

**KONSTRUKSI PESAN DAKWAH DI MEDIA ONLINE**

(Framing Berita Capres-Cawapres Pada Pilpres 2019

di Republika.co.id dan Tirto.id

September 2018- Desember 2018)



Oleh:

**Sinta Kartikasari**

**19202012018**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**TESIS**  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran  
Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister  
Sosial

**YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sinta Kartikasari  
NIM : 19202012018  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 6 Desember 2021

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

METERA TEMPEL  
203B4AJX545689851  
Sinta Kartikasari  
NIM: 19202012018

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sinta Kartikasari  
NIM : 19202012018  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jerjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 6 Desember 2021

Saya yang menyatakan,



Sinta Kartikasari  
NIM: 19202012018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-94/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : Konstruksi Pesan Dakwah di Media Online (Framing Berita Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 di Republika.co.id dan Tirto.id September 2018 - Desember 2018

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SINTA KARTIKASARI, S.Sos  
Nomor Induk Mahasiswa : 19202012018  
Telah diujikan pada : Kamis, 23 Desember 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 61decfec24606



Penguji II

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 61e60d74e205b



Penguji III

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 61e8bdb7165a2



Yogyakarta, 23 Desember 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 61e8bdb713091



**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth.,  
Ketua Program Studi Magister  
Komunikasi dan Penyiaran Islam,  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.


Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **KONSTRUKSI PESAN DAKWAH DI MEDIA ONLINE (Framing Berita Capres-Cawapres Pada Pilpres 2019 di Republika.co.id dan Tirto.id September 2018- Desember 2018)** Oleh:

Nama : Sinta Kartikasari  
NIM : 19202012018  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamualaikum, wr.wb

Yogyakarta, Desember 2021  
Pembimbing

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

## ABSTRAK

Sinta Kartikasari NIM 19202012018 Judul Konstruksi Pesan Dakwah Di Media Online (Framing Berita Capres-Cawapres Pada Pilpres 2019 di *Republika.co.id* dan *Tirto.id* September 2018- Desember 2018). Tesis ini diajukan kepada program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada pemberitaan pilpres 2019 marak diulas dalam pemberitaan media, karena merupakan pesta demokrasi besar untuk bangsa Indonesia. Media massa memiliki peran penting dalam situasi pemilihan presiden. Konstruksi pemberitaan yang dibangun media turut mewarnai kualitas kampanye. Oleh karenanya media massa harus memiliki tanggungjawab politik untuk menjaga kualitas, imparialitas dan profesionalitas di tengah berlimpahnya informasi di media sosial. Kegiatan media diharapkan berpegang teguh pada nilai-nilai *amar ma'ruf nahi munkar*. Agar media menyajikan suatu berita dengan berimbang dan tidak memihak. Dengan ini rumusan masalah dalam tesis ini adalah bagaimana *Republika.co.id* dan *tirto.id* mengkonstruksikan berita pilpres 2019 berdasarkan analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosichi, bagaimana independensi pemberitaan pilpres 2019 di *Republika.co.id* dan *tirto.id* dalam perspektif etika komunikasi Islam.

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pisau bedah analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan empat struktur yang menunjukkan framing dari suatu media yakni: sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Dengan teknik pengumpulan data mencari dan mempelajari dokumentasi terkait sumber relevan berupa berita pilpres di *Republika.co.id* dan *tirto.id* serta melakukan pengkajian dengan berbagai literature, serta melakukan wawancara.

Hasil penelitian *pertama*, *Republika.co.id* mengkonstruksikan berita terkait seputar modal dasar elektoral capres-cawapres, ragam hasil survei tentang popularitas, elektabilitas yang menjejali ragam kanal komunikasi warga, serta narasi pemburuan kuasa melalui tindakan persuasif yang justru membentur-benturkan warga yang berbeda pilihan politik yang narasi besar berita pemilu justru banyak diisi dengan isu yang elitis. Sedangkan konstruksi berita yang dibangun dalam *tirto.id* adalah kritik terhadap manuver elite, kaum oligark di belakang paslon, krisis kepercayaan, narasi kampanye rasional, dan kampanye yang berintegritas. Hasil penelitian *kedua*, media *tirto.id* lebih menyajikan berita dengan berimbang sedangkan media *Republika.co.id* cenderung memihak ke paslon Jokowi-Ma'ruf. Terlihat beberapa narasumber yang dihadirkan dari kedua media tersebut.

*Kata Kunci* :Konstruksi, Framing Zhongdang Pan Gerald Kosicki, Independensi

## ABSTRACT

Sinta Kartikasari NIM 19202012018 Title Construction Of Dakwah Messages In Online Media (News Framing of the Presidential and Vice Presidential Candidates in the 2019 Presidential Election at [Republika.co.id](http://Republika.co.id) and [tirto.id](http://tirto.id) September 2018-December 2018). This thesis was submitted to the Masters Program in Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

In the news of the 2019 presidential election, it was widely discussed in media coverage, because it was a big democratic party for the Indonesian people. The mass media have an important role in the presidential election situation. The construction of the news that was built by the media also colored the quality of the campaign. Therefore, the mass media must have a political responsibility to maintain quality, impartiality and professionalism in the midst of the abundance of information on social media. Media activities are expected to adhere to the values of *amar ma'ruf nahi munkar*. So that the media presents news in a balanced and impartial manner. With this, the formulation of the problem in this thesis is how [Republika.co.id](http://Republika.co.id) and [tirto.id](http://tirto.id) construct news for the 2019 presidential election based on the analysis of Framing Zhongdang Pan and Gerald M. Kosichi, how is the independence of reporting on the 2019 presidential election in [Republika.co.id](http://Republika.co.id) and [tirto.id](http://tirto.id) in perspective Islamic communication ethics.

In this study, the authors used descriptive qualitative research using a scalpel framing analysis by Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki with four structures that show the framing of a medium, syntax, script, thematic and rhetorical. With data collection techniques, look for and study documentation related to relevant sources in the form of news on the presidential election at [Republika.co.id](http://Republika.co.id) and [tirto.id](http://tirto.id) as well as conducting studies with various literatures, as well as conducting interviews.

The results of the first study, [Republika.co.id](http://Republika.co.id) constructed related news about the basic electoral capital of presidential and vice presidential candidates, various survey results on popularity, electability that crammed various citizen communication channels, as well as narratives of seeking power through persuasive actions that actually clashed citizens with different choices. In fact, politics whose big narrative is election news is filled with elitist issues. Meanwhile, the news construction built on [tirto.id](http://tirto.id) is a critique of elite maneuvers, the oligarchs behind the candidate pair, a crisis of confidence, rational campaign narratives, and campaigns with integrity. The results of the second research show that the media [tirto.id](http://tirto.id) presents news in a balanced manner, while the [Republika.co.id](http://Republika.co.id) media tends to side with the Jokowi-Ma'ruf candidate pair. Seen several sources who were presented from the two media.

*Keywords: Construction, Framing Zhongdang Pan Gerald Kosicki, Independence*

## MOTTO

*“Allah akan mendatangkan hari-hari  
yang membuat kita bahagia, sebab hidup  
tak akan selamanya sulit”*





## PERSEMBAHAN

**Teruntuk aku yang terus berjuang di titik ini, suami tercinta, anak-anak sholehku serta semua yang menyayangiku..**



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba <sup>ʿ</sup>	b	be
ت	ta <sup>ʿ</sup>	t	te
ث	ša <sup>ʿ</sup>	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra <sup>ʿ</sup>	r	er
س	zai	z	zet
ض	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa <sup>ʿ</sup>	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa <sup>ʿ</sup>	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa <sup>ʿ</sup>	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha <sup>ʿ</sup>	h	h
ء	hamzah	„	apostrof
ي	ya <sup>ʿ</sup>	y	ye

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعدين	ditulis	muta,,aqqidīn
عدة	ditulis	,,iddah

## C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	hibah
جزية	ditulis	jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء	ditulis	karāmah al-auliya`
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta` marbutah hidup atau dengan harkat fathah, kasrah ḍammah, ditulis dengan tanda t.

شهادة اى فطر	ditulis	zakāt al-fiṭri
--------------	---------	----------------

## D. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-----	fathah	a	a
-----	kasrah	i	i
-----	ḍammah	u	u

## E. Vokal Panjang

fathah + alif جائية	ditulis ditulis	ā jāhiliyyah
fathah + ya` mati ي س عى	ditulis ditulis	ā yas`ā

kasrah + ya <sup>ʿ</sup> mati مزِيّ	ditulis ditulis	Ī Karīm
damamah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	Ū furūḍ

#### F. Vokal Rangkap

fathah + ya <sup>ʿ</sup> mati بِيْم	ditulis ditulis	Ai Bainakum
fathah + wawu mati ق و ل	ditulis ditulis	Au Qaulun

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتَ	ditulis	a <sup>ʿ</sup> antum
أَعْدَت	ditulis	u,iddat
لَا تُشْمِرْتَد	ditulis	la <sup>ʿ</sup> insyakartum

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti oleh Huruf Qamariyyah

الْقُرْآن	ditulis	al-Qur <sup>ʿ</sup> ān
الْقِيَّاس	ditulis	al-qiyās

b. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (*el*)-nya.

الْأَسْمَاءُ	ditulis	as-samā <sup>ʿ</sup>
الْأَشْيَاءُ	ditulis	asy-syams

#### I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذِي أَيِّ فُرُوضٍ	ditulis	zawī al-furūḍ
أَوْ أَيْ سُنَّةٍ	ditulis	ahl as-sunnah



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim, alhamdulillahillobbil'amin.* Puji dan syukur kepada Allah subhanahu wata'ala, yang telah memberikan banyak nikmat yang tidak terkira dan tak terukur. Atas rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir di jenjang magister ini.

Tesis dengan judul “**Konstruksi Pesan Dakwah Di Media Online (Framing Berita Capres-Cawapres Pada Pilpres 2019 di Republika.co.id dan Tirto.id September 2018- Desember 2018)**”, merupakan hasil karya ilmiah yang penulis kerjakan sendiri. Secara teoritis tesis ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam konstruksi pemberitaan terutama di bidang komunikasi. Penyelesaian dan penulisan tesis ini, secara prosedural diajukan kepada program magister komunikasi dan penyiaran Islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar megister sosial.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan dan arahan dari berbagai pihak tesis ini tidak akan terselesaikan. Dengan kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu tesis ini diantaranya:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh pendidikan lanjutan di program study magister komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi.
2. Ibu Prof. Dr. Hj Marhuma, M.Pd selaku dekan fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus sebagai penguji sidang tesis yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., MA selaku ketua prodi magister komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga sekaligus Dosen Pembimbing Tesis yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan tulisan ini, arahan serta bimbingan dalam menyelesaikan tesis ini.

4. Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si selaku pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan arahan terkait penentuan tema tesis, serta saran dan arahan dalam penyusunan tesis ini.
5. Para dosen dan civitas akademik program study magister Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas dakwah dan komunikasi Islam UIN Sunan Kalijaga yang banyak memberikan ilmu pengetahuan.
6. Suamiku terkasih M. Andriansyah, yang selalu mendukung dan terus berjuang bersama untuk menyelesaikan program magister kita masing-masing. Terimakasih atas semua bantuannya, kesabaran, serta pengertiannya.
7. Kedua putraku, Ahmad Shakel Arshaka dan Ahmad Syathir Arshaka yang selalu menjadi sumber penyemangat dalam perjuangan Ummi.
8. Kedua orangtua dan mertua serta adik-adikku yang selalu mendukung dan mendoakan kelancaran dalam menyelesaikan tugas ini.
9. Keluarga besar mahasiswa angkatan 2020 dan seluruh rekan seangkatan di program studi magister komunikasi dan penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga yang saling dukung sama lain untuk menyelesaikan penulisan tesis ini.
10. Rekan kantor serta berbagai pihak Pemkab Tebo yang telah memberikan kesempatan saya untuk melanjutkan kuliah di jenjang magister ini. Serta pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terimakasih atas semua dukungan, semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi amal jariyah. Penulis menyadari, dalam penulisan ini banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang membangun penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. *Aamiin ya robbal alamin..*

Yogyakarta, 30 Desember 2021

Penulis



Sinta Kartikasari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b> .....	iv
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
D. Kajian Pustaka .....	13
E. Kerangka Teori .....	15
1. Media dan Konstruksi Realitas .....	15
2. Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki .....	20
a. Pengertian Analisis Framing .....	20
b. Analisis Frming Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki .....	21
3. Media Online .....	24
a. Pengertian Media Online .....	24
b. Kelebihan dan Kekurangan Media Online .....	24
c. Managemen Konten .....	26
4. Jurnalisme Politik .....	28
a. Struktur Jurnalisme Politik .....	29
1). Wartawan .....	29

2). Kebijakan Redaksional .....	30
b. Proses Jurnalisme Politik .....	32
1). Peristiwa/Ide Politik .....	32
2). Penulisan Berita Politik .....	34
3). Penyuntingan Berita Politik .....	36
4). Penyiaran Berita Politik .....	37
c. Independensi Berita Politik .....	37
5. Etika Komunikasi Massa Perspektif Islam .....	39
a. Kejujuran Komunikasi .....	40
b. Adil, Tidak Memihak .....	41
c. Kewajaran dan Kepatuhan .....	42
d. Keakuratan Informasi .....	42
6. Kode Etik Jurnalistik Perspektif Islam .....	44
F. Metode Penelitian .....	46
1. Jenis Penelitian .....	46
2. Sumber Data .....	46
3. Teknik Pengumpulan Data .....	47
4. Analisis Data .....	47
5. Kerangka Pikir .....	49
G. Sistematika Pembahasan .....	50
<b>BAB II Gambaran Profil Media Republika.co.i dan Tirto.id .....</b>	<b>51</b>
A. Profil Republika.co.id .....	51
1. Sejarah Republika.co.id .....	51
2. Republika.co.id sebagai Media Bernuansa Islami .....	52
3. Logo Republika.co.id .....	53
4. Mekanisme Pemberitaan .....	54
5. Redaksi dan Management .....	56
B. Profil tirto.id .....	58
1. Sejarah tirto.id .....	58
2. Slogan tirto.id .....	59
3. Visi tirto.id .....	59
4. Logo tirto.id .....	60
5. tirto.id dalam Pemberitaan .....	60



6. Mekanisme Pemberitaan .....	62
7. Redaksi dan Management .....	64

### **BAB III BINGKAI MEDIA BERITA CAPRES-CAWAPRES**

<b>PADA PILPRES 2019 .....</b>	<b>67</b>
--------------------------------	-----------

