

ISBN: 978-602-18912-0-9

**PROCEEDING**

# **KONFERENSI NASIONAL**

**BISNIS, MEDIA DAN PERDAMAIAN:  
Mendorong Peran Bisnis dan Media  
dalam Resolusi Konflik dan Pengembangan  
Perdamaian**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Yogyakarta  
29 September 2012**



***PROCEEDING***  
**KONFERENSI NASIONAL**

**Bisnis, Media dan Perdamaian:  
Mendorong Peran Bisnis dan Media  
dalam Resolusi Konflik dan  
Pengembangan Perdamaian**

29 September 2012  
FISIP, UPN "Veteran" Yogyakarta

Diselenggarakan oleh:  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta  
INDONESIA

*Proceeding* Konferensi Nasional ini diterbitkan oleh  
Penerbit Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Penanggung Jawab : Asep Saepudin  
Ketua : Aryanta Nugraha  
Sekretaris : Puji Lestari  
Editor : Nikolaus Loy  
Eny Endah Pujiastuti

Alamat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 2 Tambak Bayan, Yogyakarta 55281  
Telp. (0274) 7852600  
Email: [konnasionalfisip@gmail.com](mailto:konnasionalfisip@gmail.com)

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Penerbit	ii
Daftar Isi	iii
Kata Pengantar	v

### *Eksplorasi Teoritik*

Membangun Karakter Bangsa Indonesia dalam Resolusi Konflik Menuju Perdamaian	1
--	---

*Kolorel Pnb Sungkono, S.E., M.Si*

Peace keeping, Peacemaking, dan Peacebuilding: Landasan Konsep dan Hukum Peran PBB dalam Resolusi Konflik	31
---	----

*Fauzan*

Peran <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Penyelesaian Konflik di Indonesia	42
--	----

*Desy Nur aini*

Peran ASEAN BLOGGER dan Pembangunan Komunitas ASEAN	52
---	----

*Arik Yumiarti*

### *Media dan Peacemaking*

Mengelola Hubungan Indonesia-Malaysia Melalui Media: Peluang dan Tantangan	66
--	----

*Sri Issundari*

Upaya Perdamaian dalam Konflik Rohingya dan Partisipasi Media	76
---	----

*Hikmatul Akbar*

<i>Quo Vadis</i> Peran Media di Indonesia: Konstruksi atas Realita atau Sarana Pencegah Konflik?	89
--	----

*Jerry Indrawan*

Keterlibatan Media Konflik Sosial	102
-----------------------------------	-----

*Susilastuti Dwi Nugraha Jati*

Konsentrasi Bisnis Media dan Konflik Politik di Indonesia Paska Pemilu 2009 115

*Ludiro Machu*

Manajemen Komunikasi Bencana Merapi 2010 (Studi tentang Peran Radio Republik Indonesia Yogyakarta dalam Pengurangan Resiko Bencana)

127

*Puji Lestari*

Komodifikasi Berita Konflik Suporter Sepak Bola dalam Jurnalisme Olah raga

138

*Fajar Junaedi*

Komunikasi Efektif Antara Tenaga Medis dan Pasien (Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi antara Dokter dan Pasien)

147

*Yulianдре Darwis*

### *Bisnis dan Peacemaking*

Peran Ekonomi Lokal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat dan Stabilitas Keamanan di Indonesia 163

*Nurul Istifadah*

Sociopreneurship: Menciptakan Harmoni Melalui Pemberdayaan Masyarakat 174

*Ida Susi Dewanti*

Konflik Masyarakat dengan Pengusaha Pasar Modern Sebagai Bentuk Pertahanan Perekonomian Masyarakat Kalangan Bawah 185

*Ery Endah Pujiastuti*

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Alokasi Kredit Usaha Mikro Kecil Menengah pada Bank Umum yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (Studi pada Bank Umum Persero Tbk) 200

*Sucabyo Heriningsih*

*Yudha Arisma*

# KE TERLUIBATAN MEDIA KONFLIK SOSIAL

Oleh

Susilastuti Dwi Nugraha Jati

Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: [susilastuti@gmail.com](mailto:susilastuti@gmail.com)

## Abstrak

Secara konvensional apa yang tertulis di media massa merupakan potret dari kondisi yang ada di masyarakat karena informasi ditulis di media berasal dari fakta yang ada di masyarakat. Berita-berita tentang konflik sosial melalui media bisa menembus ruang dan waktu sehingga konflik yang berskala lokal, bisa menjadi nasional maupun internasional dan membawa dampak baik secara langsung maupun tidak langsung. Media massa seringkali menempatkan konflik social sebagai komoditas yang bisa meningkatkan tiras penerbitan maupun iklan. Dalam memberitakan konflik sosial media bisa mengambil posisi mempertajam, meredakan atau netral. Media massa terkait dengan konflik social menjelang Pilkada DKI cenderung mempertajam konflik. Sikap yang diambil ini tidak berarti negative karena mendorong kearah sebuah perubahan dalam masyarakat. Pajanan media yang dangkal menyebabkan konflik sosial sebelum atau pasca Pilkada dalam masyarakat merupakan hal biasa dan tidak perlu diperhatikan dengan baik. Dalam upaya meningkatkan peran media sebagai alat control masyarakat maka pekerja media perlu mengubah perspektifnya dalam mengangkat tentang fakta konflik social dalam masyarakat.

