

**FRAMING ISU-ISU ISLAM  
DALAM KAMPANYE PEMILU 2019 DI RUBRIK SURAT KABAR  
HARIAN KOMPAS DAN HARIAN REPUBLIKA**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Oleh :**

**Rizka Habibah  
15210072**

**Pembimbing :**

**Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.  
NIP 19661226 199203 2 002**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2019**

## ABSTRAK

Rizka Habibah (15210072), 2019, Penelitian yang berjudul FRAMING ISU-ISU ISLAM DALAM KAMPANYE PEMILU 2019 DI RUBRIK SURAT KABAR HARIAN KOMPAS DAN HARIAN REPUBLIKA bertujuan untuk mengetahui bagaimana *framing* yang dilakukan Kompas dan Republika dalam melakukan pemberitaan isu Islam dalam kampanye 2019 dengan rentang waktu 13 Oktober – 13 November 2018.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *framing* model Zhodang Pan dan Gerald M. Kosicki, berdasarkan empat struktur analisis yaitu, sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diambil dari naskah berita di Harian Kompas dan Harian Republika edisi 13 Oktober-13 November 2018 sebanyak 13 isu Islam.

Kedua media massa tersebut mempunyai ideologi yang berbeda sehingga berpengaruh terhadap pemberitaan yang diberitakan. Kesimpulan dalam pemberitaan ini adalah Republika dengan ideologi Islam, memiliki kecenderungan untuk memberitakan dengan sudut pandang yang berbeda dengan Kompas. Republika yang memihak kepada Jokowi-Ma'ruf, yang terbukti dari pemberitaan yang mereka sajikan, serta bergabungnya Direktur Utama Republika Erick Thohir dalam TKN Jokowi-Ma'ruf. Dengan jumlah 117 berita kampanye ditemukan 12 berita isu Islam. Berita tersebut di antaranya membahas kampanye di tempat ibadah, kunjungan paslon ke pondok pesantren, dan juga simbol-simbol lainnya yang berkaitan dengan Islam. Sedangkan Kompas dengan jumlah 67 berita kampanye terdapat 1 berita isu Islam. Ideologi Kompas yang nasionalis tentu mempengaruhi isi pemberitaan, sehingga hanya ditemukan satu berita isu Islam. Sikap Kompas yang independen dalam pemberitaan kampanye mengenai isu Islam ini berbanding terbalik dengan Republika yang menganut ideologi Islam. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap media mempunyai cara kerjanya masing-masing yang dipengaruhi oleh ideologi media tersebut dan konstruksi yang ingin ditampilkan kepada khalayak.

**Kata Kunci :** *Analisis Framing, Isu Islam, Kampanye Pemilu 2019, Kompas, Republika*

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizka Habibah  
NIM : 15210072  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : **FRAMING ISU-ISU ISLAM DALAM KAMPANYE PEMILU 2019 DI RUBRIK SURAT KABAR HARIAN KOMPAS DAN HARIAN REPUBLIKA** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Maret 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Rizka Habibah  
15210072



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230  
Email : [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Rizka Habibah  
NIM : 15210072  
Judul Skrip : **FRAMING ISU-ISU ISLAM DALAM KAMPANYE  
PEMILU 2019 DI RUBRIK SURAT KABAR HARIAN  
KOMPAS DAN HARIAN REPUBLIKA**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

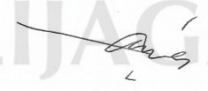
*Wassalamu'alaikum wr.w*

Yogyakarta, 22 Maret 2019

Mengetahui:

Ketua Jurusan  
  
Dr. Musthofa, S.Ag. M.Si  
NIP : 19680103 199503 1 001

Pembimbing Skripsi

  
Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.  
NIP 19661226 199203 2 002





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-368/Un.02/DD/PP.00.9/05/2019

Tugas Akhir dengan judul : FRAMING ISU - ISU ISLAM DALAM KAMPANYE PEMILU 2019  
DI RUBRIK SURAT KABAR HARIAN KOMPAS  
DAN HARIAN REPUBLIKA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RIZKA HABIBAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 15210072  
Telah diujikan pada : Selasa, 30 April 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dra. Anisah Indriati, M.Si  
NIP. 19661226 199203 2 002

Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.  
NIP. 19600905 198603 1 006

Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.  
NIP. 19661209 199403 1 004

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 30 April 2019  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. H. Nuzulman, M.Si.  
NIP. 19600316 198703 2 001

## MOTTO



Sometimes there is no next time, no time-outs, no second chances.  
Sometimes it's now or never.  
(Alan Bennett)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat yang tak terhingga sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Nabi Muhammad SAW yang merupakan tauladan bagi seluruh umat muslim.

Kedua orang tua penulis yang tak hentinya mendo'akan dan dukungan yang luar biasa sehingga penulis dapat sampai pada titik ini. Keluarga, sahabat dan teman-teman semuanya serta Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Terimakasih.



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamiin*, Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat Rahmat dan Nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **FRAMING ISU-ISU ISLAM DALAM KAMPANYE PEMILU 2019 DI RUBRIK SURAT KABAR HARIAN KOMPAS DAN HARIAN REPUBLIKA** dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa tucurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala nikmat, kemudahan dan karunia-Nya yang tak terhingga.
2. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M.Si.
4. Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dra. Hj. Annisah Indriati, M.Si yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dosen Pembimbing Akademik, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A, terimakasih atas semua ilmu serta bimbingannya sehingga dapat menyelesaikan penelitian.
7. Seluruh dosen dan karyawan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terimakasih atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
8. Mamah Siti Aminah Batubara dan Ayah Sobirin Nasution yang tiada henti mendo'akan, mendukung, menyayangi, memotivasi, berjuang dan selalu ada dalam kondisi apapun. Semoga selalu dilimpahkan berkah, kemudahan dan kebaikan atas kasih sayang kalian. *Aamiin*.
9. Kakak dan Adik-adik, Kak Nurfadillah Nasution, Bang Aril, Kak Nana, dan Ichwan, yang senantiasa selalu menanyakan kapan kelulusan itu tiba sehingga menjadi motivasi tersendiri untuk penulis dan segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Segenap teman-teman kaca mata manjah, Nabila Khairunnisa, Ika Nur Vitaliya, Elita Ardiyanti Pengesti Putri, Betty Rofiatun Nisa, dan Alfiana Yuniar terimakasih atas segala do'a, semangat, dukungan dan kasih sayangnya selama kurang lebih 4 tahun bersama menuntut ilmu di UIN Sunan Kalijaga.



11. Teman-teman seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya Tita Rochmatul Nurjannah, Ulfah Nurfadilah, Lasari Nurfitri Aningsih, Ma'rifatul Khoeriyah, Hidayat, Ahyar Putra, Yusuf Safarudin, Wildan Ridho, Syarif Hidayat, dan Alifia Absah terimakasih atas semua bantuan, semangat dan dukungannya selama kurang lebih 4 tahun ini.
12. Teman-teman KKN Ni'imma Hiya Saidah, Jamila Wilda Firdaus, Khoirunnisa Indah Safigri, Fatimah Qotunnada Ardiastri, Ngizat Muhammad, Ahmad Futunul Fikri, dan khususnya Raafi Nur Ali terimakasih telah menemani, mendukung dan memberikan semangat yang begitu besar sehingga penelitian ini selesai.
13. Keluarga besar Rasida Fm terutama teman-teman limolas Yuan Kurnia Shandy, Neneng Pujiyanti, Halwa Fauziah, Putri Shakinah, Rahmat Ramadhan, dan Khasan Tholabi terimakasih atas pengalaman, kekompakan, kepercayaan dan kekeluargaannya selama ini.
14. Segenap Ikatan Alumni Daarul Uluum Yogyakarta (IADY), khususnya Tirza Yasha, Heru Hermawan, Muhammad Shufi dan Rembakayasa terimakasih atas semua arahan, pengalaman, pelajaran, kepercayaan dan dukungan penuh sehingga penulis dapat merasakan kenyamanan menuntut ilmu di Kota Pelajar ini.
15. Teman-teman Sanggar Seni Kujang (SANSENKU), terimakasih atas semua pengalaman, pelajaran, kekompakan dan semangat selama 4 tahun lamanya.
16. Segenap pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan atas segala bantuan tersebut.