A. Konstruksi Berita pada Republika.co.id dan tirto.id .....	67
--	----

1. Analisis Berita Republika.co.id.....	71
---	----

a. Analisis Berita 1 .....	71
----------------------------	----

b. Analisis Berita 2 .....	78
----------------------------	----

c. Analisis Berita 3.....	85
---------------------------	----

d. Analisis Berita 4 .....	90
----------------------------	----

e. Analisis Berita 5 .....	98
----------------------------	----

2. Analisis Berita Tirto.id.....	102
----------------------------------	-----

a. Analisis Berita 1 .....	102
----------------------------	-----

b. Analisis Berita 2 .....	108
----------------------------	-----

c. Analisis Berita 3 .....	115
----------------------------	-----

d. Analisis Berita 4 .....	121
----------------------------	-----

e. Analisis Berita 5 .....	127
----------------------------	-----

B. Keberimbangan Berita Republika.co.id dan tirto.id .....	132
--	-----

1. Media sebagai Proses Pembentuk Pendapat .....	146
--	-----

2. Pesan Dakwah dalam Media .....	154
-----------------------------------	-----

<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>158</b>
-----------------------------	------------

A. Kesimpulan .....	158
---------------------	-----

B. Saran .....	160
----------------	-----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>166</b>
--------------------------------	------------

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>182</b>
-----------------------------------	------------

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Kerangka Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, 23.
- Tabel 2.1 Tabel Redaksi dan Managemen Republika.co.id, 56.
- Tabel 2.2 Tabel Redaksi dan Managemen tirto.id, 61.
- Tabel 3.1 Daftar Berita yang Akan Diteliti, 70.
- Tabel 3.2 Analisis Framing Berita Perbedaan Mencolok Laporan Awal Dana Kampanye Pilpres, 72.
- Tabel 3.3 Analisis framing berita kritik untuk narasi kampanye Jokowi dan Prabowo, 79.
- Tabel 3.4 Analisis Framing Berita Survei:Kedua Kandidat Sama-Sama Perjuangkan Umat, 86.
- Tabel 3.5 Analisis Framing Berita Mempertemukan kubu pendukung Jokowi & Prabowo, 97.
- Tabel 3.6 Analisis Framing Berita Ini hasil survei Elektabilitas Capres Pascareuni 212, 98.
- Tabel 3.7 Analisis Framing berita Manuver Kubu Jokowi-Ma'ruf dan Prabowo-Sandi Rebut Hati Emak-Emak, 103.
- Tabel 3.8 Analisis Framing Berita Para Konglomerat di belakang Jokowi dan Prabowo pada Pilpres 2019, 108.
- Tabel 3.9 Analisis Framing Berita Motif politik Jokowi-Ma'ruf & Prabowo-Sandiaga berebut pesantren, 115.
- Tabel 3.10 Analisis Framing Berita Debat Capres-Cawapres di Kampus untuk migrasikan pemilih awam, 122.

Tabel 3.11 Analisis Framing Pukat UGM Ragukan Komitmen Antikorupsi  
Jokowi dan Prabowo, 128.



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita Republika.co.id ,14 September 2018, 167.
- Lampiran 2 Berita Republika.co.id, 11 November 2018, 168.
- Lampiran 3 Berita Republika.co.id, 29 November 2018, 169.
- Lampiran 4 Berita Republika.co.id, 29 Oktober 2018, 170.
- Lampiran 5 Berita Republika.co.id, 19 Desember 2018, 171.
- Lampiran 6 Berita Tirto.id, 12 September 2018, 172.
- Lampiran 7 Berita Tirto.id, 20 September 2018, 173.
- Lampiran 8 Berita Tirto.id, 11 Oktober 2018, 174.
- Lampiran 9 Berita Tirto.id, 15 November 2018, 175.
- Lampiran 10 Berita Tirto.id, 10 Desember 2018, 176
- Lampiran 11 Penetapan DPT, 177.
- Lampiran 12 Permohonan Izin Penelitian Tugas Akhir di Republika.co.id, 178.
- Lampiran 13 Permohonan Izin Penelitian Tugas Akhir di Tirto.id, 179.
- Lampiran 14 Daftar Pertanyaan untuk Reporter Media Republika.co.id,180.
- Lampiran 15 Daftar Pertanyaan untuk Reporter Media Tirto.id, 181.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang sempurna. Tidak saja mengatur hubungan antar manusia dan Tuhan melainkan juga mengatur hubungan manusia dengan manusia dan alam lingkungannya. Oleh karena itu Islam menyentuh segala segi hidup dan kehidupan manusia sebagai makhluk individu sekaligus sebagai makhluk sosial. Dalam hal ini, Islam tidak hanya mengatur masalah ritual semata, tetapi juga mengatur masalah yang berkaitan dengan kegiatan manusia di bidang ekonomi, sosial, budaya dan termasuk di bidang politik.<sup>1</sup>

Kewajiban manusia adalah menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kesungguhan, yang mengedepankan suatu tugas dan proses, bukanlah menekankan hasil. Mengajak atau mempengaruhi manusia secara halus juga disebut dakwah yang bersifat persuasif. Hal ini masuk kedalam cara kajian semantik dalam penelusuran makna dakwah melalui penggunaan kata oleh Al-Qur'an. Pemahaman ini diperoleh dari makna dakwah yang berarti mengajak, berdo'a, mengadu, memanggil, meminta dan mengundang.<sup>2</sup>

Kegiatan media yang memiliki tujuan tertentu diharapkan berpegang teguh pada nilai-nilai *amar ma'ruf nahi munkar*. Bahkan etika

---

<sup>1</sup> Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Deepublish 2018), 79-80.

<sup>2</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 10.

dalam komunikasi massa dalam Al-Qur'an sudah mengaturnya. Dalam pelaksanaannya, media harus bertujuan untuk hal-hal baik, begitu pula dalam menerima berita harus bersikap tabayyun tidak menerima berita begitu saja.

Berlaku adil adalah ajaran Islam. Bagaimana media menyajikan suatu berita dengan jujur dan tidak memihak akan menambah nilai dimata masyarakat. Ketika teruji kebenarannya, maka dapat diakui integritas dan kredibilitasnya.

Pemilu 2019 yang merupakan Pemilu ke-lima di era Pasca-reformasi, adalah pemilu yang spesial dan unik bagi perjalanan demokrasi di Indonesia, dimana untuk pertama kalinya Indonesia melakukan Pemilu Serentak: Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden dilakukan secara bersamaan dengan Pemilihan Umum Anggota Legislatif Pusat dan Daerah.

Pemilu 2019 di Indonesia ini juga disebut sejumlah media luar negeri sebagai pemilu terbesar di dunia (*the largest election ever held in one day in the world*). Selain itu pemilu 2019 juga disebut pemilu paling rumit di dunia (*the most complex election*).<sup>3</sup>

Indonesia adalah rumah kita bersama. Politik yang mengusung nilai-nilai substansif yang akan menguatkan bangunan kekitaannya. Demokrasi membutuhkan stabilitas dan persistensi. Seluruh ikhtiar dalam proses demokrasi dalam pilkada serentak harus ditopang dengan niat baik (*good will*) dan niat politik (*political will*) untuk mewujudkan

---

<sup>3</sup> Gun Gun Heryanto, *Realitas Komunikasi Politik Indonesia Kontemporer* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2020), 124.



kemashalatan untuk orang banyak. Komunikasi bertujuan membuat pemahaman bersama (*mutual understanding*). Meskipun pemikiran tidak harus selalu seragam.

Media massa memiliki peran penting dalam situasi pemilihan presiden. Konstruksi realitas simbolik yang dibangun media turut mewarnai kualitas kampanye. Oleh karenanya media massa harus memiliki tanggungjawab politik untuk menjaga kualitas, imparialitas dan profesionalitas di tengah berlimpahnya informasi di media sosial. Dialektika relasional kampanye sejatinya harus dipandu oleh nalar dan komitmen mengabdikan.<sup>4</sup>

Media massa juga bertanggungjawab dalam hal politik serta dalam hal kontrol sosialnya. Tantangan terberatnya adalah ketika adanya kampanye dari para kandidat yang dimuat di media massa, namun kelembagaan media dituntut untuk berada pada posisi independen dalam pemberitaan. Media memiliki power yang kuat, seperti sering menjadi acuan masyarakat, sehingga prinsip verifikasi dan imparialitas sangat diutamakan. Sebagai pembaca juga diperlukannya sikap tabayyun dan teliti dalam menerima berita yang didapat. Seperti dalam surah Al-Hujurat/49:6.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, 218.

<sup>5</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, 49:6 (Bandung: Mikhraj Khazanah Ilmu, 2012)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا  
بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”*

Berita media massa merupakan bagian dari latarbelakang melalui apa masyarakat berpikir. Dia juga menegaskan institusi pembuat berita sebagai aktor sosial ekonomi yang memiliki pengaruh besar. Media adalah sebab terjadinya pendistribusian informasi dengan memilih konsumen yang visible dan terukur<sup>6</sup>.

Dalam pasal UU No.7/2017 pasal 295 disebutkan media massa cetak, media daring dan media sosial menyediakan halaman dan waktu yang adil dan berimbang untuk pemuatan berita dan wawancara serta untuk pemasangan iklan kampanye pemilu bagi peserta pemilu. Sedangkan pada pasal 296 ditegaskan Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan Pers melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan Kampanye Pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media massa cetak<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 350.

<sup>7</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum dalam database peraturan diakses <https://ngada.org/uu/7-2017bt.htm> pada 30 Maret 2021 pukul 21.18 WIB.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan berbagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan penggambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.<sup>8</sup>

Pada pemberitaan pilpres 2019 marak diulas dalam pemberitaan media, terlebih ini merupakan pesta demokrasi besar untuk bangsa Indonesia. Beberapa pemilik media yang menunjukkan secara nyata afiliasi politik mereka. Walaupun pemilik media tersebut tidak serta merta mengungkapkan bahwa media yang mereka miliki dijadikan sebagai alat manuver politik, keberpihakan pemilik modal tentu menjadi ancaman bagi wartawan dalam membuat berita.

Bila politik dipahami sebagai upaya menata masyarakat berdasarkan hukum, menegakkan martabat manusiawi untuk membina perdamaian dan kemajuan yang bermanfaat, maka penyebaran politik yang demikian memerlukan kode dan norma yang tidak berat sebelah, yang mutlak memerlukan kebenaran dan keadilan. Sumbernya hanya satu, hanya Allah SWT. Oleh karena itu, politik adalah kebutuhan manusia yang telah ditentukan pola dan normanya oleh Islam.

---

<sup>8</sup>Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), 88.

Arena dakwah adalah seluruh aspek kehidupan dan bidang kegiatan manusia. Oleh karenanya, maka politik merupakan salah satu bidang garapan dakwah sekaligus dapat dijadikan sebagai media dakwah. Dakwah adalah usaha rekonstruksi manusia dan masyarakat yang Islami, yang mendasar semua aspek hidup dan kehidupan pada ajaran Islam. Oleh karena itu, tidak satu pun bidang kehidupan manusia yang terlepas dari dakwah.<sup>9</sup>

Seorang pendakwah dalam menyampaikan pesannya menggunakan media komunikasi untuk sampai kepada massanya. Dalam hal ini suatu media hendaknya bersifat netral dalam menyampaikan informasi yang disampaikan. Hal yang tak kalah menarik adalah perbedaan antar media dalam mengemas suatu berita yang intensif dilakukan menjelang Pilpres berlangsung.

Konstruksi media dalam konstruk dakwah merupakan harapan bagi pengembangan dakwah melalui media massa yang berpengaruh signifikan. Proses dekonstruksi terjadi melalui proses penafsiran kemudian menjadi realitas sosial baru dalam kesadaran umum melalui tahap eksternalisasi, subjektifikasi, dan internalisasi yang berlangsung dalam proses konstruksi sosial dakwah dalam media. Dalam kaitannya dengan dakwah, konstruksi sosial media dilihat sejauhmana media memuat tayangan atau pemberitaan yang berpegang teguh pada nilai-nilai amar ma'ruf nahi munkar sehingga

---

<sup>9</sup> Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* 92.

implikasinya akan mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat secara umum dalam kehidupan sosial.<sup>10</sup>

Media online Republika.co.id dan tirto.id merupakan dua media yang memberitakan pilpres 2019 secara berkala dengan hasil result pada media Republika.co.id terdapat 151.000 dan media tirto.id 105.000 result dengan kata pencarian “pilpres 2019”. Dalam penelitian ini ingin melihat bagaimana media Online Republika.co.id dan tirto.id menempatkan diri dalam pemberitaan. Serta ingin melihat bagaimana framing berita dan pemberitaan dikonstruksikan pada kedua media online ini. Proses framing media menjelaskan bahwa media tidak saja menyampaikan berita berdasarkan fakta peristiwa, tetapi menonjolkan hal khusus dari satu peristiwa berdasarkan agenda media.<sup>11</sup>

Media Republika merupakan media yang dipelopori oleh komunitas muslim bagi publik Indonesia yang terbit pada 1990-an. Kehadiran Republika tidak dapat dipisahkan dari kebangkitan golongan Islam menengah.<sup>12</sup> Dalam pemberitaannya media Republika menyediakan kolom keagamaan serta banyak pembahasan Islam yang dapat membantu permasalahan sehari-hari. Tak heran jika media Republika dijuluki sebagai media bernuansa Islami. Dengan muatan dakwah yang disajikan,

---

<sup>10</sup> Nurul Syobah, “Konstruksi Media Massa dalam Pengembangan Dakwah”, Jurnal Dakwah Tabligh Vol.14, No.2, Desember 2-13 153-168 diakses pada laman <https://media.neliti.com/media/publications/76782-ID-konstruksi-media-massa-dalam-pengembangan.pdf> diakses pada 28 Desember 2021.

<sup>11</sup> Iswandi Syahputra, *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), 14.

<sup>12</sup> Janet Steele, *Mediating Islam: Jurnalisme Kosmopolitan di negara-negara muslim Asia Tenggara*, (Yogyakarta: Benteng Pustaka, 2018).

menjadikan Republika sebagai media dakwah yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan madh'u nya dengan menjaga nilai kaidah keIslaman.

Sementara tirto.id merupakan sebuah situs berita di Indonesia yang pertama kali tayang pada Februari 2016 dan diresmikan pada 3 Agustus 2016. Nama tirto diangkat dari nama pahlawan nasional bapak pers Tirto Adi Soerjo yang pada masanya mendirikan surat kabar Soenda Berita, Medan Prijaji dan Poetri Hindia juga pembentukan Sarekat Dagang Islam (SDI).<sup>13</sup> Media ini juga memiliki konten jurnalisme publik yang bernuansa berita-berita Islami meskipun background media tirto.id bukan media berkonten khusus Islam.

