

**REFLEKSI IDEOLOGI MEDIA PADA PEMBERITAAN SATU TAHUN
KINERJA PEMERINTAHAN JOKOWI-JK
(Framing di Media *Online* *Metrotvnews.com* dan *Viva.co.id*)**

Emma Kusuma, S.Sos.,M.I.Kom

Abstract

The purpose of this study was to examine the ideological reflection of the news media in one year Jokowi-JK government's performance in the online media *Metrotvnews.com* and *Viva.co.id*. **Methods:** This study used a model framing Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki. **Results:** Reflections Media coverage online *Metrotvnews.com* based, syntax, script, thematic and rhetorical appears the support of the editorial team. Meanwhile, the online media *Viva.co.id* when viewed from the syntax, script, thematic, look no support from the editorial team. Reflection Media coverage online This is *Metrotvnews.com* owner Surya Paloh online support Jokowi-JK. Media *Viva.co.id* by owners Abu Rizal Bakrie not support Jokowi-JK. **Research Conclusions:** Through text made *Metrotvnews.com* and *Viva.co.id*, the reader was led to understand the reality that has been framed by the media. Understood the reality of reality formed depending on the media. Readers have been trapped by the media construction patterns, in addition to informing something, both online media also explain something through stories that are presented to readers.

PENDAHULUAN

Berita mengenai kinerja satu tahun kinerja Joko Widodo dan Jusuf Kalla (Jokowi-JK), selain untuk menyampaikan informasi yang bermakna persuasif untuk menjelaskan objek berita tersebut dari berbagai aspek. Dalam bahasa modern berita juga diharapkan bisa menjadi “alat” untuk mengubah sikap dan perilaku dan bila berhasil berita dapat berfungsi sebagai “*agent of change*”. (Rahmadi dalam Syaiful, 2006).

Berita yang disampaikan media disesuaikan dengan ideologi media masing-masing. Hal ini akan sangat membahayakan rasa persatuan dan kesatuan bangsa, karena media yang mempunyai kemampuan besar dan kekuatan besar untuk mempengaruhi

masyarakat seharusnya bersikap netral di dalam pemberitaannya. Namun karena pengaruh konspirasi politik akhirnya dipengaruhi oleh ideologi media yang lebih besar dalam menyajikan pemberitaannya. Perkembangan saat ini, penyajian berita disesuaikan ideologi media dari masing-masing media.

Ideologi media mengandung pengertian ideologi yang dimiliki oleh media sebagai sebuah institusi atau yang menjadi landasan hidup media. Konsep ideologi dapat dibagi menjadi tiga kategori menurut pandangan para pemikir non-Marxis, Marxis dan neo Marxis. (Rusadi, 2015).

Dua media *online* yaitu *metrotvnews.com* dan *viva.co.id* memiliki konten jurnalisme yang berbeda dalam penulisannya. Penulis menduga hal ini

dipengaruhi oleh pemilik medianya. Pada media online metrotvnews.com dengan pemilik media adalah Surya Paloh sebagai Ketua Umum Nasional Demokrat (Nasdem), yang mengusung Jokowi-JK menjadi Presiden RI. Sedangkan, media online viva.co.id dengan pemilik media adalah Abu Rizal Bakrie (ARB) sebagai Ketua Partai Golongan Karya (Golkar), mengusung Prabowo-Hatta Rajasa menjadi Presiden RI, saat Pemilihan Presiden (Pilpres) 20 Oktober 2014.

Isi berita yang disajikan pihak redaksi merupakan refleksi baik dari media metrotvnews.com dan viva.co.id. Media yang merefleksikan berita sesuai dengan kepentingan pemiliknya pun tidak lepas dari ketiga ideologi media tersebut.

Ideologi merupakan representasi dari proses pengalaman individu atau golongan atau kelompok atau organisasi sampai eksis. Dari ketiga ideologi tersebut, peneliti akan melihat struktur mana yang terbangun dalam media online Metrotvnews.com dan Viva.co.id.

Peneliti menemukan fakta-fakta bahwa media partisan ini memanfaatkan isu-isu tertentu. Pemberitaan yang awalnya netral, mulai cenderung memihak dan memberikan dukungan disebabkan memiliki kepentingan terhadap pemerintah atau siapa pun. Antusiasme partisipasi dan perhatian masyarakat yang sangat tinggi, sehingga dimanfaatkan oleh media online untuk menarik sebanyak-banyaknya pembaca yang mengunduh berita tersebut dengan memberitakan berita-berita yang menarik rasa ingin tahu masyarakat terhadap pemerintahan Jokowi-JK. Karena tolak ukur keberhasilan sebuah media online adalah ketika jumlah pengunduh beritanya tinggi.