Akhir kata penulisan mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat di masa yang akan datang.

Yogyakarta, Maret 2019

*Penulis*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BERJILBAB .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I     PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Pokok Masalah .....	5
1. Identifikasi Masalah .....	6
2. Batasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Kerangka Teori .....	11
1. Komunikasi Politik .....	11
2. Media Massa dan Pers .....	12

3. Konstruksi Realitas oleh Media Massa .....	14
4. Analisis <i>Framing</i> .....	16
G. Metodologi Penelitian .....	25
H. Sistematika Pembahasan .....	31
<b>BAB II HARIAN KOMPAS DAN HARIAN REPUBLIKA</b>	
A. Profil Surat Kabar .....	33
1. Harian Kompas .....	33
2. Harian Republika .....	42
B. Isu Islam .....	51
1. Isu Islam pada Harian Kompas .....	51
2. Isu Islam pada Harian Republika .....	53
<b>BAB III ISU ISLAM DALAM KAMPANYE PEMILU 2019</b>	
A. Isu Islam dalam Harian Kompas .....	73
1. Tempat Ibadah Jangan untuk Kampanye .....	73
B. Isu Islam dalam Harian Republika .....	76
1. “Jangan Politisasi Agama” .....	77
2. Paslon Rajin ke Pesantren .....	83
3. Sejumlah Masjid di Jabar jadi Tempat Kampanye .....	86
4. Pesantren d Musim Politik .....	88
5. Suara Santri Jadi Rebutan .....	93
6. Kiai Ma’ruf Amin Hadiri <i>Halaqah</i> Ulama se-Jawa Barat .....	96
7. Safari ke Kiai Masih Berlanjut .....	99
8. Arah Politik Muhammadiyah .....	102
9. Perbedaan Politik itu Biasa di Tebuireng .....	104
10. Jokowi ajak Pengusaha Muda Berhijrah .....	106
11. TKN Intensifkan Komunikasi dengan Umat Islam .....	108
12. Jokowi Safari ke Banten .....	111

#### **BAB IV    PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	113
B. Saran .....	115
C. Penutup .....	116

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>
--------------------------------	------------



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Logo Harian Kompas .....	35
Gambar 2	: Logo Harian Republika .....	43
Gambar 3	: Suasana Kampanye Joko Widodo-Ma'ruf di Banten .....	114
Gambar 4	: Berita Kompas 1 .....	131
Gambar 5	: Berita Republika 1 .....	132
Gambar 6	: Berita Republika 2 .....	133
Gambar 7	: Berita Republika 3 .....	134
Gambar 8	: Berita Republika 4 .....	135
Gambar 9	: Berita Republika 5 .....	136
Gambar 10	: Berita Republika 6 .....	137
Gambar 11	: Berita Republika 7 .....	138
Gambar 12	: Berita Republika 8 .....	139
Gambar 13	: Berita Republika 9 .....	140
Gambar 14	: Berita Republika 10 .....	141
Gambar 15	: Berita Republika 11 .....	142
Gambar 16	: Berita Republika 12 .....	143

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menguatnya peran media massa dalam proses komunikasi politik semakin terasa menjelang Pemilihan Umum (Pemilu). Media merupakan salah satu aktor penting dalam menggiring opini publik. Selain tempat informasi, media juga mempunyai peran menjadikan proses demokrasi di Indonesia yang semakin baik dan bermutu. Opini publik pun kian penting nyatanya, bahkan posisinya ada di nomor empat setelah eksekutif, legislatif dan yudukatif di negara-negara demokrasi liberal.<sup>1</sup> Salah satu kriteria dasar negara demokrasi adalah diakuinya secara efektif kebebasan-kebebasan fundamental, seperti kebebasan berbicara, beragama dan berkumpul. Kebebasan berbicara mencakup kebebasan informasi dan kebebasan pers yang sesuai dengan ideologi yang dianut masing-masing negara.<sup>2</sup> Secara ideal, dalam setiap pemberitaannya, media harus selalu berusaha netral dan mengutamakan kepentingan bangsa.

Namun sulit nyatanya mewujudkan media yang netral pemberitaannya, karena konstelasi politik di Indonesia dalam Pemilu 2019 memasuki babak baru. Hal ini ditandai dengan sikap beberapa pemilik media yang menunjukkan

---

<sup>1</sup> Anwar Arifin, *Perspektif Ilmu Politik*, cet. 1 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 191.

<sup>2</sup> Ibid., hlm. 191.

secara nyata afiliasi politik mereka. Walaupun pemilik media tersebut tidak gamblang mengungkapkan bahwa media yang mereka miliki dijadikan manuver politik, dan keberpihakan pemilik modal tentu menjadi ancaman bagi wartawan dalam membuat berita.<sup>3</sup>

Berita yang telah dibuat oleh wartawan atau yang diceritakan wartawan dalam tulisannya, kembali akan diubah (edit) oleh *editor*. Berita yang sudah ditulis sering kali tulisannya beberapa hilang di antaranya, justru bagian tertentu malah semakin ditonjolkan atau semakin dikembangkan. Inilah konsep *framing*.<sup>4</sup> Mengapa aspek yang ini yang ditonjolkan oleh media, sementara aspek yang itu dihilangkan? mengapa bagian ini yang ditekankan oleh media, sementara bagian yang itu dikaburkan? Itulah pertanyaan-pertanyaan yang identik dengan pemingkaian berita (*framing*).

Media bukanlah saluran yang bebas, yang dapat memberitakan dengan apa adanya atau cermin dari realitas. Media justru mengkonstruksi realitas yang ada, itulah yang disajikan setiap harinya dalam pemberitaan media. Ada peristiwa yang diberitakan, dan ada yang tidak diberitakan. Ada berita yang disajikan dengan berbeda dengan wawancara yang berbeda dengan orang yang berbeda, dengan titik perhatian berbeda. Semua kenyataan ini membuktikan bahwa media adalah bersifat subjektif.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Permata Romadhonita, "Analisis Framing Berita Capres dan Cawapres pada Pemilu 2014 di Harian Republika dan Jawa Pos", Jurnal Commonline Departemen Komunikasi, vol. 4:1 (2014).

<sup>4</sup> Eriyanto, *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: PT LKiS Printing Cemerlang, 2015), hlm. 2.

<sup>5</sup> Ibid., hlm. 3.

Tidak semua media menampilkan apa yang terjadi, atau media dengan sifatnya yang subjektif, seperti dalam penelitian ini, peneliti memilih Harian Kompas dan Republika sebagai objek penelitian, karena pada masa kampanye 2019 kedua media tersebut memiliki sikap yang bersebrangan. Peneliti melihat perbedaan tersebut melalui Erick Thohir selaku Direktur Utama Republika juga menjabat sebagai presiden dalam klub sepak bola Inter Milan (Italia) telah melepas jabatannya dengan alasan ingin fokus sebagai ketua Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf Amin di Pilpres 2019.<sup>6</sup> Sedangkan tokoh dari Harian Kompas tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan dukungannya kepada salah satu capres ataupun cawapres. Walaupun kedua koran ini tidak mengakuinya secara nyata, namun peneliti berasumsi bahwa *framing* berita yang dimuat dan dilakukan media massa tersebut, akan condong kepada salah satu pasangan capres dan cawapres.

Penelitian ini berdasarkan pemahaman bahwa media memberitakan suatu peristiwa yang sama dengan cara yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan pemahaman dan konstruksi media itu sendiri. Selain perbedaan ideologi dan falsafah surat kabar Harian Kompas dan Harian Republika, yang menjadi alasan mengapa peneliti tertarik untuk memilih kedua media tersebut, yakni peneliti menemukan indikasi perbedaan konstruksi teks pada dua surat kabar setelah melakukan observasi.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Dadan Kurnia, "*Erick Thohir Lepas Jabatan Presiden*", Artikel Harian Republika terbit pada 28 Oktober 2018, hlm. 12.