Dalam hal ini penulis ingin melihat bagaimana media Republika.co.id dan tirto.id mengkonstruksikan berita Pilpres 2019 mengingat media Republika tidak terlepas dari organisasi Islam dalam sejarahnya, sementara media tirto.id media nasional yang juga memberikan sentuhan-sentuhan Islami.

Pers dakwah harus mampu menjadi corong kemajuan bangsa, agen pemersatu (unfikator), dan sebagai alat komunikatif dialogis dengan menggunakan bahasa yang persuasive sofistikatik serta tindakan yang halus, lembut.

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut melalui proses

---



konstruksi. Disini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksikan dengan makna tertentu. Model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) kedalam teks secara keseluruhan.<sup>14</sup>

Beberapa berita yang dihimpun dalam [Republika.co.id](http://Republika.co.id) edisi September-Desember 2018 yaitu: Perbedaan Mencolok Laporan Awal Dana Pilpres, Kritik Untuk Narasi Kampanye Jokowi dan Prabowo, Mempertemukan Kubu Pendukung Jokowi dan Prabowo, Survei: Kedua Kandidat Sama-sama Perjuangkan Umat, Ini Hasil Survei Elektabilitas Capres Pascareuni 212.

Sedangkan berita pada media [tirto.id](http://tirto.id), meliputi: Manuver Jokowi-Ma'ruf dan Prabowo-Sandi Rebut Hati Emak-Emak, Para Konglongmerat di Belakang Jokowi dan Prabowo Pada Pilpres 2019, Motif Politik Jokowi-Ma'ruf dan Prabowo-Sandiaga Berebut Pesantren, Debat Capres-Cawapres di Kampus Untuk Migrasi Pemilih, Pukat UGM Ragukan Komitmen Antikorupsi Jokowi dan Prabowo.

Peneliti tertarik mengangkat tema ini karena pemilihan presiden dan media massa merupakan suatu hegemonik yang bersinergi membangun penerimaan publik melalui pemberitaan guna mendapat

---

<sup>14</sup>Iswandi Syahputra, *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*, 293.

dukungan dan simpati publik. Figure pemilik media yang terjun ke dunia politik juga menjadi sorotan bagaimana media menjaga netralitas menyampaikan berita. Dengan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dijadikan alternatif model analisis mengungkap rahasia dibalik semua perbedaan (bahkan pertentangan) media dalam mengungkapkan fakta. Yang dapat menjadi pedoman bagi penggiat dibidang dakwah dan komunikasi Islam, bagaimana dakwah dilakukan senetral mungkin dengan tujuan untuk mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku umat kearah yang lebih Islami melalui media komunikasi yang berimbang. Bagi penggiat di bidang Dakwah dan Komunikasi Islam, dihadapkan dengan konsistensi menciptakan kualitas SDM Keislaman. Dengan akhlak menjadi kesadaran praktis yang berorientasi pada keselamatan bersama melalui praktik kejujuran, keadilan, kemanusiaan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Republika.co.id dan tirto.id mengkonstruksikan berita pilpres 2019 berdasarkan analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosichi?
2. Bagaimana keseimbangan berita pilpres 2019 di Republika.co.id dan tirto.id ?

### C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Republika.co.id dan tirto.id mengkonstruksikan berita pilpres 2019 berdasarkan analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosichi.
2. Untuk mengetahui keseimbangan berita pilpres 2019 Republika.co.id dan tirto.id.

Adapun kegunaan penelitian ini secara teoritik:

1. Menyumbangkan hasil pemikiran yang nantinya dijadikan rujukan dan referensi baik untuk jurnal maupun Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terkait konstruksi berita dalam di media Media Republika dan tirto.id pada pilpres 2019,serta agar dapat lebih jeli dalam menelaah konstruksi pemberitaan oleh media.
2. Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan lebih dalam mengenai konstruksi berita di media Republika.co.id dan tirto.id dalam pemberitaan pilpres 2019 pada penelitian selanjutnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Kegunaan praktis penelitian ini:

1. Bagi peneliti, penelitian ini mengantarkan pada pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana peran media Republika.co.id dan tirto.id dalam mengkonstruksikan berita pilpres 2019 yang dijadikan

sebagai alat komunikatif dialogis yang dapat menarik masyarakat kepada ajakan-ajakan demokratis.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan penggiat di media dalam memproses produksi berita terkait pengkonstruksian realita dalam framing berita di bidang politik agar dapat lebih bijak dan adil mengemas berita.
3. Untuk masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memancing sensitifitas kepekaan framing berita yang disajikan, agar dapat lebih bijak memahami pemberitaan yang dikemas oleh suatu media untuk menentukan hak pilih.
4. Semoga peneliti selanjutnya, dapat menjadikan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan untuk melakukan riset dibidang media dan konstruksi framing berita untuk melengkapi kekurangan yang ada pada tulisan ini.

#### **D. Kajian Pustaka**

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mencari dan menggali kilas balik rentetan berita yang ditulis oleh [Republika.co.id](http://Republika.co.id) dan [tirto.id](http://tirto.id) pada tahun 2018 agar menemukan bagaimana suatu berita dikonstruksikan oleh kedua media tersebut.

Penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian yang saya dilakukan adalah karya Permata Romadhonita dengan judul jurnal “Analisis Framing berita Capres dan Cawapres pada pemilu 2014 di harian [Republika](http://Republika.com) dan [Jawa Pos](http://JawaPos.com)”. Dalam penelitiannya, Permata Romadhonia membahas bagaimana framing yang dilakukan oleh kedua media [Republika](http://Republika.com) dan [Jawa Pos](http://JawaPos.com) terhadap pemberitaan capres dan cawapres tahun 2014 serta melakukan perbandingan framing dari dua media tersebut.

Penelitian dua, yaitu tesis oleh Musyaffa dengan judul “Konstruksi Pemberitaan Media Terhadap ISIS: Analisis Framing [Kompas.com](http://Kompas.com), [Okezone.com](http://Okezone.com), [Tempo.co](http://Tempo.co) dan [Republika.co.id](http://Republika.co.id)”. Pada tulisan ini, Musyaffa menjelaskan bahwa keempat media memiliki ideologi yang akan mempengaruhi bentuk pemberitaan ISIS di Indonesia. Ada atau tidaknya ISIS merupakan hasil konstruksi media itu sendiri. Adapun hasil penelitian pada Thesis ini masing-masing media online cenderung membicarakan tentang upaya berbagai pihak atasi ISIS, kecuali [Tempo.co](http://Tempo.co).

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Nanda Cita Aliffah berjudul tesis “Konstruksi Pemberitaan [Kompas.com](http://Kompas.com) dan [Republika.co.id](http://Republika.co.id) Analisis Framing Kinerja 100 Hari Gubernur DKI Jakarta Periode 2017-2022”.

Hasil dari penelitian tersebut didapat bahwa kompas.com membuat kritikan yang lebih banyak dibanding Republika.co.id yang mendukung kebijakan Pemerintah DKI Jakarta.

Penelitian yang keempat yang dilakukan oleh Prinisia Nurul Iksari dengan judul jurnal “ Framing Joko Widodo dan Prabowo di Harian Kompas dalam Pemilihan Presiden 2019”. Dalam penelitian ini, penulis membahas image kandidat politik diciptakan melalui media massa kompas. Dalam analisisnya menggunakan model framing Robert Entman dan hasilnya menunjukkan bahwa kompas melakukan pembingkai yang berbeda dari beberapa berita terhadap kedua paslon Capres pada pemilu 2019.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Sukarno dan Pipiet Palestin Amurwani dengan judul jurnal “Konstruksi Mendukung dan Mengkritisi Realitas Prabowo Subianto Menjadi Menteri Pertahanan oleh Beberapa Media Online”. Dalam penelitian ini penulis mengungkap sikap dan pandangan media online atas realitas politik tentang dipilih dan dilantiknya prabowo sebagai Menhan.

Dari kelima penelitian sebelumnya terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan saya ambil, dimana penelitian ini fokus pada media Republika.co.id dan tirto.id yang melakukan framing berita pilpres pada tahun 2019 serta peran keseimbangan media dalam melakukan konstruksi realita berita di media.



## E. Kerangka Teori

### 1. Media dan Konstruksi Realitas

Konstruksi merupakan upaya membentuk realitas di masyarakat. Konsep mengenai konstruksionisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman, ia banyak menulis mengenai konstruksi sosial atas realitas. Teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan definisi sosial. Dalam teori fakta sosial, standar yang eksislah yang penting. Manusia adalah produk dari masyarakat. Institusional, norma, struktur, dan lembaga sosial menentukan individu manusia. Sebaliknya adalah teori definisi sosial, manusialah yang membentuk masyarakat. Manusia digambarkan sebagai entitas yang otonom, melakukan pemaknaan dan membentuk masyarakat. Manusia yang membentuk realitas, menyusun institusi dan norma yang ada. Teori konstruksi sosial berada diantara keduanya.<sup>15</sup>



<sup>15</sup>Iswandi Syahputra, *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*, 15.

Menurut Berger dan Luckmann, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial, dalam pandangan mereka tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun syarat dengan kepentingan-kepentingan.

Realitas tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan yang berbeda. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal ambil, ada dan menjadi bahan dari berita. Fakta/realitas pada dasarnya dikonstruksikan.

Media adalah agen konstruksi. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.

Dalam hal ini, berita diartikan hasil dari konstruksi sosial yang melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Wartawan bukan pemulung yang mengambil berita begitu saja. Karena pada kenyataannya, tidak ada realitas yang bersifat eksternal dan objektif, yang berada di luar diri wartawan. Realitas bukanlah sesuatu yang “berada di luar” yang objektif, yang benar yang seakan-akan ada sebelum diliput oleh wartawan. Sebaliknya, realitas itu dibentuk dan diproduksi tergantung pada bagaimana proses konstruksi berlangsung.

Proses konstruksi realitas, prinsipnya setiap upaya menceritakan (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan atau benda tak terkecuali

mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas.<sup>16</sup>

Tugas media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas dengan dengan selektif dipilih.

Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikan.

Dalam konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Bahasa adalah instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa juga sebagai alat konseptualisasi dan alat narasi. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas turut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus menentukan makna yang dimunculkan.

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966) melalui bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*, dan kemudian diterbitkan dalam edisi bahasa Indonesia dibawah judul Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan (1990). Dalam buku tersebut mereka menggambarkan proses

---

<sup>16</sup> Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, (Jakarta: Granit, 2004), 11.

sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.<sup>17</sup>

Gagasan konstruksi sosial telah dikoreksi oleh gagasan dekonstruksi yang melakukan interpretasi terhadap teks, wacana, dan pengetahuan masyarakat. Dalam dekonstruksi, kepentingan tertentu selalu mengarahkan kepada pemilihan metode penafsiran.

Komunikator massa lazim melakukan berbagai upaya dalam konstruksi realitas yang hasilnya akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan makna atau citra dari suatu realitas. Salah satu upayanya adalah dalam hal pilihan leksikal atau simbol (bahasa). Meskipun media massa hanya bersifat menyampaikan, namun apabila pemilihan kata atau istilah secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat, tak pelak akan mengusik perhatian masyarakat itu sendiri.

Media sesungguhnya memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Peran media sangat penting karena menampilkan sebuah cara dalam memandang realita. Media mengendalikan isi medianya melalui cara-cara tertentu untuk menyandikan pesan-pesan.

Dengan demikian jelas bahwa media tidak bisa dianggap berwajah “netral” dalam memberikan jasa informasi dan hiburan khalayak pembaca. Media massa tidak hanya dianggap sekedar sebagai hubungan antara

---

<sup>17</sup>Alex Sobur, *A nalisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 91.

pengirim pesan pada satu pihak dan penerima pada pihak lain. Lebih dari semua itu media dilihat sebagai produksi dan pertukaran makna. Titik tekannya terletak pada bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang untuk memproduksi makna berkaitan dengan peran teks didalam kebudayaan.

Pada dasarnya semua media membawa bias-bias tertentu. Setiap wartawan yang memasuki sebuah lingkungan media akan menyerap bias-bias media itu sebagai bagian dari kerja atau jika menggunakan istilah perusahaan, sebagai bagian dari *corporate culture* dia.<sup>18</sup> Satu-satunya patokan yang dipakai adalah kebijaksanaan redaksi (*redactional concept*) media masing-masing yang sangat boleh jadi hal itu dipengaruhi kepentingan idealis, ideologis, politis dan ekonomis. Tetapi yang menjadi pertimbangan yang relatif pasti adalah adanya realitas yang ditonjolkan bahkan dibesar-besarkan, disamarkan atau bahkan tidak diangkat sama sekali dalam setiap pengkonstruksian realitas.<sup>19</sup>

Sebuah media yang lebih ideologis umumnya muncul dengan konstruksi realitas yang bersifat pembelaan terhadap kelompok sealian, dan penyerangan terhadap kelompok yang berbeda haluan. Dalam sistem libertarian, kecenderungan ini akan melahirkan fenomena media partisan dan media non-partisan.

Tatkala faktor kapital telah menjadi unsur yang esensial dalam sistem libertarian, hingga menciptakan fenomena konglomerasi media

---

<sup>18</sup> *Ibid*, 95.

<sup>19</sup> Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, 25.

(*media monopoly*), proses konstruksi realitas pun diselaraskan dengan pertimbangan-pertimbangan modal, baik yang langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan usaha yang ada dibawah konglomerasi media tersebut. Konstruksi realitas lazimnya dilakukan sedemikian rupa bilamana menyangkut kasus yang akan merugikan usaha atau relasi mereka.<sup>20</sup>

## 2. Analisis Framing Model ZhongDang Pan dan Gerald M. Kosicki

### a. Pengertian Analisis Framing

Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas, bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Dalam analisis framing yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Terutama untuk melihat bagaimana pesan/peristiwa dikonstruksi oleh media, bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikan kepada khalayak pembaca.<sup>21</sup>

Sebuah realitas bisa dibingkai dan dimaknai secara berbeda oleh media, bahkan pemaknaannya juga akan sangat berbeda. Hal ini terjadi karena realitas pada dasarnya bukan ditangkap dan tulis, realitas sebaliknya dikonstruksikan. Bagaimana peristiwa dipahami, sumber siapa yang diwawancarai, semua elemen tersebut tidak hanya dipahami sekedar masalah teknis jurnalistik, tetapi sebuah praktik.

Berbagai praktik tersebut bisa mengakibatkan pendefinisian tertentu

---

<sup>20</sup> *Ibid*, 29.

