

Keberpihakan media massa dalam pemberitaan tentang partai politik pada kampanye pemilu 2004 : suatu analisa framing pada surat kabar nasional (Republika, Kompas, dan Media Indonesia)

Aristy Maydini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=81407&lokasi=lokal>

Abstrak

Sampai saat ini, tidak ada media massa yang dapat disebut netral. Kenyataannya, sebagai sebuah industri media massa memiliki misi atau kepentingan tertentu, yang terkadang kepentingan media massa bisa sejalan dengan kepentingan publik sebagai khalayak dan terkadang pula kepentingan tersebut sama sekali berbeda bahkan bertolak belakang. Banyak faktor yang mempengaruhi surat kabar nasional dalam melakukan pemberitaan, salah satu faktor yang paling dominan adalah pengaruh pasar pembaca di luar faktor ideologi politik dan pasar iklan.

Penelitian ini berangkat dari prespektif Paradigma konstruktivisme memiliki asumsi ontologis, epistemologis, aksiologis dan metodologis, yang berbeda dari paradigma lain. Secara ontologis paradigma konstruktivisme merupakan relativism. Penggunaan analisis wacana dalam konteks paradigma konstruktivis dapat menggunakan analisis framing. Penelitian tentang wacana isu politik pada kampanye pemilu 2004 ini menggunakan paradigma konstruktivis karena wacana isu-isu politik merupakan proses framing dari sejumlah isu yang diangkat oleh media massa. Wacana isu-isu politik yang diangkat oleh masing-masing media berperan dalam memainkan debat publik.

Berdasarkan pada pengemasan pemberitaan baik secara tekstual maupun analisis framing terlihat bahwa pada kenyataannya hampir semua surat kabar (Kompas, Media Indonesia, Republika) memiliki agenda media masing-masing. Dalam pemberitaan partai politik dalam kampanye pemilu 2004 ini, Kompas lebih bersifat netral dalam penyajian berita-berita yang ditampilkan terhadap porsi parpol. Akan tetapi Kompas secara halus melakukan kritik terhadap peran parpol yang dianggap harus lebih bersikap etik. Pemberitaan yang dibuat juga cukup seimbang antara berita hard news dan follow up new, juga antara berita yang actual dengan berita yang tematik.

Pada Media Indonesia terlihat sedikit keberpihakan pada partai politik tertentu, mengingat secara organisasi Media Indonesia dimiliki oleh Surya Paloh yang pada waktu itu mengikuti Konvensi Partai Golkar dalam kerangka bursa calon presiden. Karena itu, tidak heran apabila beberapa berita yang dimunculkan menampakkan hal tersebut.

Demikian pula pada Republika, surat kabar ini dalam beberapa penggal beritanya sempat tampak bahwa kalau Koran ini mendiskreditkan salah satu partai politik (Golkar). Namun, dari sudut penyajian berita, berita yang disajikan lebih bersifat menonjolkan upaya perbaikan atas seluruh parpol yang ikut dalam pemilu 2004. Meskipun berita yang disajikan tetap menjaga kaidah dan aturan yang berlaku dalam dunia jurnalistik.

Berdasarkan gambaran di atas sebenarnya kerangka yang dibangun oleh ketiga surat kabar nasional tersebut

dalam pemberitaan partai politik lebih mebekankan pada dua isyu utama. Yaitu isyu tentang peran partai politik dan pemilu 2004, Berta persoalan kampanye pemilu 2004 yang di dalamnya sudah pasti melibatkan partai politik. Dua buah isyu utama ini digambarkan dalam pemberitaannya dengan secara utuh tentunya dengan gaya penulisan yang menjadi ciri dari masing-masing surat kabar. Paling tidak gambaran yang dapat dijelaskan adalah bahwa surat kabar ini mempunyai agenda sendiri yang dalam arti tertentu berbeda dengan agenda yang diinginkan oleh khalayak. Kewajiban khalayak adalah membaca teks media dengan cerdas sehingga mampu menangkap makna yang terkandung di balik sebuah berita.