<sup>7</sup> Pengamatan kedua media (Kompas dan Republika) yang terbit pada 13 Oktober – 13 November 2018 atau pada bulan pertama masa kampanye Pemilu 2019.

Harian Kompas adalah surat kabar Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta. Kompas diterbitkan oleh PT. Kompas Media Nusantara dan merupakan bagian dari kelompok usaha Kompas Gramedia (KG), yang didirikan oleh PK. Ojong (alm.) dan Jakob Oetama sejak 28 Juni 1965. Mengusung semboyan Amanat Hati Nurani Rakyat, Kompas diharapkan tumbuh menjadi sumber informasi terpercaya, akurat, dan mendalam. Sebagai media massa, Harian Kompas memiliki visi dan misi untuk menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas Indonesia yang lebih harmonis, toleran, aman dan sejahtera dengan mempertahankan Kompas sebagai *market* (pasar) *leader* secara nasional melalui optimalisasi sumber daya serta sinergi bersama mitra strategis.<sup>8</sup>

Sementara Republika adalah salah satu dari dua media yang akan peneliti analisis pemberitaannya. Profil perusahaan Mahaka Media, dengan semboyan "*Beyond Media Creation*", merupakan perusahaan induk dari unit usaha media dan hiburan (*entertainment*) yang memiliki kekuatan di media luar ruang, radio dan *event*. Perseroan ini bertempat di Sahid Office Boutique, Blok G. Jl. Jend. Sudirman Kav. 86, Jakarta 10220 (sebelumnya di Plaza Asia/ABDA).<sup>9</sup> Pada tanggal 4 Januari 1993 perseroan mendirikan Harian Republika, surat kabar pertama bagi komunitas muslim di Indonesia.<sup>10</sup> Visi Republika adalah menjadi perusahaan media terintegrasi yang terdepan di

---

<sup>8</sup> Cerita Berdiri 1965 pada Kompas - Profil Kompas - Amanat Hati Nurani Rakyat <https://korporasi.kompas.id/cerita-berdiri/>, diakses pada tanggal Sabtu, 27 Oktober 2018, pukul 15.12 WIB.

<sup>9</sup> Profil Mahaka Media - [http://mahakamedia.com/tentang\\_kami/mahaka\\_media](http://mahakamedia.com/tentang_kami/mahaka_media), diakses pada tanggal Sabtu, 27 Oktober 2018, pukul 14.41 WIB.

<sup>10</sup> Ibid.,

Indonesia. Misi Republika adalah menciptakan serta mendistribusikan informasi dan hiburan kepada konsumen secara terintegrasi.<sup>11</sup>

Pemilihan isu Islam dalam penelitian ini karena masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, yaitu dengan jumlah penduduk Islam sebagai pemilih sebanyak 187.474.540 jiwa<sup>12</sup> tentu menarik perhatian para paslon untuk berkampanye lebih sering dan berharap memiliki banyak suara dari sana. Latar belakang kedua paslon yang beragama Islam pun menjadi pertimbangan besar bagi pemilih untuk menentukan pilihannya. Tentu dengan masyarakat yang dominan ini akan membuat durasi kampanye akan lebih sering tentu rentan menimbulkan sebuah peristiwa atau konflik, karena waktu kampanye yang lebih banyak. Beberapa contoh yang belakangan ini terjadi adalah maraknya kampanye yang dilakukan di tempat ibadah, khususnya masjid.

## **B. Pokok Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. **Konstruksi media yang akhir-akhir ini selalu menjadi komunikator politik, sayangnya tidak semua masyarakat tahu bahwa tidak sepenuhnya berita yang disajikan adalah benar adanya (pasti adanya konstruksi realitas).**

---

<sup>11</sup> Mahaka Media-Tentang Kami, [http://mahakamedia.com/tentang\\_kami/mahaka\\_media](http://mahakamedia.com/tentang_kami/mahaka_media), diakses pada tanggal 04 Ferbuari 2019 pukul 10.00 WIB.

<sup>12</sup> Badan Pusat Statistik 2017, *Statistik Politik 2017* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2017), hlm. 176.



- b. **Pemberitaan yang dibingkai oleh media, bermakna menunjukkan ideologi dari media tersebut. Ini menimbulkan adanya pemilihan sudut-sudut berita yang disajikan dalam pemberitaan media tersebut.**

## **2. Batasan Masalah**

Batasan ini bertujuan untuk memisahkan antara yang berkaitan dengan yang tidak terkait dengan judul peneliti, untuk menspesifikasikan masalah yang berkaitan dengan isu Islam di masa kampanye. Dalam penelitian ini, batasan masalah yaitu sebatas isu-isu Islam yang terjadi di masa kampanye dan yang diberitakan di surat kabar Harian Kompas dan Harian Republika.

Hal-hal yang banyak disoroti, seputar permasalahan keagamaan seperti: kampanye yang banyak dilakukan di tempat ibadah, pesantren yang akhir-akhir ini banyak didatangi oleh kedua pasangan calon. Namun peneliti hanya menyoroti atau menganalisis yang terjadi pada kurun waktu 13 Oktober-13 November 2018. Karena ini adalah periode bulan kedua waktu kampanye Pemilu 2019, selain itu juga untuk melihat kesan awal pada pemberitaan di kedua media terkait kampanye Pemilu 2019.

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *framing* isu-isu Islam dalam berita kampanye Pemilu 2019 yang dilakukan surat kabar Harian Kompas dan surat kabar Harian Republika dalam periode bulan kedua 13 Oktober-13 November 2018 ?

### **D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Mengetahui pembingkaihan isu Islam dalam berita kampanye yang dilakukan surat kabar Harian Kompas dan surat kabar Harian Republika dalam periode bulan kedua 13 Oktober-13 November 2018.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

##### **a. Kegunaan Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah diharapkan menjadi tolak ukur dalam memaknai berita yang disajikan media elektronik, daring dan khususnya cetak. Karena pada kenyataannya tidak ada berita sesuai realitas, yang ada berita yang telah dikonstruksi oleh realitas sosial. Maka dengan ini masyarakat Indonesia dapat menyaring juga memaknai banyak arti dari setiap pemberitaan yang disajikan oleh media.

b. Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah, diharapkan untuk pengembangan pengetahuan serta wawasan agar ke depannya dapat dijadikan referensi ataupun rujukan utama bagi peneliti-peneliti selanjutnya khususnya dalam penelitian analisis *framing*. Selain itu, penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan baik bagi peneliti dan juga pihak-pihak lainnya yang juga tertarik dalam analisis *framing*.