<sup>21</sup> Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS, 2015), 11.



atas realitas. Peristiwa yang sama bisa menghasilkan berita dan pada akhirnya realitas yang berbeda ketika peristiwa tersebut dibingkai dengan cara yang berbeda.<sup>22</sup>

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing sering dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan peristiwa. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.<sup>23</sup>

b. Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki

Framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Frame berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Perangkat yang

---

<sup>22</sup> *Ibid*, 165-166.

<sup>23</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), 162.

menandakan suatu framing dapat diamati dari pemilihan kata atau simbol yang dibentuk melalui aturan atau konvensi tertentu.

Dalam pendekatan ini, perangkat framing dapat dibagi menjadi empat struktur besar:<sup>24</sup>

- Struktur Sintaksis : sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa kedalam bentuk susunan umum berita. Struktur ini dapat diamati dari bagan berita (*lead* yang dipakai, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Intinya ia mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita.
- Struktur Skrip : skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk cerita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Bentuk umum dari struktur ini adalah pola 5W+1H.
- Struktur Tematik : tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan (paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat).

---

<sup>24</sup> Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, 293-294.

- Struktur Retoris : retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

<b>STRUKTUR</b>	<b>PERANGKAT FRAMING</b>	<b>UNIT YANG DIAMATI</b>
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W + 1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis	Kata, Idiom, gambar/foto, grafik.

Tabel 1.1 Kerangka Framing Zhongdang Pan dan Gerald M.

### 3. Media Online

#### a. Pengertian Media Online

Menurut definisi, media online diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers”.<sup>25</sup>

Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film/video. Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”.

#### b. Kelebihan dan Kekurangan Media Online

Adapun keunggulan media online dibanding media konvensional (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik online, antara lain:<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), 34.

<sup>26</sup> *Ibid*, 37.

- Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- Cepat: begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
- Update: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan.
- Kapasitas luas: halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.
- Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.
- Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait” dan fasilitas “cari” (*search*).

- Hyperlinked: terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Namun, menjadi kekurangan media online diantaranya:<sup>27</sup>

- Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tidak ada aliran listrik, baterai habis, dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada browser, maka media online tidak bisa diakses.
- Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “copy-paste” dari informasi situs lain.
- Adanya kecenderungan mata “mudah lelah” saat membaca informasi media online, khususnya naskah yang panjang.
- Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (salah tulis).

#### c. Manajemen Konten

Dari segi konten/isi atau sajian informasi, yang disajikan media online secara umum sama dengan media cetak seperti koran atau majalah, yakni terdiri dari berita (news), feature, foto dan iklan yang dikelompokkan dalam kategori (media cetak: rubrik) tertentu,

---

<sup>27</sup> *Ibid*, 38.

misalnya kategori berita nasional, ekonomi, berita olahraga dan politik.

Yang membedakan dari media cetak adalah kemasan informasi media online tidak hanya dalam bentuk teks dan gambar (foto), namun juga bisa dilengkapi dengan audio, video, visual, audio-video, animasi, grafis, link, artikel terkait, (related posts), bahkan interaktif game, serta kolom komentar untuk memberi ruang bagi pembaca menyampaikan opininya.

Isi media online umumnya dibagi dua bagian, yaitu “halaman” (*page*) dan “kategori” (*category*). Page biasanya berisi informasi “statis”, seperti profil (*about us*), buku tamu (*guestbook*) atau informasi penting lainnya. Category rubrikasi dalam media cetak atau program di media elektronik adalah pengelompokan jenis tulisan dari sisi topik atau tema, misalnya berita nasional, informasi produk, artikel opini, feature dan tips.

Pembaca media online dimudahkan dalam menentukan informasi. Mereka bisa langsung menuju informasi yang dicari berkat fasilitas *page* dan *category* ini dengan adanya panduan “menu navigasi” (*navigation menu*) yang tinggal di klik biasanya di bagian bawah web leader atau di samping (*sidebar*).

Penataan *page* dan *category* di media online dimudahkan dengan adanya fasilitas atau perangkat *Content Management System* (CMC), yaitu sistem yang menyediakan kumpulan prosedur yang



digunakan untuk mengelola tampilan dan konten website, seperti mengontrol akses ke data berdasarkan peran pengguna (yaitu, menentukan informasi pengguna atau kelompok pengguna dapat melihat, mengedit, memublikasikan dan lain-lain), memfasilitasi penyimpanan dan pengambilan data, mengurangi duplikasi input, menyederhanakan penulisan laporan, dan meningkatkan komunikasi diantara pengguna.<sup>28</sup>

#### 4. Jurnalisme Politik

Jurnalisme politik merupakan alat profesional untuk melayani khalayak mengenai berita politik.<sup>29</sup> Dari sini, dapat diartikan bahwa media menjalankan jurnalisme politik dengan menyajikan berita politik yang dibutuhkan masyarakat untuk mengambil keputusan politik yang rasional.

Jurnalisme politik juga tidak akan pernah terlepas dari proses politik dan retorika politik<sup>30</sup>. Hal tersebut masih bersifat wajar apabila mengedepankan kepentingan khalayak. Yang artinya seorang jurnalis disini berpihak kepada khalayak, dengan mengutamakan kepentingan khalayak diatas kepentingan partai dan media tempat kerjanya.

Meskipun demikian, jurnalisme politik dapat menjadi sebuah keterampilan yang penguasaannya sangat ditentukan oleh kemampuan

---

<sup>28</sup> *Ibid*, 39.

<sup>29</sup> Ana Nadhya Abrar, *Tata Kelola Jurnalisme Politik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), 6.

<sup>30</sup> Retotika berasal dari kata dalam bahasa Latin *rhetorica*, yang bermakna 'ilmu bicara'. Dalam bahasa Inggris, retorika disebut *rhetoric*, yang berarti 'the art of using language effectively'. Dengan demikian, retorika bisa diartikan 'ilmu bicara atau seni menggunakan bahasa secara efektif'. Namun, dalam praktik, retorika dimaknai sebagai kemampuan berpidato.

menguasai berbagai teknik. Jurnalisme politik bisa menjadi sebuah proses yang berawal dari pengumpulan fakta dan berakhir pada penyiaran berita. Bahkan jurnalisme politik bisa menjadi sebuah kebutuhan media pers untuk menyiarkan berita.

Tata kelola jurnalisme politik berarti menempuh serangkaian sistem dan mekanisme yang menentukan hal-hal yang harus dikerjakan struktur dan proses jurnalisme dalam politik menyiarkan berita politik. Istilah tata kelola (*governance*) sering dikaitkan dengan istilah pemerintahan (*government*). Dalam konteks ini, pemerintahan dibangun untuk menjalankan tata kelola (*governance*). Istilah pemerintahan lebih dekat dengan organisasi politik, namun, ada juga tata kelola (*governance*) yang berkaitan dengan organisasi bisnis (*corporation*), yang dalam hal ini tata kelola menjadi tata kelola korporat.

#### a. Struktur Jurnalisme Politik

##### 1). Wartawan

Wartawan merupakan insan pers atau orang yang melakukan kegiatan jurnalistik.<sup>31</sup> Wartawan juga merupakan ujung tombak. Dalam buku tata kelola jurnalisme politik, Aziz

mengungkapkan:

“Wartawan ibarat mata rantai yang menyatu, saling bahu membahu, isi mengisi dalam upaya menghasilkan produk media yang berkualitas. Karena berita yang dihasilkan merupakan produk bersama, maka kekompakan dan kebersamaan wartawan sangat berpengaruh.”

---

<sup>31</sup> Hamdan Daulay, *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*, (Bandung: Rosda Karya, 2016), 38.

Diperlukan solidaritas antar-wartawan untuk terus dapat berkembang dan menanamkan kesadaran dalam diri bahwa untuk menghasilkan suatu berita tidak terlepas dari kehadiran wartawan lain. Dalam keadaan begitu wartawan mengimplementasikan kebijakan redaksional mulai dari mengumpulkan fakta hingga menyiarkan berita politik.<sup>32</sup>

Dalam wawancara yang peneliti lakukan kepada kedua reporter di *Republika.co.id* dan *tirto.id* mereka juga menekankan kekompakan dalam teamwork. Dengan menanamkan rasa kesadaran bahwa perkembangan dirinya tidak terlepas dari wartawan lain. Bahkan suatu keberhasilan pun ada berkat adanya kerjasama dan solidaritas dalam tim. Karena berhubungan dengan wartawan lain bukan hanya terkait fungsional dan aksidental, tetapi juga secara emosional.

## 2). Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional merupakan gabungan kondisi objektif khalayak sebuah media pers dan cita-cita institusional media pers. Kondisi objektif khalayak berkaitan dengan status sosial-ekonomi dan kebutuhan informasi. Karena setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang berbeda, maka hal yang wajar jika media pers berkala mengadakan survei khalayak untuk mengetahui kebutuhan informasi khalayaknya.

---

<sup>32</sup> Ana Nadhya Abrar, *Tata Kelola Jurnalisme Politik*, 9.

Pengetahuan tentang kebutuhan informasi ini bisa dijadikan pedoman untuk menyusun kriteria ciri berita kelak yang akan disiarkan oleh sebuah media. Pengetahuan ini dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui persoalan yang sedang dihadapi khalayak. Bahkan dapat menjadi dasar untuk mengarahkan khalayak kearah sesuai institusional media pers.

Cita-cita institusi media pers, merupakan orientasi media pers terhadap masyarakat. Orientasi itu biasanya bersifat mulia, misalnya meningkatkan kualitas masyarakat, membangun masyarakat madani, menghargai hak-hak asasi manusia, membangun manusia unggul dan sebagainya. Orientasi tersebut menjadi nilai yang harus diperjuangkan media pers. Orientasi itu bahkan menjadi roh bagi seluruh media pers.

Praktisnya, orientasi sebuah media pers akan terlihat pada banner yang dimiliki media pers bersangkutan. Atau jika pada website halaman utama akan terlihat pada bagian atas seperti pada media [Republika.co.id](http://Republika.co.id) memiliki homepage nuansa Islami, seperti adanya laman Ihram, Khazanah, Islam Digest, Ramadhan, Jurnal-Haji, dan Konsultasi yang di dalamnya terdapat topik tentang Keuangan, Fikih Muamalah, Agama Islam, dan Zakat. Berbeda halnya dengan media [Tirto.id](http://Tirto.id) yang slogan: “Jernih, Mengalir dan Mencerahkan bersama Tirto.id”. Di alam, air menunjukkan bahwa hal-hal itu tidaklah bertentangan. Air mengalir, mengisi ceruk,

sekaligus jernih - menunjukkan kedalaman. Air selalu dibutuhkan. Mencita-citakan jurnalisme yang demikian, dengan media yang menamai diri Tirta, yaitu alternatif pengucapan dari tirta yang berarti air.<sup>33</sup>

Media pers seyogyanya memahami perkembangan khalayak, sebagai bahan evaluasi memperbaiki kualitas berita politik yang disiarkan dan untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi khalayak.<sup>34</sup>

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada kedua media, kebijakan redaksional sangat menentukan tema dan berita yang ditayangkan dalam berita itu.

## b. Proses Jurnalisme Politik

### 1). Peristiwa/Ide Politik

Untuk memperoleh fakta dari peristiwa/ide politik, seorang jurnalis bisa menggunakan teknik pengumpulan fakta yang lazim. Teknik pengumpulan fakta ini, terdiri atas observasi, wawancara, konferensi pers dan *press release*.<sup>35</sup>

Observasi, seperti dalam buku *Tatakelola Jurnalisme*

*Politik* tercatat:

---

<sup>33</sup>Tentang kami pada <https://tirto.id/insider/tentang-kami> diakses pada 2 Desember 2021 pukul 22.40 WIB.

<sup>34</sup>*Ibid*, 12.

<sup>35</sup>*Ibid*, 13.

“Ada pengamatan langsung, ada juga pengamatan tak langsung. Seseorang disebut melakukan pengamatan langsung bila ia menyaksikan sebuah peristiwa dengan mata kepalanya sendiri. Pengamatan ini bisa dilakukan dalam waktu yang pendek dan panjang. Pendek artinya, setelah melihat sebuah peristiwa dan mencatat seperlunya, seseorang meninggalkan tempat kejadian untuk menulis laporan. Sedangkan panjang berarti seseorang berada di tempat kejadian dalam waktu yang lama. Bahkan dia menulis dari tempat kejadian.”<sup>36</sup>

Selain peristiwa politik, dokumen politik juga dapat diobservasi. Observasi terhadap dokumen politik kadang-kadang malah melahirkan fakta yang unik dan menarik.

Wawancara merupakan tanya jawab antara seorang wartawan dengan narasumber untuk memperoleh fakta tentang sebuah peristiwa atau ide politik.

Konferensi pers merupakan pernyataan yang disampaikan seseorang yang mewakili lembaga politik atau partai politik mengenai kegiatannya kepada wartawan. Setelah menyampaikan pernyataannya, biasanya dia bersedia menjawab pertanyaan yang diajukan para wartawan. Pertanyaan yang dijawab tentu saja berkaitan dengan pernyataan yang sudah disampaikan.

Press release, atau siaran pers adalah pernyataan tertulis yang dikeluarkan oleh lembaga politik atau partai politik tentang lembaganya atau partainya yang berkaitan dengan pembentukan citra positif di kalangan khalayak.

---

<sup>36</sup> Ana Nadya Abrar, *Tatakelola Jurnalime Politik*, 13.

## 2). Penulisan Berita Politik

Penulisan berita politik secara umum harus patuh pada kaidah-kaidah pokok jurnalisme dan kaidah-kaidah penulisan berita yang berlaku dalam sebuah media pers. Kaidah penulisan yang umum meliputi format berita dan teknik penulisan berita. Ada empat format berita yang umum, yakni berita langsung (*straight news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature*), dan kolom (*column*).

Berita langsung (*straight news*) adalah berita yang ditulis untuk menyampaikan peristiwa-peristiwa yang secepatnya harus diketahui khalayak. Penulisannya mengikuti struktur piramida terbalik, dengan bagian yang terpenting pada pembukaan berita. Semua fakta tersaji menjawab pertanyaan 5W + 1H.

Berita ringan (*soft news*) adalah berita tentang kejadian yang bersifat manusiawi dalam sebuah peristiwa yang penting. Berita ini merupakan lanjutan (*following news*) dari berita yang pernah disiarkan sebelumnya. Biasanya berita ini lebih menonjolkan unsur yang bisa menyentuh perasaan khalayak.

Berita kisah (*feature*), merupakan laporan kreatif yang kadang-kadang subjektif, karena bertujuan menyenangkan dan memberikan informasi kepada khalayak tentang sebuah peristiwa, ide atau keadaan.