Dua media online ini membingkai berita sesuai pandangan pihak redaksi masing-masing saat menangkap dan mengembangkan isu. Namun, tak lepas dari peran dan tugas wartawan dalam mencari,

menulis, menyusun serta menyajikan fakta berita.

Penelitian dilakukan di dua media online, yaitu metrotvnews.com dan viva.co.id mengenai satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK. Fokus penelitian pada dua media online tersebut karena berdasarkan pengamatan peneliti, kedua media online tersebut telah membuat konstruksi realitas mengenai pemberitaan satu tahun pemerintahan Jokowi-JK melalui teks maupun foto yang dimuat dalam pemberitaan di medianya. Selengkapnya, penulis akan mengkaji bagaimana media online Metrotvnews.com dan Viva.co.id merefleksikan pemberitaan terkait satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK.

Masalah Pokok

1. Bagaimana redaksi metrotvnews.com dan viva.co.id memandang kinerja satu tahun pemerintahan Jokowi-JK?
2. Bagaimana refleksi ideologi media pada pemberitaan kinerja satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK di metrotvnews.com dan viva.co.id?

Strategi Pengembangan Media

Nuriyati, (2014), mengenai Strategi Pengembangan Media: Antara Bisnis dan Ideologi. Peneliti memilih dua media yang berada di bawah manajemen group yaitu Media Indonesia dan Metro TV. Hasilnya, kebijakan Media Group untuk model operasional Media Indonesia dan Metro TV, melahirkan model 'konvergensi unik, yaitu membuat integrasi acara antara Media Indonesia yang analog dan Metro TV yang digital. Selain itu, melakukan "“ dan "perputaran" karyawan di lingkup Media Indonesia dan Metro TV sehingga mendapatkan keuntungan ekonomi, institusi media juga mendidik para karyawan kedua

institusi agar bisa menguasai dan memiliki keterampilan ganda. Pertukaran.

Choirul Mahfud (2014), meneliti mengenai Ideologi Media Islam Indonesia dalam agenda dakwah: antara Jurnalisme profetik dan Jurnalisme provokatif. Hasilnya, Jurnalisme profetik merupakan jurnalisme kenabian yang mementingkan penyebaran informasi dan berita dengan penggunaan bahasa yang ramah, santun, damai, menyejukkan dan dialogis.

Rosniar, Andi dan Nasrulloh (2012) mengenai ideologi dan hegemoni media cetak melalui editorial pada Harian Media Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu politik menjadi preferensi Media Indonesia dalam sajian editorialsnya yaitu 86 editorial dengan persentase tertinggi 71,07%. Kecenderungan redaksional editorial Harian Media Indonesia yang kritis, pro rakyat dan tidak segan-segan memperlihatkan sikap anti pemerintah telah menjalankan hegemoninya berdasarkan ideologi yang dianut. Namun pada isu tertentu menyatakan sikap mendukung kebijakan pemerintah dengan indikasi kepentingan politik media bersangkutan.

Media Massa

Media massa merupakan alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat dalam skala yang sangat luas.

Media terbagi dalam tiga kategori yaitu; 1. Media cetak yang terdiri atas surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid majalah, buletin/jurnal dan sebagainya, 2. Media elektronik, bulletin/jurnal dan sebagainya, 3. Media online, yaitu media internet, seperti *website*, *blog* dan lain-lain. (Yunus 2010).

Perkembangan pers dan media massa di Indonesia telah menunjukkan kecenderungan yang pesat, baik media cetak, media elektronik dan *online*. Saat ini dengan semakin terbukanya dunia pers,

masyarakat semakin dimudahkan dalam memperoleh informasi dalam mengakses berita melalui media cetak, elektronik dan online.

Ideologi Media

Ideologi secara sederhana adalah pemikiran atau ide yang secara sadar atau tidak sadar dengan harapan mencapai satu tujuan yang sama. Dalam kehidupan sehari-hari cerminan ideologi terlihat dalam kelompok masyarakat dan lembaga. Misalnya, partai politik yang memiliki ideologinya berbeda sehingga mencerminkan nilai dasar yang dianut partai misalnya, ideologi nasional, Islam, demokrasi, kerakyatan, dan lain-lain, (Rusadi 2015).

