

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada rentang 24 hingga 30 September 2019 terjadi demonstrasi besar-besaran yang dilakukan oleh mahasiswa dan berbagai elemen masyarakat di berbagai daerah untuk menuntut tidak disahkannya Revisi Undang-undang Komisi Pemberantasan Korupsi (Revisi UU KPK) oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Dilansir dari Tirto.id, di Jakarta misalnya, pada tanggal 30 September 2019 demonstrasi berlangsung ricuh di sekitar Gedung DPR-MPR hingga terjadi penangkapan pada 1.365 orang yang merupakan jumlah dari data yang didapat dari Polres dan Polda Metro Jaya. Penangkapan dilakukan karena diduga orang-orang tersebut melakukan tindakan yang melanggar hukum seperti merusak fasilitas umum, vandalisme, melukai aparat, dan lain-lain.

Dalam situasi ini, media berlomba-lomba mendapatkan informasi terkait peristiwa ini untuk kemudian disampaikan pada masyarakat melalui media luring ataupun daring miliknya. Bagi media cetak atau daring, perusahaan media berusaha mendapatkan uang dari penjualan salinannya yang dapat berupa majalah atau koran. Selain itu, pemasukan dari iklan juga menjadi salah satu opsi bagi media daring.

Di era yang hampir di setiap lini kehidupan menggunakan internet termasuk untuk keperluan mendapatkan informasi, beberapa perusahaan media juga menghadirkan halaman situsnya sendiri seperti koran Pos Kota yang memiliki halaman situs poskota.id; Koran/Majalah Tempo yang memiliki halaman situs tempo.co; dan beberapa media lainnya. Namun juga terdapat perusahaan media yang hanya memiliki luaran jurnalistik digital atau hanya diunggah di situs miliknya seperti Asumsi yang beralamat situs Asumsi.co; Tirto yang berhalaman situs Tirto.id; Viva yang beralamat situs di Viva.co.id; dan Kumparan yang beralamat situs di Kumparan.com. Bagi perusahaan media daring atau digital, perusahaan media mendapatkan uang dari jumlah kunjungan pada halaman situsnya. Maka, persaingan antar perusahaan media pun menjadi hal yang wajar di era saat ini. Salah satu strategi dalam persaingan memperebutkan pengunjung di halamannya kadang dilakukan dengan cara membuat judul berita yang *clickbait* atau memancing pembaca, yang terkadang juga melanggar aturan luaran jurnalistik dan memengaruhi kualitas luaran jurnalistiknya.

Dalam menjalankan peran dan fungsinya, media atau perusahaan media tidak hadir sebagai sesuatu yang murni memenuhi kepentingan publik dengan menyalurkan informasi yang aktual dan benar pada pembacanya, tapi hadir dalam realitas sosial yang selalu terombang-ambing dan berusaha memperebutkan posisi dalam realitas tersebut. Media dibentuk dan membentuk realitas.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Yasraf Amir Piliang. *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna*. (Yogyakarta: Aurora, 2017).

Realitas yang terdiri dari ide/ideologi atau wacana selalu diperebutkan oleh beberapa aktor sosial.<sup>2</sup> Aktor-aktor sosial tersebut berusaha mengobyekkan suatu pihak dengan maksud tertentu. Hal ini bertujuan agar seperangkat ide/ideologi atau wacana tersebut melegitimasi hal lain.<sup>3</sup> Misalnya adalah ideologi kapitalisme yang berisi seperangkat pemahaman tentang modal adalah aset utama dalam kehidupan melegitimasi strata sosial yang dibangun atas kepemilikan barang yang menguntungkan aktor sosial tertentu (pengusaha, pemodal, pemilik barang, dan lain-lain) yang berusaha memenangkan ide/ideologi tersebut.

Akibatnya, realitas tertentu yang utuh dibingkai oleh media demi memuluskan kepentingan perusahaan media tertentu. Hal ini dapat dipahami karena setiap perusahaan media punya karakteristiknya masing-masing seperti gaya bahasa, pemilihan narasumber, titik tekan, dan lain-lain. Hal ini merupakan konsep *framing*. *Framing* adalah salah satu cara bagaimana peristiwa disajikan media dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas atau peristiwa sehingga mudah diingat oleh khalayak.<sup>4</sup>

Untuk menemukan pola *framing* dalam pemberitaan, perlu memilih sebuah isu yang sama dan menemukan abstraksi bingkai dan kategorisasi dari masing-masing

---

<sup>2</sup> Theo van Leeuwen. *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. (Oxford University Press, 2008).