## E. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajriannoor Fanani Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang dengan judul “*Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika pada Pemberitaan Religio-Politik Masa Kampanye Presiden 2009*” (The Messenger, volume III, Nomor 1, edisi Juli 2011)<sup>13</sup> membahas tentang kebijakan redaksional pada pemberitaan religio-politik yang ada semasa kampanye presiden di tahun 2009. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis *gatekeeping* menurut Pamela Shoemaker. Secara umum penelitian ini menghasilkan, kebijakan redaksional Republika adalah menciptakan wadah bagi umat Islam Indonesia dengan visi Islam moderat dan toleransi politik yang terbatas. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Republika

---

<sup>13</sup> Fajriannoor Fanani, “*Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika pada Pemberitaan Religio-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009*”, Jurnal The Messenger vol. III: 1 (Juli, 2011).

mendorong komunitas umat Islam untuk aktif dalam berpolitik, bernegara, dan berdemokrasi. Adapun secara khusus telah menunjukkan bahwa nilai-nilai, ideologi dan pandangan keagamaan aktor media massa dapat mempengaruhi kebijakan redaksional media mereka.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Permata Romadhonita dengan judul “*Analisis Framing Berita Capres dan Cawapres pada PEMILU 2014 di Harian Republika dan Jawa Pos*” (Commonline Departemen Komunikasi, vol.4/no.1)<sup>14</sup> membahas tentang pemberitaan kampanye capres dan cawapres dalam Pilpres 2014, pemberitaan yang diambil yaitu sebelum kampanye, saat kampanye dan pasca kampanye. Metodologi yang diterapkan adalah metode analisis *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menghasilkan Republika dengan ideologi Islam memiliki kecenderungan untuk memberitakan dengan sudut pandang yang lain dari Jawa Pos. Pemilihan judul, sumber berita, peletakan tema, kelengkapan unsur berita, penekanan kata, dan yang lainnya yang digunakan Republika menunjukkan bahwa Republika berupaya tetap objektif dalam memberitakan kedua pasang calon. Republika cenderung memberitakan sebuah peristiwa dari berbagai sudut. Sedangkan Jawa Pos yang mengikuti kemauan pasar dan pemiliknya mendukung kubu Jokowi-Jusuf Kalla, memang terbukti menampilkan berita yang secara eksplisit memberikan dukungan kepada Joko Widodo-Jusuf Kalla.

---

<sup>14</sup> Permata Romadhonita, “*Analisis Framing Berita Capres dan Cawapres pada Pemilu 2014 di Harian Republika dan Jawa Pos*”, Jurnal Commonline Departemen Komunikasi, vol. 4:1 (2014).

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nani Kurniasari, Gilang, Gusti Aji Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Universitas Negeri Surabaya dengan judul *“Kepemilikan dan Bingkai Media (Analisis Framing Pemberitaan Joko Widodo sebagai Kandidat Calon Presiden pada Koran Sindo)”* (Jurnal Ilmiah Komunikasi, Makna vol. 6 no. 1, Februari-Juli 2015)<sup>15</sup> membahas tentang pemberitaan Joko Widodo sebagai kandidat calon presiden pada Koran Sindo. Metodologi yang diambil, yaitu analisis *framing* dari Gamson-Modigliani. Dan menghasilkan/ menyimpulkan Koran Sindo bisa berbeda dengan agenda publik. Oleh karena itu, dalam membaca media, khalayak harus mampu dengan cerdas membaca dan mengungkapkan makna yang tersembunyi dari sebuah peristiwa. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam memberitakan calon presiden, masing-masing media itu memiliki konstruksi yang berbeda.

Penelitian terakhir yang dilakukan oleh Siti Nur Amaliyah, Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan judul *“Bingkai Media terhadap Berita Mengenai Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 (Analisis Framing Media terhadap Penyajian Berita Basuki Tjahaja Purnama ‘Ahok’ sebagai Calon Gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 di Harian Kompas dan Harian Republika periode 1 Maret-31 Mei 2016)”*<sup>16</sup> membahas tentang Harian Kompas dan

---

<sup>15</sup> Nani Kurniasari dan Gilang Gusti Aji, *“Kepemilikan dan Bingkai Media (Analisis Framing Pemberitaan Joko Widodo sebagai Kandidat Calon Presiden pada Koran Sindo)”*, Jurnal Ilmu Komunikasi Makna, vol. 6: 1 (Februari-Juli, 2015).

<sup>16</sup> Siti Nur Amaliyah, *Bingkai Media terhadap Berita Mengenai Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 (Analisis Framing Media terhadap Penyajian Berita Basuki Tjahaja “Ahok” Purnama sebagai Bakal Calon Gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 di Harian Kompas*



Harian Republika memberitakan mengenai Basuki Tjahaja Purnama atau biasa disapa Ahok sebagai bakal calon gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Metodologi yang diterapkan adalah menggunakan metodologi analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Kesimpulannya adalah terdapat perbedaan dan persamaan dari Harian Kompas dan Republika dalam menyajikan berita Basuki Tjahaja Purnama sebagai bakal calon gubernur dalam Pilkada 2017. Harian Kompas menjunjung tinggi independensi media sehingga berita yang disajikan cenderung netral. Harian Kompas tidak menonjolkan berita Ahok terkait dirinya maju melalui jalur perseorangan maupun relawan Teman Ahok karena Harian Kompas selalu mendudukan persoalan dan melihat substansi. Selain itu, Harian Kompas tidak menghubungkan antara kebijakan yang dilakukan oleh Ahok atau kasus yang membelitnya dengan pencalonan dirinya menjadi bakal calon gubernur dalam Pilkada DKI 2017. Adapun Harian Republika yakni membingkai pencalonan Ahok dengan menghubungkan kebijakan yang dilakukan.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Politik**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama bermakna satu makna atau sama makna. Komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang

terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yaitu agar orang lain mengerti dan tahu tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.<sup>17</sup>

Pengertian komunikasi yang efektif yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*, yang juga dikutip oleh Onong Uchjana, yaitu *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*<sup>18</sup> (proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media massa yang menimbulkan efek tertentu).

Komunikasi politik menurut ilmuwan politik Mark Roelofs yang dikutip oleh Dan Nimmo, yaitu politik adalah pembicaraan, atau lebih tepat, kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara. Politik tidak hanya sebuah pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik. Akan tetapi, hakikat pengalaman politik, dan bukan hanya kondisi dasarnya, ialah bahwa politik adalah kegiatan berkomunikasi antara orang-orang.<sup>19</sup>

## 2. Media Massa dan Pers

Dalam komunikasi politik, media massa menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi individu terhadap terpaan berita yang

---

<sup>17</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, cet. 25 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 9.

<sup>18</sup> Ibid., hlm. 10.

<sup>19</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik komunikator; Pesan dan Media*, cet. 7 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 8.

diterimanya. Media adalah alat utama untuk menyampaikan pesan/informasi politik kepada khalayak.

Komunikasi politik mengandung banyak lambang demi menghasilkan pesan yang efektif sehingga publik mengerti maksud dan tujuan dari pemberitaan media tersebut. Lambang-lambang pembicaraan politik mencakup kata, gambar, dan tindakan. Kemudian lambang-lambang tersebut dikombinasikan dan menghasilkan cerita, foto (foto atau pun sebuah video, dan film), dan drama.<sup>20</sup> Setelah itu komunikator menyampaikan lambang-lambang yang telah dikombinasikan dengan berbagai teknik dan media melalui perbincangan, personal, cetak (koran, majalah, poster, dll), elektronik (televisi atau radio).

Kata pers berasal dari kata *pers* dalam bahasa Belanda, artinya menekan atau mengepres. Kata *pers* juga merupakan padanan dari kata Inggris *press* artinya sama: tekan atau dorong. Ini dimaksud bahwa dunia pers selalu ada tekanan atau dorongan karena tanggung jawab dan waktu yang sangat terbatas dalam menyajikan suatu berita. Hal ini karena didorong atau didesak oleh pembaca atau pendengar dan redaksi serta rasa tanggung jawab untuk memberikan pelayanan dengan tepat waktu secara teratur atau konsisten.<sup>21</sup>

Pengertian pers yang lebih luas adalah segala sesuatu yang menyangkut kegiatan komunikasi, baik yang dilakukan dengan media cetak, elektronik,

---

<sup>20</sup> Ibid., hlm. 166.

<sup>21</sup> Hamdan Daulay, *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*, cet. 1 (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 3.

maupun internet. Atau pengertian yang lebih sempit pers bisa berarti surat kabar, majalah, buletin, dan kantor berita.<sup>22</sup>

### 3. Konstruksi Realitas oleh Media Massa

Proses konstruksi realitas prinsipnya setiap upaya menceritakan (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda tak terkecuali, khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas.<sup>23</sup>

Faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah memang menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan (diberitakan). Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna.<sup>24</sup>

Produksi berita berhubungan dengan bagaimana rutinitas yang terjadi dalam ruang pemberitaan yang menentukan bagaimana wartawan didikte/dikontrol untuk memberitakan peristiwa dalam perspektif tertentu. Selain praktik organisasi dan ideologi profesional tersebut, ada satu aspek lain yang sangat penting yang berhubungan dengan bagaimana peristiwa ditempatkan dalam keseluruhan produksi teks, yakni bagaimana berita itu bisa bermakna dan berarti bagi khalayak. Dalam buku Eriyanto, Stuart Hall (dkk.) menyebut aspek ini sebagai konstruksi berita.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Ibid., hlm. 3.