Fungsi pertama ideologi dalam media adalah sebagai mekanisme integrasi sosial. Media berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok sosial untuk dijalankan. Untuk mengintegrasikan masyarakat dalam tata nilai dan perjuangan yang sama, pandangan atau nilai harus didefinisikan sehingga keberadaannya diterimanya dan diyakini kebenarannya oleh masyarakat. (Eriyanto 2002).

Ideologi media dibagi menjadi tiga pemikiran yaitu Marxis, Non-Marxis, dan Neo-Marxis. Pemikiran Marxis, melihat dari media lebih didominasi oleh faktor ekonomi, politik, sosial, budaya, ideologi, kesadaran palsu, dan kelas sosial. Pemikiran Non-Marxis, tidak mengutamakan faktor ekonomi artinya murni hanya terkait dalam politik dan kekuasaan dan dapat dilihat dari teori normatif tentang media. Sedangkan, pemikiran Neo-Marxis, juga tidak mengutamakan faktor ekonomi namun ditentukan dari proses pengalaman.

Dasar pemikiran kaum marxisme yang lebih diutamakan adalah faktor ekonomi sebagai penentu atas segalanya.

Apapun bisa tercapai, asal ekonominya kuat. Hal ini dikarenakan perekonomian adalah tempat eksploitasi dan perbedaan kelas. Kelas-kelas yang dimaksud adalah kelas borjuis dan kelas proletar (Jackson & Sorensen 1999).

Menolak pandangan faktor ekonomi yang menentukan ideologi, politik dan budaya. Posisi superstruktur relative otonom terhadap base (ekonomi) dan diantara keduanya memiliki hubungan terhadap timbal balik. Serta, memandang bahwa media merupakan ruang publik yang pluralistik tempat banyak orang dan kelompok berpartisipasi. (Althusser 1984).

Pemberitaan yang disajikan media *onlinemetrotvnews.com* dan *viva.co.id* apakah lebih mengutamakan kepentingan organisasi dalam hal ini mengutamakan fakta yang ada di lapangan yang dikelola sepenuhnya oleh tim redaksi. Atau, mengutamakan kepentingan pemilik media.

Teori Media dan Masyarakat

Karakteristik media massa saat ini memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer saat ini.

Peran media bisa dilihat dari berbagai sisi. Dari segi budaya, media menjadi acuan untuk memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa sebagai hiburan. Dalam ekonomi, peran media massa meningkatkan pertumbuhan industri media, diversifikasi media massa dan konsolidasi kekuatan di masyarakat.

Media merupakan lembaga sosial yang terpisah namun berada dalam masyarakat. Media memiliki aturan-aturan dan tindakannya sendiri, namun demikian media massa harus memiliki definisi atau batasan (ruang lingkup) yang jelas terhadap masyarakat yang lebih luas. (Morissa, 2014).

Masyarakat dan budaya merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Pada kenyataannya dalam teori media berhubungan antara masyarakat dan budaya. Komunikasi massa dapat ditentukan sebagai fenomena “sosial” maupun “kultural.” “Institusi media massa merupakan bagian dari struktur masyarakat dan infrastruktur teknologinya merupakan bagian dari ekonomi dan dasar kekuatan dimana ide dan informasi yang disebar oleh media dengan jelas merupakan aspek-aspek penting dari kultur atau kebudayaan.” (McQuail, 2012:86).

Antara struktur sosial dan budaya saling mempengaruhi dapat diuraikan bahwa jika menganggap media massa sebagai aspek dalam masyarakat maka pilihannya adalah *:materialis*. Memandang dari segi *idealisme* maka media dalam hal ini adalah kontennya yang membawa ide, norma dan perilaku. Untuk saling *ketergantungan* berarti memandang media massa dan masyarakat secara terus-menerus berinteraksi dan memengaruhi satu sama lain dengan menciptakan informasi dan hiburan. Terakhir, *otonomi*, maksudnya antara masyarakat dan media massa bisa melakukan segalanya secara mandiri. Dalam perkembangannya, struktur sosial dan budaya saling mempengaruhi ini cenderung tidak tampak bila dipandang dalam segi *idealisme dan otonomi*. (McQuail, 2012).