Kolom (*column*) merupakan tulisan tentang komentar seseorang mengenai masalah yang sedang hangat di masyarakat. Kolom merupakan opini penulisnya. Namun, penulisnya bertitik tolak dari realitas politik yang sudah terjadi. Penulis biasanya seorang politisi atau pengamat politik yang diminta untuk menulis kolom oleh sebuah media pers.

Teknik penulisan berita tentu juga mengikuti kaidah-kaidah umum yang dapat digunakan dalam penulisan berita lain, misal teknik *framing*. Dengan mem-framing berita politik, bisa dibayangkan wacana yang akan ditangkap oleh khalayak. Wacana ini tentu saja sesuai dengan keinginan media pers yang menyiarkan berita politik bersangkutan.

Framing berita yang dilakukan wartawan merupakan framing media. Bila wartawan yang mem-framing berita tidak sesuai dengan keinginan media, *gatekeepers*<sup>37</sup> akan merevisinya. Berita akan disunting sesuai dengan *framing* media pers bersangkutan.

Bertolak dari framing itu, seorang wartawan mengorganisasi fakta tentang realitas politik. Lalu melakukan rekonstruksi fakta itu menjadi teks berita yang terstruktur. Menempatkan fakta yang harus menonjol pada tempat-tempat yang strategis, misalnya pada judul, isi berita atau penutup berita.

---

<sup>37</sup> *Gatekeepers* adalah orang yang meninjau dan mengevaluasi berita di media tentang kelayakan berita untuk siar atau tidaknya. *Gatekeepers* ialah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, internet dan sebagainya.

Hal ini menunjukkan bahwa *framing* media yang dilakukan wartawan dipengaruhi oleh beberapa variabel. Selain kognisi sosial, variabel lain yang mempengaruhi wartawan mem-framing berita ialah ideologi dan struktur sosial. Pada titik ini bisa disebut bahwa wartawan tidak begitu saja mem-*framing* berita.

### 3). Penyuntingan Berita Politik

Penyuntingan berita politik berawal dari penilaian terhadap berita politik yang sudah ditulis. Yang menilai biasanya redaktur, sedangkan yang dinilai meliputi redaksi dan substansi berita.

Saat redaktur menemukan kesalahan pada substansi atau redaksi berita politik, redaktur berhak menyuruh wartawan untuk mengubahnya. Redaktur akan memberikan checklist semua yang perlu diperbaiki. Dalam keadaan seperti ini, reporter bisa saja mendiskusikannya. Namun, tidak kuasa menolak perintah.

Redaktur mengetahui penuh tentang visi, misi, dan kebijakan redaksional media pers tempatnya bekerja. Pengetahuan tentang gambaran ideal medianya dan gambaran ideal khalayak yang akan dibentuk medianya. Dari sini, akan diselaraskan isi berita politik yang ditulis wartawan dengan visi, misi dan kebijakan redaksional media persnya.

#### 4). Penyiaran Berita Politik

Penyiaran berita politik merupakan bagian terakhir dari sistem jurnalisme politik. Dalam konteks ini, *gatekeepers*, biasanya redaktur pelaksana, akan meninjau semua berita yang sudah disunting oleh redaktur. Untuk menentukan kelayakan terbit atau tidak.

*Gatekeepers* akan mengevaluasi sejauh mana berita politik yang sudah disunting redaktur mengimplementasikan kebijakan redaksional sesuai visi, misi media pers bersangkutan. *Gatekeepers* menjadi filter terakhir dalam jajaran redaksi sebuah media pers dalam menentukan layak tidaknya sebuah berita politik disiarkan. *Gatekeepers* melaksanakan tugasnya secara otonom, memegang kendali sepenuhnya terhadap penyiaran sebuah berita politik.

Namun, apabila suatu hari nanti ada tuntutan dari khalayak, *gatekeepers* punya tanggungjawab yang besar untuk menghadapi tuntutan itu.

#### c. Independensi Berita Politik

Media pers memiliki lima fungsi, yakni menjadi mediator, mengawasi, menyampaikan informasi, menghibur dan mendidik. Kelima fungsi ini sering disebut sebagai fungsi imperatif, yakni sangat penting dan wajib dilaksanakan media pers.

Namun, media pers tidak bisa melaksanakan fungsi imperatif tanpa keterbukaan informasi narasumber. Pejabat publik memberikan informasi kepada media pers, media pers meneruskan informasi kepada khalayak, sedangkan khalayak menerima informasi tersebut dengan terbuka.

Bagi khalayak, informasi yang diterima dari media pers menjadi sumber dalam proses pembentukan pendapat mereka. Maka dibutuhkan informasi yang benar, karena jika tidak pendapat yang akan terbentuk kelak bukan pendapat yang rasional. Jika hal ini terjadi maka akan sulit ambil bagian (*sharing*) dalam kehidupan publik.

Untuk itu, media pers semestinya tidak sekedar menyiarkan berita politik, tapi harus memenuhi harapan khalayak. Harapan utama khalayak disini adalah media pers berpihak kepada khalayak. Maka dari itu, media pers pun wajib berpihak kepada khalayak.

Kewajiban media pers berpihak kepada masyarakat merupakan sebuah janji. Janji yang harus dipenuhi dalam setiap penyajian berita politik lewat halaman redaksinya. Untuk kepentingan media pers sendiri dalam hal materi tentu harus dipenuhi media pers sendiri, yaitu melalui halaman komersial yang memuat iklan. Lewat halaman ini, media pers bisa memenuhi kepentingan materinya.

Namun, untuk selalu berpihak kepada masyarakat banyak godaan dan gangguan media pers itu sendiri. Wartawan politik perlu pemahaman tentang kediriannya: menjunjung tinggi keberadaan

wartawan politik. Namun, bukan berarti wartawan politik bisa seandainya melaksanakan jurnalisme politik.

Dalam praktiknya, wartawan politik tidak berhak dikooptasi oleh kekuatan apapun, termasuk media pers. Wartawan harus mengupayakan media tempatnya bekerja tidak menjadikan berita sebagai komoditas semata, tetapi menjadikan berita sebagai informasi yang diperlukan khalayak. Dan menempatkan diri sangat netral dalam kehidupan bermedia, serta mengutamakan kepentingan khalayak dalam menulis berita. Wartawan perlu memperjuangkan kebebasannya dalam menyiarkan berita dan memperpendek jaraknya dengan khalayak.

Keberadaan wartawan politik terancam jika profesionalismenya tidak dijadikan ukuran dalam menilai kerjanya. Jika tidak, wartawan politik posisinya akan lemah, dan kesempatan untuk mengutamakan kepentingan khalayak akan tertutup. Secara konseptual, media pers memiliki empat posisi, yaitu sebagai media, lembaga sosial, berita dan lembaga ekonomi.<sup>38</sup>

## **5. Etika Komunikasi Masa Perspektif Islam**

Komunikasi massa dalam pengertian media massa senantiasa mengalami kemajuan pesat yang disebabkan semakin majunya teknologi komunikasi dan semakin tingginya ilmu pengelolanya. Kemajuan tidak

---

<sup>38</sup> Ana Nadhya Abrar, *Tata Kelola Jurnalisme Politik*, 121.

hanya berhubungan dengan semakin baiknya kualitas penyajian, tetapi juga berhubungan dengan semakin banyaknya jumlah media massa.

Masyarakat semakin mempunyai banyak pilihan terhadap media massa sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Sesuai dengan fungsinya, media masa mampu memberikan informasi, memberikan pendidikan, menghibur, dan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Sebagai penjaga atau pengawal kebenaran, media massa senantiasa menjalankan fungsinya untuk melakukan social control terhadap kesalahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Pekerjaan dalam hal social control tersebut merupakan tugas suci dan mulia dari para pekerja komunikasi massa yang sejalan dengan agama.

Komunikasi massa jelas akan memberikan pengaruh atau dampak terhadap masyarakat, baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Adapun beberapa aspek etika komunikasi massa dalam Al-Qur'an sebagai berikut:<sup>39</sup>

a. Kejujuran Komunikasi

Aspek kejujuran atau objektivitas dari komunikasi merupakan etika yang didasarkan pada data dan fakta. Informasi yang teruji kebenarannya dan oragnya terpercaya atau dapat diakui integritas dan kredibilitasnya. Dalam Al-Qur'an kejujuran ini dapat diistilahkan dengan *amanah*, *takdzib*, *shidq*, dan *al-haq*. Dengan dasar etika seperti

---

<sup>39</sup> Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos, 1999), 66.

istilah-istilah tersebut, maka seorang pekerja komunikasi massa dalam pandangan Al-Qur'an tidak akan berkomunikasi secara dusta atau dengan istilah *lahw al-hadits* dan *al-ifk*.

b. Adil, Tidak Memihak

Dalam praktik jurnalistik berlaku prinsip etis, adil dan berimbang. Artinya tulisan harus disajikan secara tidak memihak. Menyajikan berita yang bersumber dari berbagai pihak yang mempunyai kepentingan penilaian atau sudut pandang masing-masing terhadap suatu kasus berdasarkan prinsip berimbang dan adil.

Berlaku adil adalah ajaran Islam. Kata 'adil juga dikatakan sebagai lawan dari kata *dzulm*. Siapa yang tidak berlaku adil, maka ia dinilai bersifat zalim.

Disini ditekankan perihal berkata-kata dengan adil. Yang berarti, umat Islam diperintahkan untuk berkomunikasi dengan adil. Artinya, harus berkomunikasi dengan benar, tidak memihak, berimbang dan tentunya sesuai dengan haknya seseorang. Dalam tafsir, memang perintah berkata adil disini lebih berorientasi kepada pemberian kesaksian di pengadilan, namun secara umum bisa dianalogikan kepada semua bentuk komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: Logos, 1999), 81.



c. Kewajaran dan Keputusan

Dalam komunikasi massa, wartawan wajib mempertimbangkan patut tidaknya menyiarkan berita, tulisan atau gambar dengan tolok ukur, yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara dan bangsa. Dalam hal ini, misalnya tidak boleh menyiarkan berita rahasia militer atau negara. Atau berita yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara dan bangsa. Dalam kode etik Jurnalistik PWI pasal 3 tertulis, “wartawan Indonesia tidak menyiarkan berita, tulisan, gambar yang menyesatkan, memutarbalikan fakta, bersifat fitnah, cabul, sadis, dan sensasi berlebihan”. Dalam Al-Qur’an juga ditemui tuntunan yang bagus dalam etika komunikasi. Beberapa istilah yang ditemui yakni *qawlan ma’rufan*, *qawlan sadidan*, *qawlan balighan*, *qawlan kariman*, *qawlan maisuran*, dan *qawan laynan*.<sup>41</sup>

d. Keakuratan Informasi

Untuk mencapai ketepatan data dan fakta sebagai bahan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat diperlukan penelitian yang seksama oleh kalangan pers, terutama wartawan. Ajaran Islam mengakomodir etika akurasi informasi tersebut melalui beberapa ayat. Seperti dalam surah Al-Hujurat/49 : 6, Allah berfirman:

---

<sup>41</sup> Ibid, 84-85.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا  
 قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿١﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui*

Pers dakwah harus mampu menjadi corong kemajuan bangsa ”jurnalisme profetik<sup>42</sup>”, agen pemersatu (unfikator), dan sebagai alat komunikatif dialogis dengan menggunakan bahasa yang persuasive sofistikatik serta tindakan yang halus, lembut, menarik masyarakat kepada ajakan-ajakan Islam secara demokratis dan manusiawi.<sup>43</sup> Sadar akan kebutuhan masyarakat terkait pemberitaan dakwah dalam suatu media, tentu media harus mampu mengemas berita yang mengandung unsur-unsur keagamaan diangkat menjadi peristiwa keagamaan. Penyampaian pesan dakwah menitikberatkan pada upaya memberikan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
 SUNAN KALIJAGA  
 YOGYAKARTA

<sup>42</sup> Jurnalisme Profetik adalah salah satu bentuk jurnalisme yang tidak semata menulis atau melaporkan berita dan peristiwa secara lengkap, akurat, jujur dan bertanggung jawab tetapi juga memberikan petunjuk kearah transformasi atau perubahan berdasarkan cita-cita etik dan profetik moral dan idealisme yang berbasis etik. Hal ini berarti jurnalis secara sadar dan bertanggungjawab memuat kandungan nilai dari cita-cita etik dan social yang didasarkan pada emansipasi, liberasi dan transendensi. Asti Musman, Nadi Mulyadi dalam “Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis para Jurnalis”, hal 24 [https://www.google.co.id/books/edition/Jurnalisme\\_Dasar/kgQIEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=jurnalisme++profetik+adalah&pg=PA24&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Jurnalisme_Dasar/kgQIEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=jurnalisme++profetik+adalah&pg=PA24&printsec=frontcover) diakses pada 16 April 2021 pukul 19.30 WIB.

<sup>43</sup> ST Nasriah, “Surat Kabar Sebagai Media Dakwah” diakses pada <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/302> diakses pada 20.48 WIB.

gambaran se jelas mungkin tentang bagaimana konsep Islam mengatur kehidupan manusia.<sup>44</sup>

## 6. Kode Etik Jurnalistik Dalam Perspektif Islam

Kode etik jurnalistik sangat penting bagi seorang jurnalis dan media massa dalam menentukan eksistensinya sebuah media. Jurnalistik Islam dalam kode etik sangat penting dalam dakwah agar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.<sup>45</sup>

Pemberitaan dalam jurnalistik harus mengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan diri sendiri atau golongan bahkan pemilik modal. Dengan mengikuti tata nilai yang dianut masyarakat maka akan meningkatkan *sense of belongingness* dari audiens sebab bagaimanapun masyarakat adalah konsumen dari berita yang disajikan.

Pendekatan nilai masyarakat dalam kegiatan jurnalistik perlu disadari sesuai misi jurnalistik dalam Islam, sebab misi jurnalistik dalam Islam merupakan salah satu dakwah melalui media pemberitaan. Peran jurnalistik dalam fungsi dakwahnya meliputi sebagai berikut:

- Pendidik (*muaddib*) yaitu melaksanakan fungsi pendidikan yang Islami. Pers Islam perlu menjadi katalisator yang menjaga keseimbangan pemberitaan dalam fungsinya melindungi masyarakat dari pengaruh buruk media massa non-Islami yang anti-Islam.

---

<sup>44</sup> M. Natsir, *Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta : Gema Insani, 1999), 72.

<sup>45</sup> Hamdan Daulay, *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*, 47.