<sup>23</sup> Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa, Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, cet. 1 (Jakarta: Granit 2004), hlm. 11.

<sup>24</sup> Ibid., hlm. 11.

<sup>25</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, hlm. 141.

Menurut Hall (dkk.), sebuah peristiwa hanya akan berarti jika ia ditempatkan dalam identifikasi kultural di mana berita tersebut hadir. Jika tidak, berita tersebut tidak akan berarti bagi khalayak pembacanya. Peristiwa yang tidak beraturan dibuat menjadi teratur dan berarti. Itu artinya, wartawan pada dasarnya menempatkan peristiwa ke dalam peta makna (*maps of meaning*). Identifikasi sosial, kategorisasi, dan kontekstualisasi dari peristiwa adalah proses penting di mana peristiwa itu dibuat berarti dan bermakna bagi khalayak. Proses membuat peristiwa agar kontekstual bagi khalayak ini adalah proses sosial, menempatkan kerja jurnalistik dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakatnya. Ia menjadi latar asumsi (*background assumption*) yang dipahami bersama, yang oleh pemahaman wartawan dipandang bernilai bagi khalayak melalui mana peristiwa bukan hanya dipandang berarti melainkan juga dimengerti oleh khalayak. Ia menjadi asumsi yang kira-kira bagi wartawan dan khalayak disepakati bersama, bagaimana peristiwa seharusnya dijelaskan dan dipahami. Jadi, berita tidaklah dibentuk dalam ruang hampa.<sup>26</sup>

Berita dibentuk dari ideologi dominan dan visi misi perusahaan atau media dalam suatu wilayah kompetensi tertentu. Ideologi tidak selalu dikaitkan dengan ide-ide besar, melainkan juga bisa bermakna politik penandaan atau pemaknaan.<sup>27</sup> Bagaimana peristiwa dilihat dari kacamata dan pandangan tertentu dalam pandangan luasnya yaitu sebuah ideologi. Setiap peristiwa yang terjadi selalu diterjemahkan dengan makna yang

---

<sup>26</sup> Ibid., hlm. 143.

<sup>27</sup> Ibid., hlm. 154.



berbeda oleh setiap orangnya, ini karena setiap latar belakang seseorang pun mempengaruhi pola pikirnya.

Pesan atau berita yang disajikan oleh komunikator atau media tidak sepenuhnya dari peristiwa yang terjadi. Pesan dipandang bukan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya.<sup>28</sup> Dalam menyampaikan pesan, seseorang telah membangun citranya terlebih dahulu dengan arti lainnya yaitu telah merangkai perkataannya untuk menyampaikan pesan kepada orang lain atau khalayak dengan memberikan gambaran realitas yang pahaminya. Kemudian pesan itu disampaikan dengan apa yang sebelumnya telah dikonstruksi oleh latar belakang yang dimilikinya. Artinya, setiap pesan yang disampaikan berkemungkinan telah dikonstruksi dengan latar belakang, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki seseorang ditambah lagi jika seseorang itu memiliki kepentingan (politik) dalam penyampaian pesan tersebut.

#### 4. Analisis *Framing*

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita-berita/isu tersebut.<sup>29</sup> Karenanya, berita menjadi manipulatif dan bertujuan mendominasi

---

<sup>28</sup> Ibid., hlm. 48.

<sup>29</sup> Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas*, hlm. 22.

keberadaan subjek sebagai sesuatu yang *legitimate*, objektif, alamiah, wajar atau tak terelakan.<sup>30</sup>

*Framing* merupakan sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa. Media menyeleksi, menghubungkan dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Seperti dikatakan Frank D. Durham, *framing* membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Bagi khalayak, penyajian realitas yang demikian, membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti.<sup>31</sup> Selain penyajian realitas yang disederhanakan (dikonstruksi), tuntutan teknis penyajian berita pun mempengaruhi hasil berita yang disajikan. Keterbatasan-keterbatasan kolom dan halaman (pada media cetak) atau waktu (media elektronik), alasan ini menjadikan media jarang membuat berita sebuah peristiwa secara utuh.<sup>32</sup>

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentukan tertentu. Hasilnya

---

<sup>30</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, cet. 7 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.162.

<sup>31</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, hlm. 77.

<sup>32</sup> Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas*, hlm. 21.

pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknik jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan<sup>33</sup>.

Analisis *framing* yang diterapkan peneliti adalah model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Menurut Pan dan Kosicki ada dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan :

a. Dalam Konsepsi Psikologis.

*Framing* dalam konsep ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. *Framing* di sini dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang.

Elemen-elemen yang diseleksi dari suatu isu/peristiwa tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat keputusan tentang realitas.

---

<sup>33</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, hlm. 3.

b. Dalam Konsepsi Sosiologis.

Pandangan sosiologis melihat bagaimana konstruksi sosial atas realitas. *Frame* di sini dipahami sebagai proses bagaimana seseorang (wartawan) mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. *Frame* di sini berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu.<sup>34</sup>

Terlihat ada dua konsepsi yang agak berlainan mengenai *framing*. Disatu sisi *framing* dipahami sebagai struktur internal dalam alam pikiran seseorang, di sisi lain *framing* dipahami sebagai perangkat yang melekat dalam wacana sosial/politik. Pan dan Kosicki kemudian mengintegrasikan keduanya, konsepsi psikologi yang melihat *frame* semata sebagai persoalan internal pikiran dengan konsepsi sosiologis yang lebih tertarik melihat *frame* dari sisi bagaimana lingkungan sosial dikonstruksi seseorang.<sup>35</sup>

Menurut Pan dan Kosicki, *framing* pada dasarnya melibatkan kedua konsepsi tersebut. Dalam media, *framing* karenanya dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan dan menyimpannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang semuanya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas, dan praktik kerja profesional wartawan. *Framing* lalu dimaknai sebagai suatu strategi atau

---

<sup>34</sup> Ibid., hlm. 291.

<sup>35</sup> Ibid., hlm. 291.

cara wartawan dalam mengkonstruksi dan memproses peristiwa untuk disajikan kepada khalayak.<sup>36</sup>

Konsepsi psikologi dan sosiologi digabung menjadi satu model. Dapat dilihat dari bagaimana berita diproduksi dan peristiwa dikonstruksi oleh wartawan. Wartawan bukanlah agen tunggal yang menafsirkan peristiwa, ada tiga pihak yang saling berhubungan : wartawan, sumber dan khalayak. Setiap pihak menafsirkan dan mengkonstruksi realitas, dengan penafsiran sendiri dan berusaha agar penafsirannya yang paling dominan dan menonjol.