Media Online

Media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet, juga sebagai keadaan konektivitas (ketersinambungan) mengacu kepada internet atau *www*).

Website dikatakan sebagai media baru, begitu pula fitur dan karakteristik dari jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* merupakan tipe baru jurnalistik karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik yang berbeda dari jurnalistik tradisional.

Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan yang tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan beritanya. Menyebut tipe baru jurnalistik ini sebagai “*contextualized journalism*”, karena mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik: kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas interaktif komunikasi-komunikasi *online* dan fitur-fitur yang ditatanya (*customizable features*). (Santana, 2005 mengutip Pavlik, 2001).

Beberapa kekuatan atau potensi jurnalistik *online* sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat, antara lain: pertama, *audience* bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya (*audience control*). Kedua, setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (*nonlienarity*). Ketiga, berita *storage and retrieval*. Keempat, jumlah berita yang disampaikan menjadi jauh lebih tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (lengkap (*unlimited space*). Kelima, informasi dapat disampaikan secara cepat dan kepada masyarakat (*immediacy*). Keenam, redaksi bisa menyertakan teks, suara, gambar animasi, foto, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (*multimedia capability*). Ketujuh, memungkinkan adanya interaksi (*interactivity*). (Widodo, 2010).

Penelitian ini difokuskan kepada dua media *online* yaitu, *metrotvnews.com* dan *viva.co.id*, dimana *websitetersebut* dimiliki oleh kelompok kepentingan politik. Media *online* *metrotvnews.com* pemiliknya Surya Paloh ketua umum Partai Nasdem dan *viva.co.id* pemiliknya adalah, A. Ardiansyah Bakrie, putra Abu Rizal Bakrie yang juga ketua umum Partai Golkar.

Berita

Berita adalah apa saja yang ingin diketahui oleh pembaca, apa saja yang terjadi dan menarik perhatian orang, apa saja yang menjadi buah percakapan orang, semakin menjadi buah tutur orang banyak, semakin besar nilai beritanya, asalkan tidak melanggar ketertiban perasaan dan undang-undang penghinaan. (Yunus mengutip pernyataan Lubis, 2009).

Setiap media memiliki berbeda dengan media lainnya. Namun, untuk memperluas wawasan serta mempertajam isi berita yang akan ditampilkan harus memasukkan unsur yang terpenting yaitu; periodesitas, publisitas, aktualitas, universalitas dan objektifitas. (Sumadiria, 2005).

Berita yang disampaikan kepada pembaca beraneka peristiwa yang ditulis dengan tujuan memikat dan mampu membangkitkan rasa ingin tahu pembacanya. Berita yang diperoleh dari lapangan secara lengkap sesuai dengan fakta yang merupakan jawaban enam pokok jurnalistik (5W+1H), yaitu: *What, Who, Where, When, Why* dan *How*. (Kovach dan Resenstiel, 2012).

Berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka (*outdoor news*) atau tempat tertutup (*indoor news*). Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak terduga. Selibhnya, berita juga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam, yaitu; berita pernyataan pendapat, ide atau gagasan (*talking news*), berita ekonomi (*economic news*), berita politik (*political news*), berita sosial kemasyarakatan (*social news*), berita pendidikan (*education news*), berita hukum dan keadilan (*law and justice news*), dan sebagainya. (Sumadiria mengutip Suryawati, 2011).

Isi sebuah berita terkadang dimaknai secara berbeda oleh pembacanya, berita yang sama namun karena konstruksi yang berbeda dari masing-masing media kerap menimbulkan opini yang berbeda pula dalam masyarakat, dan hal tersebut salah satunya disebabkan oleh kekuatan bahasa (teks) yang digunakan media dalam menjelaskan sebuah peristiwa.

Framing

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita dari suatu peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah

menyentuh dan diingat khalayak. (Soesilo dan Wasburn dalam Eriyanto, 2011)

Model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* 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." Alasan pemilihan model ini, karena Pan dan Kosicki memiliki empat struktur perangkat analisis framing yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. (Eriyanto, 2011).