- Pelurus Informasi (*musyaddid*), peran ini meliputi tiga hal yaitu *pertama*, pelurus informasi tentang ajaran azan umat Islam. *Kedua*, informasi tentang karya-karya atau prestasi yang telah dicapai umat Islam. *Ketiga*, pers Islam dituntut mampu menggali, melakukan investigative report tentang kondisi umat Islam di penjuru dunia.
- Pembaharu (*mujaddid*), yaitu pers Islam sebagai penyebar paham pembaharu akan pemahaman dan pengalaman ajaran Islam (reformisme Islam).
- Pemersatu (*muwahid*), jurnalistik harus mampu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam. Oleh karena itu, dengan karakter jurnalis (termasuk data kode etik jurnalistik) yang bersifat impartiality (tidak memihak pada golongan tertentu) dan both side information (menyajikan informasi dari dua sisi pada setiap informasinya), jurnalis akan dapat menegakkan fungsi sebagai pemersatu umat, sebab jurnalistik Islam menjauhkan diri dari sikap-sikap sectarian, baik secara ideal maupun komersial.
- Pejuang (*mujahid*) yaitu berupa peran pembela Islam melalui dunia jurnalistik. Jurnalistik memiliki peluang untuk membentuk pendapat umum. Untuk itu, jurnalistik Islam harus dapat berfungsi dalam rangkaian upaya menegakkan ajaran Islam, mensyiarkan ajaran Islam dan mempromosikan citra Islam agar lebih positif.

## F. Metode Penelitian

1. **Jenis penelitian:** penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pisau bedah analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misal perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan, dll secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>46</sup> Pendapat lain mengatakan tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mencari informasi, fokus dan locus pada permasalahan yang cenderung melihat kelapangan sebagai realitas dari fenomena sosial yang akan diungkapkan secara dalam mengenai fenomena tersebut.<sup>47</sup> Penelitian kualitatif deskriptif merupakan laporan-laporan yang berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan yang berasal dari naskah wawancara, catatan foto, dan dokumen resmi lainnya.<sup>48</sup>

### 2. Sumber Data

- a. **Sumber Primer :** berita politik capres dan cawapres Pilpres 2019 edisi September-Desember 2018 di [Republika.co.id](http://Republika.co.id) dan [tirto.id](http://tirto.id).
- b. **Sumber Sekunder :** data yang diperoleh dari wawancara dan metode dokumentasi berupa penelitian kepustakaan (*Library*

---

<sup>46</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2021), 6.

<sup>47</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Putra Grafika,2007), 53.

<sup>48</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 11.

*Research*) yakni mengkaji informasi yang terdapat dalam berbagai literature, buku, jurnal, serta tulisan-tulisan yang berkaitan dengan penulisan ini.

**3. Teknik Pengumpulan Data :** Berita yang dianalisis terdapat 10 jumlah berita. Adapun pertimbangan penulis mengambil 10 berita ini karena terkait dengan judul yang peneliti ambil. Dengan metode teknik sampel yang diambil yaitu teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>49</sup> Teknik pengumpulan data dilakukan berdasarkan kebutuhan analisis dan pengkajian. Pengumpulan data dilakukan sejak penulis telah menentukan masalah yang akan ditulis. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan pengkajian berita-berita yang memberitakan kedua paslon dalam satu tema berita baik pada media [Republika.co.id](http://Republika.co.id) dan [tirto.id](http://tirto.id), kemudian melakukan pengkajian lebih lanjut dengan berbagai literature, lalu melakukan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai alat analisis datanya untuk melihat perbandingan konstruksi berita yang dikemas oleh kedua media tersebut dengan didukung hasil wawancara informan terkait.

**4. Teknik Analisis Data yang Digunakan:** analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan framing Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki. Melalui data pemberitaan yang diperoleh maka akan dianalisa

---

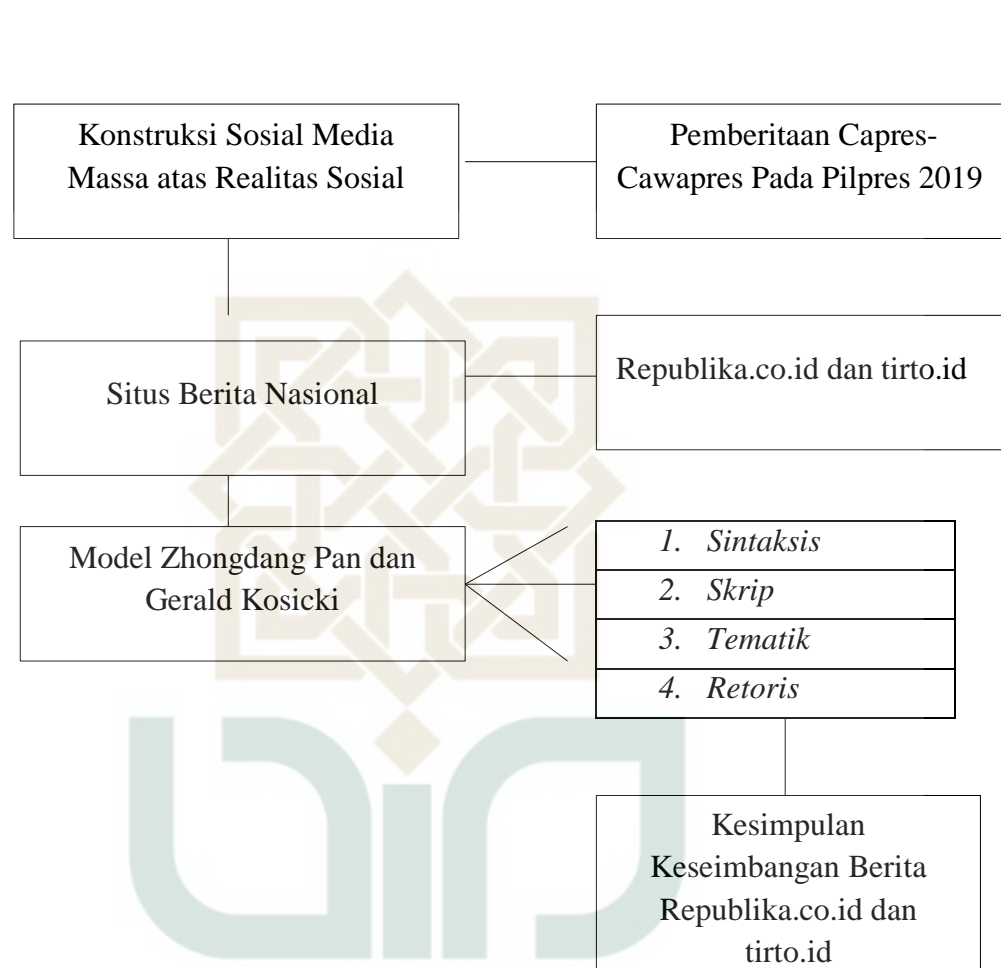
<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), cet. 21, 219

secara kualitatif dengan menggunakan instrumen analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosichi melalui beberapa perangkat:

- a. **Sintaksis** : merujuk pada pengertian susunan berita, headline, lead, latar informasi, sumber, penutup dalam kesatuan teks berita secara keseluruhan.
- b. **Skrip** : laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W + 1 H (*who, what, when, where, why and how*).
- c. **Tematik** : bagi Gerald Pan dan M. Koshicki berita mirip sebuah pengujian hipotesis. Peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan digunakan sebagai dukungan yang logis bagi hipotesis yang dibuat. Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan.
- d. **Retoris**: struktur retorik dari berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan.



## 5. Kerangka Pikir



Gambar I: Skema Berpikir

## G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan dalam tesis yang berjudul : **“Konstruksi Pesan Dakwah di Media Online: Framing Berita Capres-Cawapres di Republika.co.id dan tirto.id September 2018 –Desember 2018** adalah sebagai berikut:

**BAB I** : Pendahuluan, menjadi dasar pedoman penelitian, karena pada Bab ini membahas tentang latarbelakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II** : Bab II ini berisi tentang profil media Republika.co.id, Tirto.co.id. Serta peran Republika.co.id dan Tirto.co.id sebagai saluran komunikasi politik, redaksi dan managementnya.

**BAB III** : pada Bab III ini akan mengulas konstruksi pemberitaan Pilpres edisi September-Desember 2018 dengan analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki serta melihat keberimbangan berita di Republika.co.id dan tirto.id

**BAB IV** : pada Bab ini merupakan penutup dan saran. Yang mencakup kesimpulan penelitian atas jawaban rumusan masalah dalam penelitian. Pada bab ini akan dipaparkan mengenai pokok bahasan, serta saran-saran yang bertujuan memberi masukan bagi pembaca mengenai penelitian terkait yang relevan.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Dalam pemberitaan capres-cawapres pada pilpres 2019 di [Republika.co.id](http://Republika.co.id) mengkonstruksikan berita terkait seputar modal dasar elektoral capres-cawapres, ragam hasil survei tentang popularitas, elektabilitas yang menjejali ragam kanal komunikasi warga, serta narasi pemburuan kuasa melalui tindakan persuasif yang justru membentur-benturkan warga yang berbeda pilihan politik. Narasi besar berita pemilu justru banyak diisi dengan isu yang elitis. Dalam pemberitaan capres-cawapres pada pilpres 2019 di [tirto.id](http://tirto.id), mengkonstruksikan berita paslon dengan beberapa kritik yang dikuatkan dengan narasumber yang memberikan argumentasi yang sehat di tengah narasi kampanye yang sedang riuh. Dalam memberikan kritiknya, [tirto.id](http://tirto.id) menghadirkan narasumber yang jelas *track record* penelitiannya dan sedang tidak mendukung kesalahan satu paslon. Hingga didapatkan berita yang berimbang. Secara garis besar konstruksi berita yang dibangun dalam [tirto.id](http://tirto.id) adalah kritik terhadap manuver elite, kaum oligark di belakang paslon, krisis kepercayaan, narasi kampanye rasional, dan kampanye yang berintegritas. Harapan [tirto.id](http://tirto.id) kampanye pemilu pilpres bergerak ke arah yang lebih

substansial yakni penawaran program yang sudah diharapkan oleh masyarakat. Kewajiban media pers berpihak kepada masyarakat merupakan sebuah janji. Janji yang harus dipenuhi dalam setiap penyajian berita politik lewat halaman redaksinya.

2. Berdasarkan analisis framing peneliti, dapat disimpulkan bahwa media [Republika.co.id](http://Republika.co.id) cenderung memihak ke paslon 01. Dari lima berita empat berita memihak dengan teks yang terlihat jelas. Satu berita menampilkan hasil elektabilitas yang menampilkan survei namun juga mengunggulkan paslon 01. Dalam menyampaikan beritanya media [Republika.co.id](http://Republika.co.id) tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam yakni adil, tidak memihak dapat dilihat dari narasumber yang dihadirkan yang mendukung paslon 01 serta banyaknya pernyataan yang dihadirkan dari pihak 01. Narasi-narasi yang dibangun menjadi alat politik incumbent (petahanan), menguatkan politik dinasti yang aksesnya dikuasai oleh segelintir orang. Namun, untuk media [tirto.id](http://tirto.id) teks berita dihadirkan banyak yang mengandung unsur kritik untuk kedua belah pihak. Namun juga dihadirkan narasumber yang netral dalam berpendapat. Pemberitaan yang seperti ini merekatkan titik temu politik kebangsaan. Yang bisa berkontribusi pada suasana kondusif di tengah polarisasi dukungan saat terjai perebutan kekuasaan.

**B. Saran**

1. Media [Republika.co.id](http://Republika.co.id) dan [tirto.id](http://tirto.id) mempunyai perspektif yang berbeda terhadap kedua paslon. Hal substansial yang harus dijaga oleh media tentu saja integritas dalam menyampaikan berita. Karena diperlukan tanggungjawab setiap media untuk menjaga keutuhan prinsip moral dan etika ketika masa menyampaikan peristiwa.
2. Untuk pembaca untuk dapat lebih memahami konstruksi media dengan melihat struktur berita yang ditampilkan oleh media agar dapat dipahami maksud yang sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Amir, Mafri . *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos, 1999.
- Budianto, Heri. *Kont fdf fvcestasi Politik dalam Ruang Media*. Jakarta: Prenada Media, 2019.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Putra Grafika, 2007.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: Pt. Lkis, 2015.
- Gun, Gun Heryanto. *Realitas Komunikasi Politik Indonesia Kontemporer* Yogyakarta: IRCiSoD, 2020.
- Hefni, Harjani. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Hamad, Ibnu. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Granit, 2004.
- Heryanto, Gun Gun. *Panggung Komunikasi Politik: Dilema Antara Idealitas dan Realitas Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2019.
- Heryanto, Gun Gun. *Realitas Komunikasi Politik Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2020.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Mikhraj Khazanah Ilmu, 2012.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2021.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Media dan Masyarakat: Membedah Absurditas Budaya Indonesia,.* Bandung: Rosdakarya, 2016.
- Nasrullah, Rulli. *Media Siber*. Jakarta:Kencana, 2016.

- Nata, Tio Dwi, Farid Sandy, Aditya Setyawan, Henry Setyawan, Hendra Purnomo, Arda Arief Wicaksono Prasetyo, Danang Hadi Wibowo. *Teknologi Komunikasi Dan Realitas Semu Media Massa*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera, 2014.
- Natsir, M. *Dakwah dan Pemikirannya*. Jakarta : Gema Insani, 1999.
- Nugroho, Yanuar. *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance, 2012.
- Steele, Janet. *Mediating Islam: Jurnalisme Kosmopolitan di Negara-negara Muslim sia Tenggara*. Yogyakarta: Bentang, 2018.
- Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah: Perspektif Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Pirol, Abdul. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: Deepublish 2018.
- Poppy Ruliana, et.al .*Teori Komunikasi*. Depok: Rajagrafindo persada, 2019.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya, 2016.
- Syahputra, Iswandi. *Media Relations: Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Zallum, Abdul Qadim . *Pemikiran Politik Islam*. Bangil: Al-Izzah.



## 2. JURNAL ELEKTRONIK DAN INTERNET

Abdul Karim. *“Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang”* pada

<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2911/2082> diakses pada 16 April 2021 pukul 19.50 WIB.

Andy. *”Teori New Media: Pengertian, konsep dan Karakteristiknya”* pada <https://qwords.com/blog/teori-new-media/> diakses pada 11 April 2021 pukul 07.00 WIB.

Asti Musman, Nadi Mulyadi dalam *“Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis para Jurnalis”*, hal 24 [https://www.google.co.id/books/edition/Jurnalisme Dasar/kgQIEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=jurnalisme++profetik+adalah&pg=PA24&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Jurnalisme_Dasar/kgQIEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=jurnalisme++profetik+adalah&pg=PA24&printsec=frontcover) diakses pada 16 April 2021 pukul 19.30 WIB.