Dalam konstruksi suatu realitas, wartawan tidak hanya menggunakan konsepsi yang ada dalam pikirannya semata. *Pertama*, proses konstruksi itu melibatkan nilai sosial yang melekat dalam diri wartawan. Nilai-nilai sosial yang tertanam mempengaruhi bagaimana realitas dipahami. Sebagai bagian dari lingkungan sosial, wartawan akan menerima nilai-nilai, kepercayaan yang ada dalam masyarakat. *Kedua*, ketika menulis dan mengkonstruksi berita wartawan bukanlah berhadapan dengan publik yang kosong. Bahkan ketika peristiwa ditulis, dan kata mulai disusun, khalayak menjadi pertimbangan dari wartawan. Hal ini karena wartawan bukan menulis untuk dirinya sendiri, melainkan untuk dinikmati dan dipahami oleh pembaca. Melalui proses inilah nilai-nilai sosial yang dominan yang ada dalam masyarakat ikut mempengaruhi pemaknaan. *Ketiga*, proses

---

<sup>36</sup> Ibid., hlm. 292.

konstruksi juga ditentukan oleh proses produksi yang selalu melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik, dan standar profesional dari wartawan.<sup>37</sup>

Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dapat digambarkan ke dalam bentuk skema sebagai berikut :

**Tabel 1.**  
**Kerangka Analisis Bingkai Model Pan dan Kosicki<sup>38</sup>**

<b>STRUKTUR</b>	<b>PERANGKAT FRAMING</b>	<b>UNIT YANG DIAMATI</b>
<b>Sintaksis</b>	1) Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
Cara Wartawan Menyusun Kata		
<b>Skrip</b>	2) Kelengkapan Berita	5W + 1H
Cara Wartawan Mengisahkan Fakta		
<b>Tematik</b>	3) Detail 4) Koherensi 5) Bentuk Kalimat 6) Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
Cara Wartawan Menulis Fakta		
<b>Retoris</b>		
Cara Wartawan Menekankan Fakta	7) Leksikon 8) Grafis 9) Metafora	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik

(Sumber: Eriyanto).

Dalam pendekatan ini, perangkat *framing* dapat dibagi ke dalam 4 struktur besar :

<sup>37</sup> Ibid., hlm. 292.

<sup>38</sup> Ibid., hlm. 295.



a. Struktur Sintaksis

Sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis menunjukan pada pengertian susunan dan bagian berita *headline*, *lead*, latar informasi, sumber dan penutup.<sup>39</sup> Pada struktur ini peneliti mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita.<sup>40</sup>

Bentuk sintaksis yang sering digunakan adalah struktur piramida terbalik, yang dimulai dengan judul *headline*, *lead*, latar, sumber dan penutup. Bentuk piramida terbalik ini, bagian yang paling atas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya.<sup>41</sup>

Langkah-langkah menganalisis struktur sintaksis dimulai dari yang paling atas dalam tatanan piramida terbalik, yaitu *headline*. *Headline* merupakan aspek sintaksis dengan kemenonjolan yang tinggi yang menunjukan kecenderungan berita. Pembaca cenderung lebih mengingat *headline* yang dipakai dibandingkan bagian beritanya. *Headline* mempengaruhi bagaimana kisah dimengerti untuk kemudian digunakan dalam membuat pengertian isu dan peristiwa sebagaimana mereka beberkan (beritakan).<sup>42</sup> Bagian ini pun menunjukan bagaimana wartawan mengkonstruksi suatu isu, seringkali dengan menekan makna tertentu lewat pemakaian tanda

---

<sup>39</sup> Ibid., hlm. 295.

<sup>40</sup> Ibid., hlm. 294.

<sup>41</sup> Ibid., hlm. 296.

<sup>42</sup> Ibid., hlm. 296.

tanya untuk menunjukkan sebuah perubahan dan tanda kutip untuk menunjukkan adanya jarak perbedaan.<sup>43</sup> Selain *headline*, langkah selanjutnya yaitu *lead*. *Lead* yang baik umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukkan perspektif tertentu dari peristiwa yang diberitakan.

Selanjutnya latar. Latar merupakan bagian yang dapat mempengaruhi makna yang ingin ditampilkan wartawan. Latar biasanya dipilih oleh wartawan, dan itu menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Latar umumnya ditampilkan di awal sebelum pendapat wartawan yang sebenarnya muncul dengan maksud mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat wartawan sangat beralasan. Karena itu, latar membantu menyelidiki bagaimana seseorang memberikan pemaknaan atas suatu peristiwa.<sup>44</sup>

Langkah terakhir adalah pengutipan sumber. Bagian ini dimaksudkan untuk membangun objektivitas prinsip keseimbangan dan tidak memihak. Bagian ini menekankan bahwa apa yang ditulis wartawan bukan pendapat wartawan semata, melainkan pendapat dari orang yang mempunyai otoritas tertentu.<sup>45</sup> Pengutipan sumber ini menjadi perangkat *framing* atas 3 hal :

---

<sup>43</sup> Ibid., hlm. 297.

<sup>44</sup> Ibid., hlm. 297.

<sup>45</sup> Ibid., hlm. 298.

- a) Mengklaim validitas pada otoritas akademik.
- b) Menghubungkan poin tertentu dari pandangannya (wartawan) kepada pejabat yang berwenang.
- c) Mengecilkan pendapat tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas, sehingga pandangan tersebut nampak sebagai menyimpang.<sup>46</sup>

b. Struktur Skrip

Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita.<sup>47</sup> Bentuk umum dari struktur skrip adalah pola 5W + 1H (*what, where, who, when, why + how*). Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting. Skrip merupakan strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita, bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan mana yang kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya itu dilakukan dengan menempatkan di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol.<sup>48</sup>

c. Struktur Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi,

---

<sup>46</sup> Ibid., hlm. 299.

<sup>47</sup> Ibid., hlm. 294.

<sup>48</sup> Ibid., hlm. 301.

kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.<sup>49</sup> Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis.<sup>50</sup>

d. Struktur Retoris

Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar/foto yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.<sup>51</sup> Struktur retorik menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan adalah suatu kebenaran.<sup>52</sup>

## G. Metodologi Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara *holistic* (utuh) dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>53</sup>

---

<sup>49</sup> Ibid., hlm. 294.

<sup>50</sup> Ibid., hlm. 301.

<sup>51</sup> Ibid., hlm. 294.

<sup>52</sup> Ibid., hlm. 304.

<sup>53</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. 33 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 6.

## **1. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian tertuju kepada pemberitaan kampanye Pilpres 2019 dengan isu-isu Islam. Dalam penelitian ini, fokus penelitian yang akan dikaji yaitu sebatas isu-isu Islam yang terjadi di massa kampanye dan yang diberitakan di surat kabar Harian Kompas dan Harian Republika.

Hal-hal yang banyak disoroti, seputar permasalahan keagamaan seperti: tempat kampanye yang banyak dilakukan di tempat ibadah, tempat pendidikan khususnya pesantren yang akhir-akhir ini banyak didatangi oleh kedua pasangan calon. Namun peneliti hanya menyoroti atau menganalisis yang terjadi pada 13 Oktober-13 November 2018, karena selain masih awalnya waktu kampanye tentu hal ini akan menjadi waktu yang sangat dinanti-nantikan oleh kedua paslon, semangat yang menggebu-gebu dan strategi kampanye yang berbeda dari kedua paslon, dan juga terdapatnya hari santri pada 22 Oktober ini bisa jadi menjadi salah satu strategi mereka.

## **2. Sumber Data, Narasumber Penelitian**

### **a. Data Primer**

#### **1) Surat kabar Harian Kompas**

Pemberitaan yang terbit dengan rentang waktu 13 Oktober – 13 November 2018, pada rubrik politik dan hukum yang membahas mengenai isu Islam di masa kampanye Pemilu 2019.

## 2) Surat kabar Harian Republika

Pemberitaan yang terbit dengan rentang waktu 13 Oktober – 13 November 2018, pada rubrik Pemilu yang membahas mengenai isu Islam di masa kampanye Pemilu 2019.

### b. Data Sekunder

- 1) Hasil pengamatan kedua surat kabar (Kompas dan Republika)
- 2) Hasil analisis
- 3) Buku-buku pendukung

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dijelaskan dalam buku Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Burhan Bungin menjelaskan bahwa terdapat 3 metode pengumpulan data, yaitu<sup>54</sup> :

- a. Observasi terstruktur berawal dari pengamatan surat kabar Harian Kompas dan Harian Republika. Dengan mengamati kolom pemberitaan yang ada pada surat kabar keduanya, khususnya kolom politik.
- b. Pengumpulan data, mengumpulkan Harian Kompas dan Harian Republika pada masa kampanye dimulai dari tanggal 13 Oktober 2018 hingga 13 November 2018. Pengumpulan ini dengan membeli atau berlangganan koran Harian Kompas dan Harian Republika.