Metode analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	- Skema berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	- Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	- Detail - Koherensi - Bentuk kalimat - Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	- Leksikon - Grafis - Metafor	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: (Eriyanto 2011:295).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M (2012) untuk meneliti dan menganalisis pembingkai yang dilakukan oleh redaksi *metrotvnews.com* dan *viva.co.id* terhadap apa maksud dari isi atau pesan berita mengenai refleksi ideologi media terhadap pemberitaan satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK melalui konstruksi realitas agar menghasilkan berita yang menarik perhatian khalayak.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang dilakukan atas dasar pemberitaan yang disajikan *metrotvnews.com* dan *viva.co.id* dilihat dari teks beritanya, sebagai komunikator terlembaga, yang memproduksi berita yang dipilih tentang satu tahun kinerja pemerintahannya Jokowi-JK.

Media turut andil dalam mengkonstruksi sebuah peristiwa yang terjadi. Media bukanlah hanya saluran yang bebas, ia juga sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakkannya.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa: kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Data tersebut diambil dalam latar alamiah, artinya penelitian di dalam konteks suatu peristiwa. Dalam penelitian ini akan dilihat fenomena *mediaonline* yaitu *metrotvnews.com* dan *viva.co.id* saat mengkonstruksikan pemberitaan satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK. Dengan menggunakan pendekatan ini maka peneliti akan berusaha secara mendalam melihat bagaimana *mediaonline* tersebut menghasilkan teks berita.

Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik bidang tertentu. Peneliti dalam hal ini sudah mempunyai landasan teori yang akan digunakan. Fokus penelitian ini dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan utama peneliti yang ingin dijawab dengan mengumpulkan teks yang terkait pemberitaan tentang satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK, yang kemudian digunakan untuk mengidentifikasi, membongkar dan memahami teks berita tersebut yang diyakini merupakan hasil konstruksi redaksi dan refleksi ideologi media. Penelitian ini juga akan mengkaji bagaimana konstruksi berita dan mengidentifikasi ideologi media pada *mediaonline* tersebut.

Metode Penelitian

Analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki digunakan dalam penelitian untuk melihat dan menganalisa bagaimana kedua *mediaonline* menyajikan berita tentang ideologi media berita satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK di *metrotvnews.com* dan *viva.co.id*, kemudian mengemas dan merekonstruksi kembali sumber-sumber menjadi sebuah berita untuk memengaruhi pembacanya.

Bahan Penelitian dan Unit Analisis

Penelitian ini dilakukan pada *mediaonline* *metrotvnews.com* dan *viva.co.id*. Sedangkan yang menjadi kajian penelitian adalah berita-berita tentang satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK. Unit analisis yang penulis gunakan mengacu pada struktur sintaksis (*headline*, *lead*, latar informasi kutipan, sumber, pernyataan, penutup), skrip (5W+1H), tematik (Paragraf,

proposisi) dan retorik (kata, idiom, gambar/foto, grafik) pada beritanya.

Populasi dan Sampling

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Terpilih sebanyak 7 topik berita yang sama yaitu Ekonomi, Energi dan Sumber Daya Manusia (ESDM), Politik, Pertambangan, Pemerintahan, Pangan, dan Teknologi, masing-masing di dua media online dianalisis. Alasan penulis memilih 7 sampel topik berita yang akan diteliti dari media online Merotvnews.com dan Viva.co.id karena dianggap sudah mewakili.

Keabsahan Penelitian

Guna penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan di kemudian hari, maka peneliti melakukan pemeriksaan ulang (*Cross Check*) data yang peneliti peroleh dari satu sumber dengan sumber lainnya. Sedangkan *depth interview* nantinya akan dilakukan wawancara dengan redaktur berita kedua media online.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer adalah berupa berita-berita yang terkait dengan pemberitaan mengenai ideologi media yang ada di dua media *online*. Sementara data sekunder adalah wawancara yang dilakukan kepada dua redaksi media *online* sebagai *key informan*.

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan untuk menganalisa hasil temuan lapangan adalah teknik analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana ideologi media yang digunakan oleh redaksi media *online* metrotvnews.com dan viva.co.id dan kemudian menuliskan beritanya. Peneliti

mewawancarai redaksi dan wartawan yang membuat berita-berita satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK serta melakukan identifikasi dan membongkar analisis teks yang diambil dari pemberitaan di metrotvnews.com dan viva.co.id dengan menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

HASIL PENELITIAN

Hasil analisis terhadap 14 sampel berita dari dua media *online* ini adalah sebagai berikut :