**Kata kunci :** *konflik sosial, media massa, pajanan media.*

## Pendahuluan

Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) yang dilaksanakan secara langsung merupakan konsekuensi dari amandemen Undang-undang Dasar (UUD) 1945, khususnya pasal 1 (2) yang dilakukan pada masa pemerintahan Megawati Soekarno Putri. Menurut Direktorat Jenderal Otonomi Daerah Kementerian Dalam Negeri Djohermansyah Johan dalam FGD Hal itu diungkap Johermansyah dalam Focus Group Discussion bertema Menyoal Penyelenggaraan Pilkada yang Berkaitan dengan Pemilu 2014 yang diselenggarakan Fraksi Partai Golkar (FPG) DPR di Gedung DPR Senayan, Jakarta, Jumat (14/9). Saat ini karakteristik demokrasi lokal di Indonesia diwarnai dengan pelaksanaan pilkada yang berlangsung sepanjang tahun, sehingga Indonesia muncul menjadi negara dengan penyelenggara pilkada terbanyak di dunia..([www.kemendagri.go.id](http://www.kemendagri.go.id) akses tanggal 15 September 2012).

Berdasarkan data dari Kemendagri Pelaksanaan Pilkada secara langsung selama tahun 2011 hingga Februari 2012 mencapai 87 pilkada dengan rincina Pilkada Gubernur/wakil gubernur 5, Pilkada Bupati/Wakil Bupati 71 kali dan Pilkada Walikota/Wakil Walikota 11 kali, dari jumlah itu yang telah selesai (ada keputusan tetap-red) mencapai 81 pilkada secara langsung dan telah dilantik mencapai 78 . Pelaksanaan pilkada seperti ini jelas merupakan persoalan politik yang tidak mudah dengan anggaran biaya yang tidak sedikit.

Meskipun Pilkada yang dilaksanakan secara langsung ini mencerminkan telah tumbuhnya sistem demokrasi di Indonesia, tidak selamanya berjalan mulus. Ketidakpuasan atas hasil pilkada seringkali membawa efek social dan politik yang tidak terbayangkan, misalnya, pilkada Tuban, Kotawaringin, Tulangbawang yang diwarnai kerusuhan.

Ekses negative dari pilkada disebabkan dibukanya keran demokrasi di Indonesia tidak diiringi dengan pendidikan politik yang memadai kepada masyarakat. Pesta demokrasi menimbulkan *culture shock* (gegar budaya) politik yang luar biasa, baik di kalangan partai politik, kontituen dan lainnya. Demokrasi yang juga mensyaratkan untuk kerelaan menerima kekalahan dan secara sportif mengakui kelebihan atau kemenangan lawan menjadi barang langka.

Partai politik yang menjadi kendaraan kandidat maju dalam pemilihan kepala daerah idealnya harus mampu meredam konflik hanya sampai di tingkat elit sehingga konflik di tataran elit tidak merembet ke bawah menjadi baranglangka. Justru konflik di elit politik senantiasa mengikutsertakan kontituen. Upaya penanganan konflik semacam inilah yang berpotensi mengancam stabilitas nasional. Sayangnya, banyak media yang menganggap konflik semacam itu bisa menarik perhatian pembaca.

Salah satu pilkada yang menarik perhatian adalah pilkada di jantung pemerintahan yaitu DKI Jakarta. Calon yang maju dan telah lolos dalam verifikasi KPU berjumlah 6 calon yaitu :

Tabel 1  
Nama Kandidat Calon Gubernur/Wakil Gubernur DKI Jakarta

No urut 1	No urut 2	No urut 3	No urut 4	No urut 5	No urut 6	
Fauzi Bowo/Nachrowi Ramli	Hendardji Soepandi/hamad Riza Patria	Ir.Joko Widodo/Basuki Tjahaya Purnama	Hidayat Wahid Rachbini	Nur /Didik	Faisal Ba-sri/Biem Triani B	Alex Noe-rdin/No no Sumpono
Demokrat/PAN/Hanura/PKB/PB B/Partai Majelis Bangsa, PKNU	Jalur perorangan denan dukungan dari 419.416 KTP	PDI-P dan Gerindra	PKS		Jalur perorangan dengan dukungan 487 KTP	Golkar, PPP, PDS dan 15 parpol nonparlemen

Seperti yang diperkirakan Pilkada DKI tidak akan berlangsung satu putaran tapi berlangsung dua putaran. Putaran pertama dimenangkan Jokowi/Basuki Tjahaya Purnama dengan perolehan suara 1.847.157 (42,6 persen), dan Fauzi Bowo/Nachrowi 1.476.687

(34,95%). Hasil ini sangat mengejutkan mengingat Fauzi Bowo merupakan Petahana dan Jokowi adalah Walikota Solo.