---

<sup>54</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 107.



- c. Wawancara, jika dibutuhkan maka wawancara ini tertuju kepada kedua pimpinan redaksi, Harian Kompas Yogyakarta dan Harian Republika Yogyakarta dan wartawan dari kedua media tersebut.
- d. Dokumentasi, berupa berita yang berisikan kampanye yang membahas atau menyinggung isu-isu Islam dalam harian kedua media tersebut, Kompas dan Republika. Dokumentasi ini berupa bentuk scan koran jika memungkinkan dan opsi selanjutnya, yaitu dengan bentuk potret atau foto.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses analisis kualitatif yang mendasar pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Menurut Miles dan Huberman, terdapat 3 teknik analisis data,<sup>55</sup> yaitu :

- a. Reduksi data. Reduksi data adalah sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dalam transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Karena berita yang disajikan di dalam surat kabar sangat banyak, sehingga perlu adanya pemetaan kolom politik yang membahas tentang kampanye.
- b. Penyajian data, *display* data. Menurut Miles dan Huberman, penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

---

<sup>55</sup> Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO*, cet. 1 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 10.

Penyajian data disajikan dengan membuat dua tabel, tabel pertama untuk Harian Kompas dan tabel kedua untuk Harian Republika. Sedangkan untuk skala waktu dibuat menjadi per-10 hari atau dibuat menjadi 3 kelompok dengan pengelompokan tanggal sebagai berikut :

- 1) 13 – 23 Oktober 2018,
  - 2) 24 Oktober 2018 – 2 November 2018, dan
  - 3) 3 – 13 November 2018.
- c. Penarikan kesimpulan/verifikasi. Menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekukuhannya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Tahapan yang terakhir dapat juga dikatakan sinkronisasi terhadap data yang sudah dikumpulkan dan kemudian dikelompokkan sesuai batasan penelitian.<sup>56</sup>

## 5. Jadwal Penelitian

**Tabel 2. Jadwal Penelitian**

No	Nama Media	Waktu/Pengelompokan berita per-10 hari
1.	a. Kompas b. Republika	2 - 23 Oktober 2018
2.	a. Kompas b. Republika	24 Oktober 2018 - 2 November 2018
3.	a. Kompas b. Republika	3 -13 November 2018

<sup>56</sup> Ibid., hlm. 14.

## 6. Validitas dan Reliabilitas (*Goodness*) Penelitian

Validitas dan Reliabilitas dalam penelitian kualitatif, biasanya dilakukan dengan kevalidan dari data tersebut. Pada langkah ini peneliti mencantumkan pemberitaan yang telah diterbitkan oleh kedua surat kabar dalam bentuk scan gambar jika memungkinkan atau foto sebagai opsi lainnya dan mencantumkan hasil wawancara dengan yang bersangkutan.

Langkah selanjutnya adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>57</sup> Menurut Dezim cara dalam menguji keabsahan hasil penelitian adalah dengan triangulasi. Ada 4 macam triangulasi menurut Dezim, yaitu : triangulasi peneliti, triangulasi metode, triangulasi teori, dan triangulasi sumber data.<sup>58</sup>

Dengan segala kemungkinan yang ada, peneliti mengambil langkah pengujian triangulasi dengan sumber data. Menurut Paton dalam buku Penelitian Kualitatif milik Burhan Bungin, triangulasi sumber data ini memiliki 5 langkah dalam pengecekan hasil penelitian :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara,
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi,
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu,

---

<sup>57</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 330.

<sup>58</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, hlm. 256.

- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan, dan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>59</sup>

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini, yaitu :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II : GAMBARAN UMUM TENTANG SURAT KABAR HARIAN KOMPAS DAN SURAT KABAR HARIAN REPUBLIKA**

Merupakan bab yang membicarakan profil singkat perusahaan Harian Kompas dan Harian Republika, spesifikasi berita tentang isu Islam, dan gambaran umum analisis tentang isu Islam.

---

<sup>59</sup> Ibid., hlm. 257.

BAB III :ANALISIS DATA TENTANG ISU ISLAM KAMPANYE  
2019

Bab ini merupakan penjelasan mengenai hasil dari penelitian. Terkait perspektif isu Islam dalam kampanye di pemberitaan Harian Kompas dan Harian Republika, dan juga spesifikasi isu Islam dalam pemberitaan di kedua media tersebut.

BAB IV : PENUTUP

Bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Selama rentang waktu 13 Oktober-13 November 2018 Harian Kompas dan Harian Republika memberitakan kampanye Pemilu 2019. Dalam pemberitaan kedua media memiliki ciri khas dalam menyampaikan informasi melalui pilihan fakta yang disajikan dalam pemberitaan. Sudut pandang dan gaya penulisan dengan karakter yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh ideologi dan apa yang ingin dikonstruksi oleh media. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan model Zhodang Pan dan Gerald Kosicki terhadap keseluruhan berita yang ditemukan dari Kompas dan Republika, peneliti menemukan kesimpulan bagaimana perbandingan *frame* yang dibangun oleh kedua media tersebut.

Harian Kompas membingkai bahwa pemberitaan mengenai isu Islam yang terdapat dalam kampanye Pemilu 2019 hanya terdapat satu berita dari 67 berita kampanye yaitu berita kampanye yang dilakukan di tempat ibadah. Kasus kampanye di tempat ibadah sebelumnya sudah pernah terjadi pada Pilkada 2018 di Jawa Barat. Di Pemilu 2019 ini menjadi peringatan kepada seluruh umat, dan begitulah Kompas memberitakannya kembali sebagai alarm agar tidak terjadi lagi. Pemberitaannya pun tidak menjadi hal yang penting,



karena posisinya yang ada di pojok kanan atas membuat hal ini tidak menjadi pusat perhatian atau tidak strategis agar mudah dilihat oleh pembaca.

Dalam rentang waktu Oktober-November 2018 Kompas terlihat lebih independen secara pemberitaan. Tidak ada perlakuan istimewa kepada salah satu paslon, seperti ruang berita yang disajikan lebih banyak atau pun judul dan halaman depan berita yang disajikan sebagai berita utama.

Adapun Harian Republika, lebih banyak ditemukan pemberitaan mengenai isu Islam, sebanyak 12 berita dari 117 berita kampanye. Dari 12 berita nama Joko Widodo disebutkan dua kali dalam judul berita (*headline*), KH. Ma'ruf Amin satu kali sementara Prabowo dan Sandiaga tidak pernah disebut dalam judul berita. Condongnya Republika kepada paslon nomor urut 01 dikarenakan bergabungnya Direktur Utama Republika, Erick Thohir sebagai Ketua Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi–Ma'ruf yang juga diberitakan dalam Harian Republika edisi 28/10/18. Di antara capres dan cawapres nomor urut 01 dalam pemberitaan Republika terlihat begitu condong kepada pemberitaan cawapres KH. Ma'ruf Amin, hal ini terlihat dari setiap berita isu Islam, nama KH. Ma'ruf Amin tidak pernah absen berada dalam puncak piramida terbalik. Pembagian paragraf yang tidak merata pun menyimpulkan bahwa pemberitaan mengenai cawapres nomor urut 01 itu begitu lengkap. Berbanding terbalik dengan pemberitaan paslon nomor urut 02, pemberitaan keduanya sering dijadikan sebagai pelengkap pemberitaan saja, posisinya yang selalu berada di dasar piramida terbalik membuat pembaca enggan menyoroti

atau melanjutkan membaca karena sebelumnya sudah didominasi oleh pemberitaan KH. Ma'ruf Amin.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yaitu :

1. Untuk Kompas dan Republika, hendaknya dalam mengemas pemberitaan tetap mengacu kepada kaidah-kaidah jurnalistik dan Kode Etik Jurnalistik, agar pemberitaan tetap berimbang, independen dan tetap berpihak pada fakta yang ada. Sehingga pemberitaan akan tetap objektif dan dapat menjadi media yang berpihak kepada masyarakat.
2. Untuk wartawan, diharapkan dapat memberikan informasi yang memang layak disampaikan kepada masyarakat. Sehingga tidak tumpang tindih antara informasi satu dengan yang lainnya.
3. Untuk masyarakat, diharapkan agar lebih kritis dalam menyikapi pemberitaan yang masuk setiap harinya, hendaknya tidak memandang berita dengan satu sudut pandang, pengecekan berita dengan media lainnya pun perlu dilakukan agar mendapatkan informasi yang benar-benar sesuai dengan fakta yang terjadi.