A. Analisa pemberitaan sesuai Refleksi Ideologi Metrotvnews.com

a. Sintaksis

Tim redaksi menyusun bagian *headline*, latar informasi, sumber dan peutup dalam satu kesatuan teks beritanya secara menyeluruh. Bentuk judul yang disajikan tim redaksi tampak lebih mengutamakan pada dukungan yang di miliki media masing-masing. media online Metrotvnews.com yang diketahui pemiliknya adalah Surya Paloh mendukung Jokowi-JK.

b. Skrip

Kelengkapan unsur berita 5W + 1H yang disajikan tim redaksi media online Metrotvnews.com sudah terpenuhi. Tim redaksi menyajikan unsure **what dan who** dalam pemberitaan satu tahu kinerja Jokowi-JK. Dalam dua unsure tersebut tampak tim redaksi memberikan dukungan.

c. Tematik

Tim redaksi menyajikan berita satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK dalam beberapa topik yaitu: Ekonomi, Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), Politik, Pertambangan, Pemerintahan, Pangan, dan Teknologi.

Topik-topik tersebut disajikan dengan narasumber-narasumber sesuai dengan bidang yang dimiliki dalam pemerintahan Jokowi-JK. Hal itu tampak pada kalimat dan maksud yang disampaikan oleh narasumber tersebut yang memberikan dukungan terhadap Jokowi-JK.

d. Retoris

Tim redaksi media online Metrotvnews.com menggunakan pemilihan kata lewat bahasa, gambar maupun foto yang sesuai dengan isi berita yang disampaikan.

Ideologi media yang dimiliki media online Metrotvnews.com tampak terlihat terutama untuk berita satu tahun kinerja pemerintah yang mendukung Jokowi-JK. Hal itu sesuai dengan hasil wawancara dengan Nurfajri, Wakil Pemimpin Reaksi Metrotvnews.com yang menyatakan, *“Media online Metrotvnews.com seperti diketahui pemilik media adalah Surya Paloh sebagai ketua umum Nasional Demokrat (Nasdem). Partai Nasdem adalah salah satu anggota dari Koalisi Indonesia Hebat (KIH) yang mengusung Jokowi-JK menjadi Presiden RI, saat Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014. Untuk itu dalam pemuatan berita khusus satu tahun kinerja Jokowi-JK ataupun berita terkait Jokowi-JK, tim redaksi memberikan dukungan penuh kepada kebijakan pemerintah terutama hasil kerja Jokowi-JK memberikan penilaian yang positif.”*

Pemberitaan satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK di metrotvnews.com menghasilkan pandangan bahwa terdapat kecenderungan pemberitaan yang tidak netral karena tampak mendukung pemerintahan Jokowi-JK. Adanya tekanan dari pemilik media secara tidak langsung membuat pemberitaan yang tidak netral dan tidak berimbang. Namun, redaksi Metrotvnews.com dalam membuat beritanya

tetap berusaha mengacu kepada kaidah jurnalistik.

B. Analisa pemberitaan sesuai Refleksi Ideologi Viva.co.id

Dari analisis pemberitaan satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK di media online Viva.co.id :

a. Sintaksis

Tim redaksi menyusun bagian *headline*, latar informasi, sumber dan peutup dalam satu kesatuan teks beritanya secara menyeluruh. Bentuk judul yang disajikan tim redaksi media online Viva.co.id tampak tidak memberikan dukungan. .

b. Skrip

Kelengkapan unsur berita 5W + 1H yang disajikan tim redaksi media online Viva.co.id sudah terpenuhi. Tim redaksi menyajikan unsur **what dan who** dalam pemberitaan satu tahun kinerja Jokowi-JK. Dalam dua unsur tersebut tampak tim redaksi menyajikan berita dengan tidak memberikan dukungan.

c. Tematik

Tim redaksi menyajikan berita satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK dalam beberapa topik yaitu: Ekonomi, Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), Politik, Pertambangan, Pemerintahan, Pangan, dan Teknologi. Topik-topik tersebut disajikan dengan narasumber-narasumber sesuai dengan bidang yang dimiliki dalam pemerintahan Jokowi-JK. .

d. Retoris

Tim redaksi media online Viva.co.id menggunakan pemilihan kata yang tepat lewat bahasa, gambar maupun foto yang sesuai dengan berita yang disajikannya.

