dan tabloid dengan ciri khas pemberitaan yang mendalam menjadikan kedua portal berita online ini agak berbeda dengan yang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah framing yang diterapkan media tempo.co dan Forumkeadilan.com edisi membingkai isu perseteruan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) dengan Front Pembela Islam (FPI) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain adalah Mendapatkan gambaran bagaimana framing pemberitaan yang dilakukan oleh media tempo.co dan Forumkeadilan.com dalam menyampaikan sebuah peristiwa, terutama pada isu perseteruan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) dengan Front Pembela Islam (FPI).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain:

- 1.4.1 Manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai sumber refrensi dan pengetahuan, terutama dalam pemingkaian terhadap pemberitaan isu mundurnya perseteruan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) dengan Front Pembela Islam (FPI).
- 1.4.2 Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai upaya penggambaran pada pemingkaian media online dalam menghadirkan peristiwa pada khalayak.

Selain itu, agar dapat menjadi acuan media dan pengamat media dalam menjaga objektivitasnya menghadirkan fakta.

Sedangkan manfaat sosial penelitian ini adalah agar masyarakat dapat lebih memahami sisi lain dari media dalam menghadirkan berita pada khalayak. Selain itu agar masyarakat dapat lebih cerdas melakukan pemilihan informasi yang ada di media.