Erick Thohir dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/Erick-Thohir> diakses pada 10 April 2021 pukul 14.30 WIB.

Musyaffa *“Konstruksi Pemberitaan Media Terhadap ISIS: Analisis Framing Kompas.com, Okezone.com, Tempo.co dan Republika.co.id”* dalam <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44444/1/NANDA%20CITA%20ALIFFAH-TESES%20KPI-FDK.pdf> diakses pada 20 April 2021 pukul 13.25 WIB.

Jerry Indrawan, *“Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik”* pada <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/4820> diakses pada 16 April 2021 pukul 20.18 WIB.

Keller, Anett. *“Tantangan dari Dalam: Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional: Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia dan Republika”* dalam <http://library.fes.de/pdf->

[files/bueros/indonesia/09806\\_82](files/bueros/indonesia/09806_82) diakses pada tanggal 10 April 2021 pukul 14.50 WIB.

Nanda Cita Aliffah, “*Konstruksi Pemberitaan Kompas.com dan Republika.co.id Analisis Framing Kinerja 100 Hari Gubernur DKI Jakarta Periode 2017-2022* pada <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44444/1/NANDA%20CITA%20ALIFFAH-TESESIS%20KPI-FDK.pdf> pada 25 April 2021 pukul 13.25 WIB.

Prinisia Nurul Iksari, “*Framing Joko Widodo dan Prabowo di Harian Kompas dalam Pemilihan Presiden 2019*” dalam <https://www.google.com/search?q=Prinisia+Nurul+Iksari+dengan+judul+jurnal+%E2%80%9C+Framing+Joko+Widodo+dan+Prabowo+di+Harian+Kompas+dalam+Pemilihan+Presiden+2019%E2%80%9D.&oq=Prinisia+Nurul+Iksari+dengan+judul+jurnal+%E2%80%9C+Framing+Joko+Widodo+dan+Prabowo+di+Harian+Kompas+dalam+Pemilihan+Presiden+2019%E2%80%9D.&aqs=chrome..69i57.2970j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#> diakses pada 5 Mei pukul 09.00 WIB.

*Profil Republika* dalam <http://www.Republika.co.id/page/about/profil> diakses pada 10 April 2021 pukul 13.25 WIB.

*Profil Tirto.id* pada <https://id.wikipedia.org/wiki/Tirto> diakses pada 27 September 2021 pukul 16.00 WIB.

Romadhonita, Permata. *Analisis Framing berita Capres dan Cawapres pada pemilu 2014 di harian Republika dan Jawa Pos* diakses pada <http://repository.unair.ac.id/17877/> jurnal Commonline Departemen Komunikasi Vol.4 no.1 2014 pada 9 April 2021 pukul 20.00 WIB.

Sukarno dan Pipiet Palestin murwani, “*Konstruksi Mendukung dan Mengkritisi Realitas Prabowo Subianto Menjadi Menteri*

*Pertahanan Oleh Beberapa Media Online*, dalam <https://www.google.com/search?q=konstruksi+mendukung+dan+mengkritisi+prabowo+sukarno&oq=konstruksi+mendukung+dan+mengkritisi+prabowo+sukarno&aqs=chrome..69i57j33i10i160l0389j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#> diakses pada 10 Mei 2021 pukul 09.13 WIB.

Syobah, Nurul. “*Konstruksi Media Massa dalam Pengembangan Dakwah*”, Jurnal Dakwah Tabligh Vol.14, No.2, Desember 2-13 153-168 diakses pada laman <https://media.neliti.com/media/publications/76782-ID-konstruksi-media-massa-dalam-pengembangan.pdf> diakses pada 28 Desember 2021.

Tentang tirto.id pada <https://tirto.id/insider/tentang-kami> diakses pada 2 Desember 2021

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum* dalam database peraturan diakses <https://ngada.org/uu7-2017bt.html> pada 30 Maret 2021 pukul 21.18 WIB.

### 3. WAWANCARA NARASUMBER

Lalu Rahadian, reporter tirto.id, wawancara pribadi, Direct Message Instagram, 29 November 2021.

Adi Briantika, reporter tirto.id, wawancara pribadi melalui Gmail tanggal 2 Desember 2021.

Ronggo Astungkoro, Reporter Republika.co.id, wawancara pribadi di Instagram pada 5 Desember 2021.

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



# Berita Republika, 14 September 2018

Perbedaan Mencolok Laporan Awal Dana Kampanye Pilpres

Senin 24 Sep 2018 06:31 WIB

Red: Antri Saubani

REPUBLIKA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN AMALJAGA  
YOGYAKARTA

NEWS

Wednesday, 26 Sabtu Akhta 1443 / 01 Desember 2021

HOME POLITIK HUKUM PENDIDIKAN NEWS ANALYSIS UMM UBSI TELUK HIGHLIGHT INDONESIA BERDEKA CEK VIRAL NEWS STORY

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA— Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menerima laporan awal dana kampanye dari para peserta pemilu legislatif dan pemilu presiden sebelum batas akhir pada Ahad (23) pukul 18.00 WIB. Dari laporan dana kampanye awal yang diterima KPU, ada perbedaan yang mencolok dari dua peserta pilpres.

Dalam laporannya ke KPU, dana kampanye awal pasangan capres-cawapres Joko Widodo (Jokowi)-Ma'arif Aminudin (Ma'arif) sebesar Rp 11 miliar. Sedangkan pasangan Prabowo-Sandaga sebesar Rp 2 miliar.

Pemilihan tim bendahara Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'arif, Syaiful, di Gedung KPU Jakarta. Ahad mengatakan, dana awal tersebut terdiri atas uang tunai sebesar Rp 85 miliar dan jasa senilai Rp 2,5 miliar. Dia mengaku dana tersebut akan diimpok sejak 23 September 2018 dan berdasar dari pembagian perorangan serta beberapa perusahaan.

"Ada empat perusahaan. Malam-malam perusahaannya. Ada yang bergereki di bidang investasi, ada juga yang berasal dari perusahaan teknologi," tutur Syaiful.

Pihak TKN Jokowi-Ma'arif mengaku masih akan menyetor besarnya dana yang dibutuhkan untuk kampanye hingga April 2019. Sehingga, ia enggan mengaitkan target dana kampanye yang diumumkan.

Sementara, capres Prabowo- Sandaga mengaku dana kampanye awal berasal dari capres Prabowo sebesar Rp 1 miliar dan dirinya Rp 1 miliar. "Tapi Prabowo itu mendua mengatakan pakai hemat, karena dia merasakan ongkos berpindah dan berdemokrasi sangat mahal," kata Sandaga di Gedung KPU.

Meski mengutamakan sumber daya sendiri dulu, pihaknya masih akan berusaha menggali dana dari perorangan atau perusahaan yang mau mengikuti aturan main yang ditetapkan. "Tetapi target dana untuk kampanye yang berlangsung selama tujuh bulan itu, memang masih memerlukan pengurangan untuk mencapai besaran yang diinginkan."

"Lagi dituntut untuk melek dananya. Hasil perhitungan pertama masih belum mahal. Saya tidak mau berpeleus," ujar Sandaga.

Baca juga:

- [Tito: Pukul Tidak Mendukungnya Kampanye Hitam](#)
- [Tito: Jokowi Ma'arif yang Tawangan Soal Dana Kampanye](#)

Activate Windows  
Go to Settings to activate Windows.

# Berita Republika, 11 November 2018





# Berita Republika, 29 November 2018

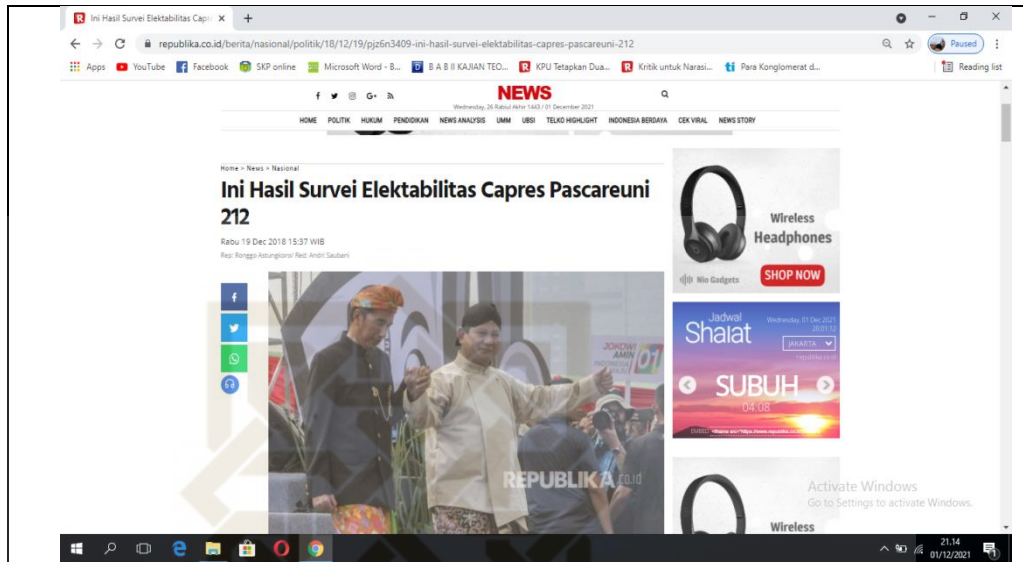




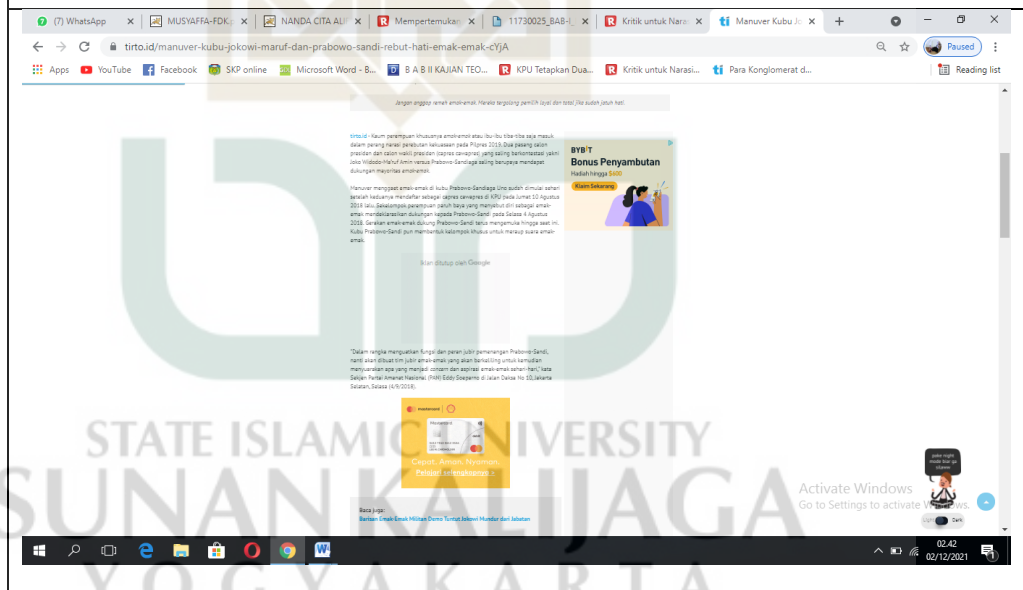
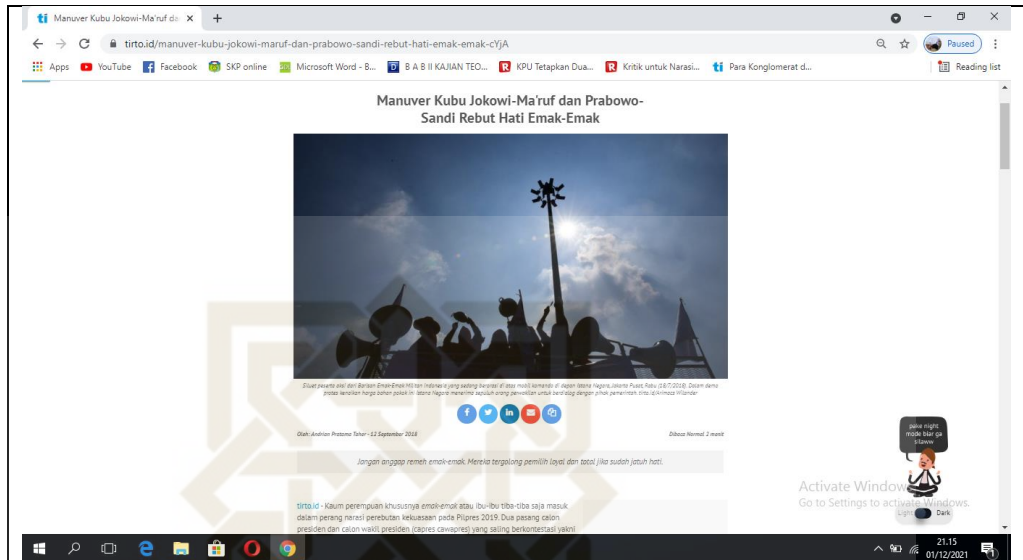
# Berita Republika, 25 Oktober 2018