Refleksi ideologi media pada pemberitaan satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK di media *online* *viva.co.id*, tim redaksinya berusaha menyajikannya dengan seimbang dan senetral mungkin meskipun diketahui bahwa pemiliknya adalah lawan politik Jokowi-JK, saat Pilpres 2014. Hal itu diungkapkan, Umi Kalsum, Redaktur Pelaksana yang mengungkapkan, “*Kita cukup sadar, orang pasti beranggapan viva.co.id ini akan memberitakan hal-hal yang negatif atau berita-berita kekurangan Jokowi dalam satu tahun awal pemerintahannya dikaitkan dengan Pilpres 2014. Cuma di redaksi viva.co.id, tidak ada arahan dari pemegang saham atau pemilik untuk mengarahkan kita dengan memberitakan yang kurang atau kelemahannya Jokowi..*”

Pemberitaan satu tahun kinerja Jokowi-JK yang tampak memberikan dukungan ada dalam judul dan isi berita sehingga menjadi daya tarik pembaca.

Persaingan berita pada pemberitaan satu tahun kinerja pemerintahan Jokowi-JK sangat tampak pada dua media *online* tersebut.

Kesimpulan

Secara keseluruhan berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki.refleksi ideologi memang tampak dalam berita yang disajikan media online *Metrotvnews.com* dan *Viva.co.id*. Hal itu terlihat dalam elemen *framing* yang disampaikan lewat teks; sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Pada media online *Metrotvnews.com*, judul teks yang disajikan tim redaksi tampak tidak netral, dengan memberikan dukungan kepada Jokowi-JK. Peristiwa dengan pernyataan dari narasumber yang mendukung pemberitaan satu tahun kinerja Jokowi-JK.

Sama halnya dengan media online *Viva.co.id*. Judul teks yang disajikan tim redaksi tampak tidak memberikan dukungan kepada Jokowi-JK. Peristiwa dengan pernyataan dari narasumber yang tidak mendukung satu tahun kinerja Jokowi-JK.

Melalui teks yang dibuat *Metrotvnews.com* dan *Viva.co.id*, pembaca digiring untuk memahami realitas yang telah dibingkai oleh media tersebut. Pemahamannya terhadap realitas tergantung pada realitas yang dibentuk media. Pembaca telah terperangkap oleh pola konstruksi media tersebut, selain menginformasikan sesuatu, kedua media online itu juga memaknakan sesuatu lewat berita-berita yang disuguhkan kepada pembacanya.

Saran :

- (1). Pemberitaan yang disajikan media online *metrotvnews.com* dan *viva.co.id* seharusnya *faktual* base dimana sebisa mungkin memuat kelengkapan beritanya.
- (2). Media online *metrotvnews.com* dan *viva.co.id* juga dituntut ketepatan melalui verifikasi.
- (3). Pengguna Media Online *Metrotvnews.com* dan *Viva.co.id* harus lebih cerdas dalam memahami isi beritanya supaya tidak terpengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- A.Foss, Karen dan Lottlejohn, W, Stephen, *Encyclopedia of Communication Theory*, A. Sage Reference Publication, 2009
- Althusser, Louis, *Tentang Ideologi: Marxisme Strukturalis, Psikoanalisis, Cultural Studies*. Terjemahan Olsy Inoli Arnov dari Essay on Ideologi Yogyakarta, 1984
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi, Teori Paradigmat dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Prenada Media Grup, Jakarta, 2014.
- Djuraid, Husnun. *Panduan Menulis Berita*. UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah, Malang, 2009
- Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, PT. Rajagrafindo Persada, 2010.
- Eriyanto, *Analisis Framing*, Yogyakarta: LKIS, 2012
- , *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta, LKIS. 2006
- Ispandriarno, Lukas, *Media dan Politik Sikap Pers terhadap Pemerintahan Koalisi di Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2014.
- Kencana, Inu, Muhammad, Syafiie, *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2011
- Kovach, Bill, dan Rosentiel, Tom, *Blur*, Dewan Pers, Jakarta, 2012
- Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, Kencana, Prenada Media Grup, Jakarta, 2014.
- Reese dan Shoemaker, *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, 1996
- Rusadi, Udi, *Kajian Media, isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*, Raja Grafindo Persada, Depok, 2015
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2012
- Quail, Mc, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Salemba Humanika, Jakarta, 2012
- Yasin, Sahar, Abdul, *Hitam Putih Wartawan Indonesia*, Amanda Pers, Jawa Timur, 2014
- Yunus, Syarifudin. *Jurnalistik Terapan*: Ghalia Indonesia, Bogor, 2010