

Kepemilikan media dan rivalitas politik analisis framing pemberitaan koran sindo tentang Jokowi dan Media Indonesia tentang Prabowo pada masa kampanye pemilihan presiden dan Wakil Presiden 2014 = Media ownership and political rivalry news analysis of framing sindo about Jokowi and media indonesia about Prabowo during presidential election campaign in 2014

Ratih S. Puspita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20414301&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemilu Presiden 2014 lalu menjadi demonstrasi kekuatan media dalam mempengaruhi pilihan politik masyarakat. Isu yang mengemuka ialah hilangnya independensi ruang redaksi yang diduga karena faktor pemilik media yang berafiliasi dengan kelompok politik tertentu atau bahkan aktif dalam percaturan politik Indonesia. Penelitian ini ingin melihat bagaimana kepentingan pemilik media yang mendukung kandidat tercermin dalam pembedaan berita.

Bedanya, sudut pandangnya dibalik, bukan pemberitaan calon yang didukung tetapi bagaimana media memberitakan kandidat lawan. Untuk mendapatkan gambaran tersebut, peneliti mengambil objek penelitian pemberitaan Koran Sindo yang dimiliki oleh Hari Tanoesoedibjo yang mendukung pasangan Prabowo-Hatta pada pasangan Jokowi-JK. Serta pemberitaan harian Media Indonesia yang dimiliki Surya Paloh di Kubu Jokowi-JK, pada pasangan Prabowo-Hatta.

Penelitian ini menggunakan perangkat-perangkat framing analisis oleh Gamson-Modigliani. Akan dilihat apakah media massa membuat simplifikasi berita dari para pasangan kandidat. Apakah media massa memberikan prioritas/ranking tertentu pada salah satu pasangan kandidat, dan juga apakah media massa membentuk struktur tertentu dalam berbagai isu yang berkembang selama masa kampanye para pasangan kandidat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media itu memiliki agenda tersendiri untuk memengaruhi khalayak dalam memandang calon presiden. Dalam konteks konseptual penelitian ini seakan membuktikan bahwa isi media bukanlah sebuah cermin dari realitas yang sebenarnya, tetapi isi media dibentuk oleh berbagai faktor yang menghasilkan berbagai versi yang berbeda dari realitas.

.....

Presidential election in 2014 become media power to influence political community. Issues were discussed is the loss of independence of space editor who allegedly because factors media owners who is affiliated with certain political group or even active in the political map of Indonesia. This study want to see how the interests of the owner of the media that supports candidates reflected in the news framing.

The difference is look at it behind angles, not the news of a candidate who supported, but how media candidates opposed to preaching. To get the picture, i took the object of research which is owned by Hari Tanoesoedibjo (Sindo) that supports the couple Prabowo-Hatta to couple Jokowi-Jusuf Kalla. And the Media Indonesia owned Surya Paloh who support Jokowi-JK to the couple Prabowo-Hatta.

This study using devices out there framing analysis by Gamson-Modigliani. Would be seen whether the mass media made simplify news from the candidate. Whether mass media give priority ranking at any one candidate, and also whether the mass media form a definite structure in various issues that develops during

the campaign of candidates.

This research shows that the media has its own agenda to affect others to the presidential candidates. In the context of a conceptual this research seems to prove that the contents of the media is not a mirror of reality that actually, but the contents of the media formed by various factors that produce a variety of a different version of reality.