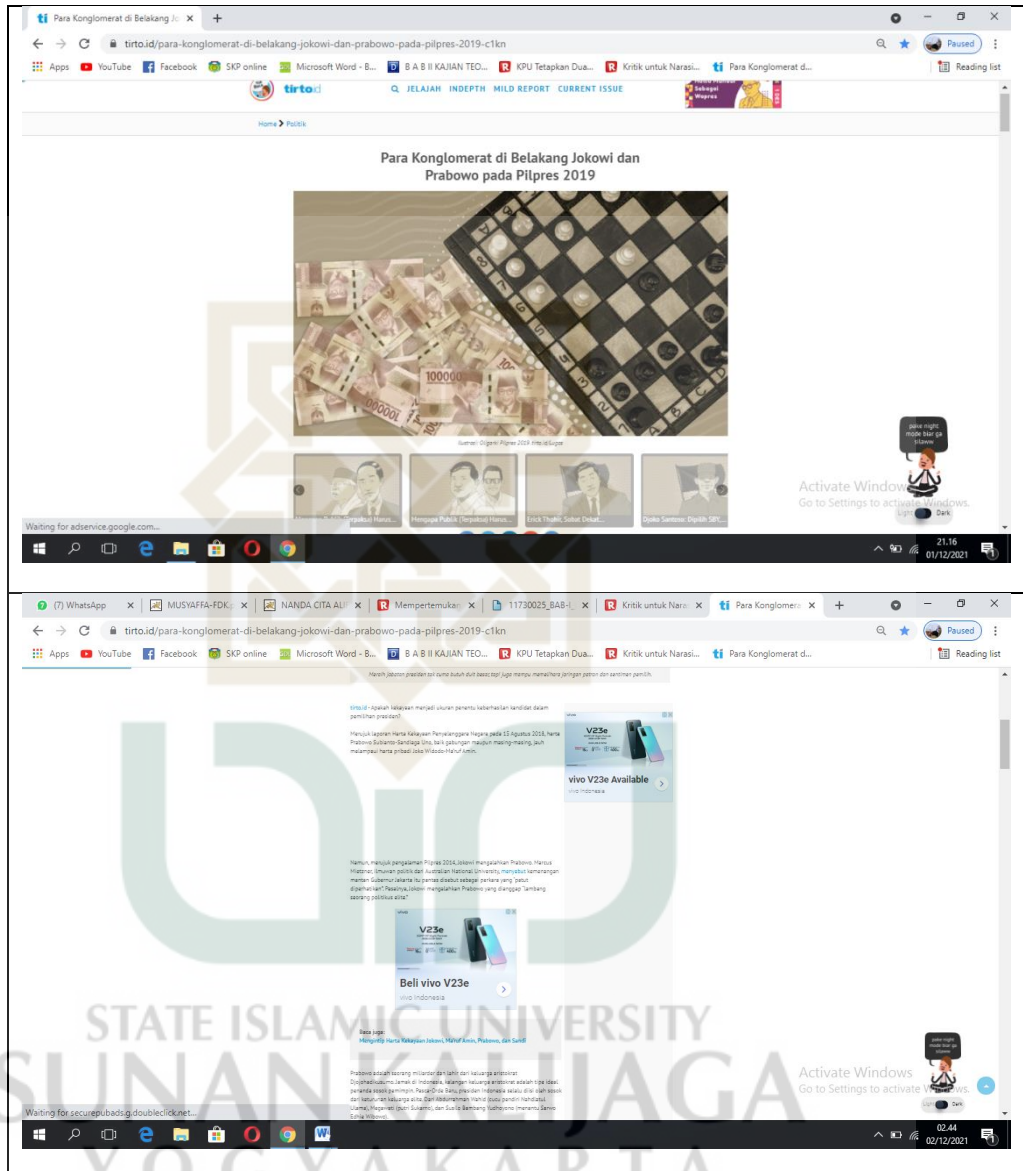
# Berita Republika, 19 Desember 2018



# Berita tirtoid, 12 September 2018



### Berita tirta.id, 20 September 2018



# Berita tirtoid, 11 Oktober 2018

The image shows a screenshot of a web browser displaying a news article from tirtoid.com. The article title is "Motif Politik Jokowi-Ma'ruf & Prabowo-Sandiaga Berebut Pesantren". The page features a photo of several men in white shirts and a large watermark for "STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN JAGA YOGYAKARTA". The browser's taskbar shows various open applications and the system clock displays 02:46 on 02/12/2021.

**Motif Politik Jokowi-Ma'ruf & Prabowo-Sandiaga Berebut Pesantren**

Dalam sebuah pertemuan...  
GIAH Lela Bahidien - 11 Oktober 2018  
Dibaca Normal 2 menit

Keterampilan esensi yang terdapat pada pesantren politik hingga dianggap akan mempengaruhi akan sandiaga Pemilu 2019.

**WZ3e**  
Bell Vivo WZ3e  
Vivo Indonesia Buka >

**WZ3e**  
Bell Vivo WZ3e  
Bell Vivo WZ3e  
Flash 32GB 512Kbps  
Rp499.000

Kunjungan Ma'ruf ke pesantren kelas dilakukan dengan pola atau sistem yang berbeda, dan diharapkan hal yang sama. Cara yang juga sangat digunakan pesantren Prabowo dan Sandiaga sama halnya dengan pesantren.

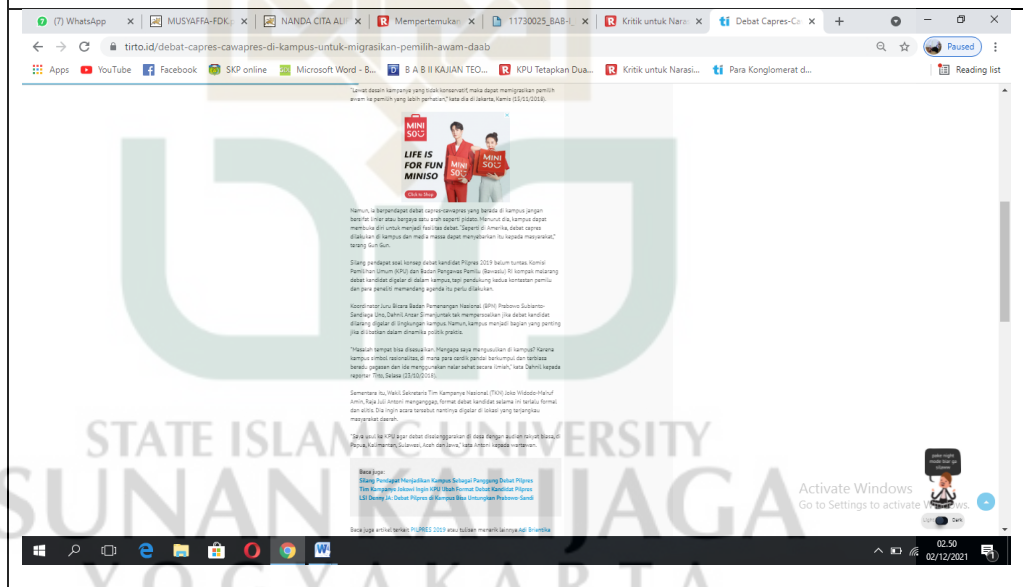
**Belanja**  
Membantu Jokowi & Prabowo Libatkan Para Ulama untuk Berubah Keras?

Prabowo dan Sandiaga tercatat sudah 12 kali berkunjung ke sejumlah pesantren. Prabowo mengunjungi 8 pesantren dan dua 5 lembaga pendidikan selama yang sangat berpengaruh Sandiaga.

Pesantren-pesantren yang sudah dikunjungi Ma'ruf dan Prabowo dan Sandiaga hingga kini tercatat di Pulau Jawa, mulai dari Provinsi Jawa Barat hingga Jawa Timur.

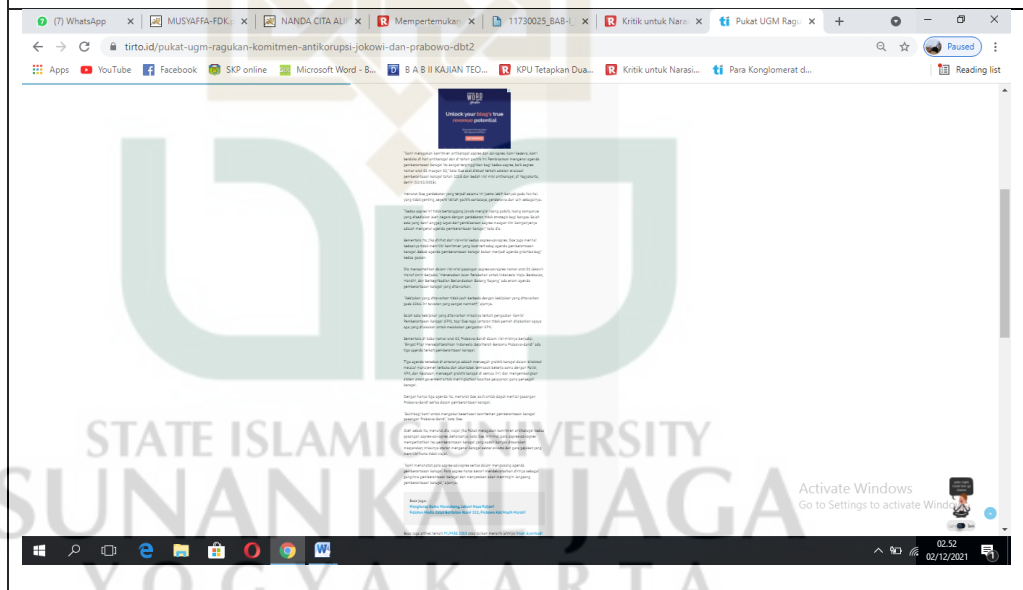
https://adsetting.google.com/why?hsid=9source=display&reasons=AWZM0lyWgyzmWCTVjR2VwvdwSPjAADgWpqtLdM7mNLQhX0G6HDQbblu2NhgjxVUTA18FnL3cRNk06KWN6HFMVgn9ghl0WmwwJf5Wb4yR2LqE-0levDiWIPSNy6ecCmNZ...

# Berita tirta.id, 15 November 2018





### Berita tirtoid, 10 Desember 2018







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230  
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

Nomor: B-09/Un.02/S2KPI/05/2021  
Hal : Penetapan Pembimbing Tesis

Yogyakarta, 21 Mei 2021

Kepada Yth.  
Dr. HamdanDaulay, MA.,M.Si  
di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Untuk membantu dan mengarahkan penulisan tesis atas nama Saudara :

Nama : SintaKartikasari  
N I M : 19202012018  
Fak./Program : DakwahdanKomunikasi/Magister Komunikasi dan Penyiaran  
Studi : Islam UIN SunanKalijaga Yogyakarta  
Semester : III (Tiga)  
JudulTesis : KONSTRUKSI PEMBERITAAN CAPRES-CAWAPRES  
PADA PILPRES 2019 (Framing Berita di Republika.co.id dan  
Tirto.co.id September 2018- Desember 2018)

Ketua Program Studi menetapkan Bapak/Ibu sebagai Pembimbing untuk penulisan tesis dimaksud. Terlampir bersama ini kami kirimkan proposal tesis.

Demikian, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

a.n. Dekan  
Ketua Program Studi,

  
HamdanDaulay

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi (sebagai laporan);
2. Sdr. SintaKartikasari (Mahasiswa yang bersangkutan)
3. Arsip.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281  
 Telepon (0274) 589621. Faksimili (0274) 586117  
 Website : <http://dakwah.uin-suka.ac.id>

Nomor : B-1618.2/Un.02/TD/PP.05.3/10/2021  
 Sifat : Penting  
 Lamp. : -  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian Tugas Akhir

Kepada:

Yth. Pimpinan Media Online Republika.co.id Republika.co.id  
 di Warung Buncit 37, Jakarta, 12540.

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan naskah Tugas Akhir yang berjudul "*Konstruksi Pemberitaan Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 (Framing Berita di Republika.co.id dan Tirto.id September 2018-Desember 2018)*", kami mengharap Bapak/Ibu berkenan memberi izin kepada mahasiswa berikut :

Nama : SINTA KARTIKASARI  
 NIM : 19202012018  
 Semester : 4  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
 Jenjang : Magister  
 Alamat : Bogo Rejo RT. 001 Tebing Tinggi  
 Kontak : 085170333106

untuk melakukan **penelitian** di instansi yang Bapak/Ibu pimpin dengan metode penelitian **Pengumpulan data dan dianalisis menggunakan analisis framing dan wawancara** yang dijadwalkan pada tanggal **26 Oktober 2021 s.d. 27 November 2021**.

Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Tugas Akhir
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*



Sleman  
 27 Oktober 2021  
 a.n. Dekan  
 Kepala Bagian Tata Usaha  
 Dra Retty Trihadiati  
 SIGNED

Valid ID: 6178dc9a6f924p



6178dc9a6f924p

Diterbitkan melalui Sistem Informasi Surat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
 Untuk membuktikan keaslian surat, silakan pindai QR-Code yang tertera dalam surat

1/1



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
 Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281  
 Telepon (0274) 589621, Faksimili (0274) 586117  
 Website : <http://dakwah.uin-suka.ac.id>

Nomor : B-1618.2/Un.02/TD/PP.05.3/10/2021  
 Sifat : Penting  
 Lamp. : -  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian Tugas Akhir

Kepada:  
 Yth. Pimpinan Media Online [Republika.co.id](http://Republika.co.id) [Republika.co.id](http://Republika.co.id)  
 di Warung Buncit 37, Jakarta, 12540.

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan naskah Tugas Akhir yang berjudul "*Konstruksi Pemberitaan Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 (Framing Berita di [Republika.co.id](http://Republika.co.id) dan [Tirto.id](http://Tirto.id) September 2018-Desember 2018)*", kami mengharap Bapak/Ibu berkenan memberi izin kepada mahasiswa berikut :

Nama : SINTA KARTIKASARI  
 NIM : 19202012018  
 Semester : 4  
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
 Jenjang : Magister  
 Alamat : Bogo Rejo RT. 001 Tebing Tinggi  
 Kontak : 085170333106

untuk melakukan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin dengan metode penelitian **Pengumpulan data dan dianalisis menggunakan analisis framing dan wawancara** yang dijadwalkan pada tanggal **26 Oktober 2021 s.d. 27 November 2021**.

Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Tugas Akhir
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*



Sleman  
 27 Oktober 2021  
 a.n. Dekan  
 Kepala Bagian Tata Usaha  
 Dra Retty Trihadianti  
 SIGNED

Valid ID:6178dc9a6f924p



6178dc9a6f924p

Diterbitkan melalui Sistem Informasi Surat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 1/1  
 Untuk membuktikan keaslian surat, silakan pindai QR-Code yang tertera dalam surat

## PERTANYAAN:

1. Bagaimana skema , tahapan/ proses naiknya berita di republika.co.id?
2. Pentingkah unsur 5W+1H dalam pemberitaan Republika.co.id?
3. Bagaimana pemilihan narasumber dalam berita Pilpres 2019?
4. Apakah Republika.co.id dalam pemberitaan Pilpres ini moderat?
5. Apakah unsur retorik (gambar, tabel, grafik,foto ) ditekankan dalam pemberitaan? seperti dalam berita "Ini hasil survei Elektabilitas Capres Pascareuni 212".
6. Bagaimana kebijakan redaksi terhadap pemberitaan?
7. Bagaimana komitmen dan Representasi media bernuansa Islam dalam pemberitaan Pilpres 2019?
8. Apakah makna moderat untuk media Republika.co.id?

## PERTANYAAN:

1. Bagaimana skema , tahapan/ proses naiknya berita di tirto.id?
2. Pentingkah unsur 5W+1H dalam pemberitaan tirto.id?
3. Bagaimana pemilihan narasumber dalam berita Pilpres 2019?
4. Apakah Republika.co.id dalam pemberitaan Pilpres ini moderat?
5. Apakah unsur retorik (gambar, tabel, grafik,foto ) ditekankan dalam pemberitaan?
6. Bagaimana kebijakan redaksi terhadap pemberitaan?