### C. Penutup

*Alhamdulillah*, puji syukur kepada Allah SWT, atas semua kuasa-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang tentunya masih jauh dari kata sempurna.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati dan dengan setulus-tulusnya peneliti mengucapkan banyak terimaakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam karya ini masih banyak kekurangan untuk itu perlu adanya saran, kritik, maupun tindak lanjut dari peneliti berikutnya demi kesempurnaan skripsi ini.

Demikianlah pada penghujungnya, besar harapan peneliti tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri, akademisi, masyarakat dan khususnya dalam dunia pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Arifin, Anwar., *Perspektif Ilmu Politik*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Badan Pusat Statistik, *Statistik Politik 2017*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2017.
- Bungin, Burhan., *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Daulay, Hamdan., *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Effendy, Onong Uchjana., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Eriyanto, *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: PT LKiS Grup, 2002.
- Hajar, Ibnu., *Kiai di Tengah Pusaran Politik*, ttp, IRCiSoD, 2009.
- Hamad, Ibnu., *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, Jakarta: Granit, 2004.
- Kriyantono, Rachmat., *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mulkhan, Abdul Munir., *Runtuhnya Mitos Politik Santri*, Yogyakarta: Sipress, 1992.
- Nimmo, Dan., *Komunikasi Politik Komunikator; Pesan, dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Sobur, Alex., *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Suprayogo, Imam., *Kyai dan Politik: Membaca Citra Politik Kyai*, (Malang: UIN Malang Press, 2009.
- Sutopo, Ariesto Hadi., dan Adrianus Arief., *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.
- Turmudi, Endang., *Perselingkuhan Kiai dan Kekuasaan*, Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2004.
- Venus, Antar., *Manajemen Kampanye*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.

**Artikel :**

Company Profile Republika.

Dadan Kurnia, *Erick Thohir Lepas Jabatan Presiden*, Artikel Harian Republika terbit pada 28 Oktober 2018, hlm. 12.

**Jurnal :**

Abdurrahman, Fenomena Kiai dalam Dinamika Politik: Antara Gerakan Moral dan Politik, *KARSA* vol. XV No. 1, April, 2009.

Fanani, Fajriannoor., Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika pada Pemberitaan Religio-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009, *The Messenger*, vol. III:1, Juli, 2011.

Hasan, Amirul., Agama, Media, dan Kekuasaan: Analisis Isu Agama dalam Pilpres RI 2014, *Jurnal Penelitian Keislaman*, vol. 10 No. 1, Juli, 2014.

Kurnia, Dadan., Erick Thohir Lepas Jabatan Presiden, *Artikel Harian Republika* terbit pada 28 Oktober 2018, hlm. 12.

Kurniasari, Nani., dan Gilang Gusti Aji, Kepemilikan dan Bingkai Media (Analisis Framing Pemberitaan Joko Widodo sebagai Kandidat Calon Presiden pada Koran Sindo), *Ilmu Komunikasi Makna*, vol. 6:1, Februari-Juli, 2015.

Romadhonita, Permata., Analisis Framing Berita Capres dan Cawapres pada Pemilu 2014 di Harian Republika dan Jawa Pos, *Commonline Departemen Komunikasi*, vol. 4:1, 2014.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu Umum

**Skripsi :**

Amaliyah, Siti Nur., *Bingkai Media terhadap Berita Mengenai Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 (Analisis Framing Media terhadap Penyajian Berita Basuki Tjahaja "Ahok" Purnama sebagai Bakal Calon Gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017 di Harian Kompas dan Harian Republika Periode 1 Maret-31 Mei 2016)*, Skripsi, Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, 2016.

Habibi, Rani Nuraini., *Manajemen Redaksi Harian Republika dalam Menghadapi Persaingan industri Media Cetak*, Skripsi, Jakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2010.

#### **Website :**

“Adiluhung” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Adiluhung>, diakses pada tanggal 09 April 2019, pukul 06.12 WIB.

“Cerita berdiri 1965 pada Kompas – Profil Kompas”-Amanat Hati Nurani Rakyat, <https://korporasi.kompas.id/cerita-berdiri/>, diakses tanggal 27 Oktober 2018 pukul 15.12 WIB.

“Diskreditkan” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/mendiskreditkan>, diakses pada tanggal 20 Maret 2019, pukul 13.15 WIB.

“Hijrah” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Hijrah>, diakses tanggal 09 April 2019, pukul 20.15 WIB.

“Kohesi” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kohesi>, Hubungan yang erat, diakses pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 00.55 WIB.

“Kompas Gramedia”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Kompas\\_Gramedia](https://id.wikipedia.org/wiki/Kompas_Gramedia), diakses pada tanggal 12 Oktober 2018 pukul 06.48 WIB.

“Lazim” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Lazim>, diakses tanggal 09 April 2019, pukul 19.35 WIB.

“Lokomotif” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/lokomotif>, diakses pada tanggal 06 April 2019 pukul 10.00 WIB.

“Mahaka Media-Tentang Kami”, [http://mahakamedia.com/tentang\\_kami/unit\\_bisnis](http://mahakamedia.com/tentang_kami/unit_bisnis), diakses tanggal 27 Oktober 2018, pukul 15.26 WIB.

“Musim” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/musim>, diakses pada tanggal 20 Maret pukul 14.00 WIB.

“Para Pendiri-Korporat-Harian Kompas-Kompas.Id”, <https://korporasi.kompas.id/para-pendiri/>, diakses pd tanggal 27 Oktober 2018, pukul 15.18 WIB.

“Penghargaan dan Pencapaian Kompas.Id”, <https://korporasi.kompas.id/penghargaan-dan-pencapaian-kompas/>, diakses tanggal 27 Oktober 2018, pukul 15.22 WIB.

“Perjalanan-Korporat-Kompas.Id”, <https://korporasi.kompas.id/perjalanan/>, diakses tgl 27 Oktober 2018, pukul 15.17 WIB.



- “Pihak” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pihak>, diakses pada tanggal 06 April 2019, pukul 12.40 WIB.
- “Politisasi” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/politisasi>, diakses pada tanggal 20 Maret 2019, pukul 13.02 WIB.
- “Profil Mahaka Media”, [http://mahakamedia.com/tentang\\_kami/mahaka\\_media](http://mahakamedia.com/tentang_kami/mahaka_media), diakses tanggal 27 Oktober 2018, pukul 14.41 WIB.
- “Rajin” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/rajin>, diakses pada tanggal 07 April 2019, pukul 07.48 WIB.
- “Republika (Surat kabar) pada Wikipedia Ensiklopedia Bebas” [https://id.wikipedia.org/wiki/Republika\\_\(surat\\_kabar\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Republika_(surat_kabar)), diakses pada tanggal Kamis, 11 Oktober 2018, pukul 09.35 WIB.
- “Safar” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/safar>, diakses pada tanggal 13 April 2019 pukul 13.08 WIB.
- “Saja” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/saja>, diakses tanggal 06 April 2019, pukul 12.14 WIB.
- “Tapak Tilas” - <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/tapak%20tilas>, diakses pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 01.00 WIB.
- “Visi dan misi Kompas Gramedia”, <https://www.kompasgramedia.com/about-kg/vision-mission>, diakses pada tanggal 14 Januari 2019 pukul 10.20 WIB.