<sup>3</sup> Umar Fauzan, . *Analisis Wacana Kritis dari Model Fairclough Hingga Mills*. (Jurnal. Samarinda: STAIN, 2014).

<sup>4</sup> Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. (Yogyakarta: PT LKis, 2002).

media. Hal itu dikarenakan setiap media/orang akan melakukannya dengan hal yang berbeda. Menurut Edelman yang dikutip Eriyanto, kategorisasi adalah kreasi dan pembuatan kreasi kembali yang penting agar tampak wajar dan rasional atau bahkan natural/alami, sehingga terjadi perubahan pendapat atau sikap seseorang. Dalam realitas yang sama, cara bagaimana realitas tersebut dibahasakan dengan cara yang berbeda akan mempengaruhi pandangan seseorang ketika melihat dan memandang realitas.

Dalam pemberitaan demonstrasi massa pada akhir September 2019, media daring Viva.co.id menggunakan bahasa yang mudah dipahami, yang cenderung ditujukan untuk kalangan umum. Ini ditunjukkan dengan alur pemberitaannya yang tidak terlalu mengutamakan kedalaman berita dan memiliki fokus pemberitaan yang cukup melenceng dari isu utama, seperti pendapat-pendapat dari beberapa pihak yang tidak terlibat secara langsung pada suatu isu. Sedangkan, Tirto yang berkarakter lebih dalam dan pemilihan narasumber yang partisipatif dalam kejadian, cenderung memberitakan kejadian ini sebagai ‘pihak yang terlibat’ yang selanjutnya memengaruhi sudut pandang pemberitaan, seperti seputar korban luka-luka, tuntutan massa di demonstrasi ini, kekerasan oleh aparat, dan penangkapan pascakejadian.

Produk jurnalistik tersebut kemudian menarik untuk diteliti terkait cara-cara aktor dan peristiwa ditampilkan. Hal ini karena masing-masing media, penulis berita, dan selanjutnya narasumber dalam berita tersebut merangkai kata-

kata/wacananya sehingga padu dan bermakna. Unsur-unsur kebahasaan tersebut adalah hal yang menarik untuk dieksplorasi karena bukan hanya sebagai perantara gagasan dan lawan tutur, tetapi juga beroperasi dan dipilih berdasarkan alasan tertentu.

Dari uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti bagaimana penggunaan unsur-unsur kebahasaan tersebut oleh dua media tersebut yang kemudian berdampak pada sudut pandang, pelibatan aktor-aktor tertentu, penekanan fokus, dan lain-lain.

## **1.2 Fokus dan Subfokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan di atas, maka fokus penelitian ini adalah aspek-aspek kebahasaan sebagai *framing* pemberitaan demonstrasi penolakan RUU KPK pada media daring Tirto.id dan Viva.co.id.

Fokus penelitian tersebut dapat dijabarkan menjadi subfokus sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemunculan (*inclusion*) dalam berita pada dua media tersebut terkait peristiwa yang sama?
2. Bagaimana strategi pengeluan (*exclusion*) dalam berita pada dua media tersebut terkait peristiwa yang sama?

## **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang ingin diangkat oleh penulis adalah: Bagaimana aspek-aspek kebahasaan inklusi dan eksklusi sebagai *framing* pemberitaan yang dilakukan oleh Tirto.id dan Viva.co.id terkait demonstrasi penolakan RUU KPK

pada 25, 26, dan 27 September 2019 berdasarkan teori analisis wacana Van Leeuwen?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### a) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sudut pandang lain dalam memahami suatu teks tertentu, khususnya berita. Pemahaman bahwa berita merupakan suatu hasil konstruksi realitas atau pembingkaiian kenyataan, bukan keseluruhan realitas yang mutlak benar.

##### b) Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan referensi bagi ilmu sosial khususnya jurnalistik dan linguistik terkait pembingkaiian/*framing* suatu realitas tertentu dan memperkaya atau membuka peluang diterapkan di cabang ilmu-ilmu lainnya.