Menjelang pelaksanaan putaran kedua II Pilkada DIY *black campaign* dengan menyentuh isu SARA mulai menyeruak. Sosok pasangan Jokowi yaitu Basuki Tjahaya Purnama yang berdarah etnis Cina mulai disorot. Bahkan pada saat debat kampanye kedua kandidat yang ditayangkan sebuah stasiun TV swasta sempat menuai kritik karena salah satu kandidat menyerang kandidat lain dengan isu SARA ini. Bahkan menjelang Pilkada putaran kedua beredar video kerusakan berbau SARA yang terjadi di Jakarta Mei 1998.

Dalam situasi semacam itu, media massa, khususnya media cetak akan terlibat sebagai pencerita atau story teller dalam semua fakta atau peristiwa yang terjadi dimasyarakat. Konflik pada dasarnya merujuk pada satu kondisi tidak ada kesepakatan antara satu individu dengan individu yang lain akan satu persoalan. Konflik merupakan fakta yang mempunyai nilai berita cukup tinggi sehingga media selalu terlibat dalam konflik politik.

Pemberitaan media, maka konflik dalam skala lokal yang terjadi di masyarakat bisa berkembang menjadi skala nasional, regional bahkan internasional. Perubahan ruang lingkup ini tidak terlepas dari cara media memberitakannya. Demikian pula dengan konflik-konflik yang ada terkait pada pelaksanaan Pilkada DKI. Liputan media bisa membuat eskalasi konflik berkembang dari level lokal, menjadi level nasional. Tulisan ini akan mencoba melihat bagaimana media mengemas berita menjelang pilkada DKI melalui analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

**Tabel 2**  
**Perangkat *Framing* menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki:**

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit Pengamatan
<b>SINTAKSIS:</b> cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	<i>Headlines</i> , <i>lead</i> , latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
<b>SKRIP:</b> cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	Unsur 5W+1H ( <i>what, when, where, why, who, how</i> ).
<b>TEMATIK:</b> cara wartawan menulis fakta	1.Detail 2. Koherensi 3. Bentuk kalimat 4. Kata ganti	Paragraf, proporsisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
<b>RETORIS:</b> cara wartawan menekankan fakta	1. Leksikon 2. Grafis 3. Metafora	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik.

Sumber : *Erijanto, 2002: 256*

Teknik ini diambil karena bagaimana cara media mbingkai sebuah persoalan akan mempengaruhi persepsi pembaca terhadap realitas berita tentang fakta atau persoalan yang ada di masyarakat. *Frame* media juga sangat dipengaruhi oleh ideology media yang bersangkutan.



Ada dua berita yang akan dianalisis yaitu berjudul (1) Dana kampanye harus transparan yang dimuat di Kompas edisi 30 Maret 2012 (2) Saatnya Kritis Menilai Cagub dimuat di Kompas edisi 24 Juni 2012. Dua berita ini dipilih karena persoalan dana kampanye merupakan persoalan crucial yang tidak pernah bisa tuntas dan sulit untuk dibuktikan serta bagaimana memilih kandidat yang tepat juga menjadi problem besar di masyarakat.

### Media dan Konflik Politik

Konflik adalah persoalan riil dalam masyarakat. Mengapa dalam masyarakat senantiasa terjadi konflik? Hal itu tidak lepas dari kenyataan bahwa dalam masyarakat senantiasa ada kekuatan-kekuatan dominan dimana yang satu menguasai sumberdaya yang ada, sementara yang lain menjadi pihak yang dikuasai. Dalam level ini, tatkala penguasaan sumberdaya sangat timpang dan yang lain tidak punya akses dan control atas sumberdaya yang akan maka akan memicu sebuah konflik.

Di level yang lain dalam masyarakat terdiri dari beberapa kelompok yang mempunyai kepentingan yang berbeda satu sama lainnya. Tatkala kepentingan yang berbeda itu tidak mencapai harmonisasi atau kelompok satu memaksakan kepentingannya atas kelompok yang lain maka akan memicu konflik.

Tabel 2  
Tataran Konflik

Berdasarkan Skala	Dilihat dari jumlah atau pihak yang terlibat
Berdasarkan lingkup	Lokal, nasional, regional, internasional
Dimenasi	Politik, social, budaya, ekonomi, dan lainnya
Bentuk	Verbal (Selisih pendapat, debat, adu mulut)
	Non verbal (mogok, demonstrasi)
Pemicu Konflik	Konflik yang disengaja, konflik yang tidak disengaja

(Nunung Prajarto dalam Susilastuti, dkk, 2003)

Tabel di atas menunjukkan betapa konflik bisa dicermati dari berbagai aspek dan dimensi. Media massa sebagai pencerita selalu terlibat dalam berbagai tataran konflik. Sementara definisi tentang konflik sendiri cukup beragam. Beberapa definisi tentang konflik antara lain (1) konflik merupakan pertentangan yang bersifat langsung dan didasari antara individu dan kelompok lain untuk mencapai tujuan yang sama, (2) konflik adalah gejala yang wajar yang terjadi dalam setiap masyarakat yang selalu mengalami perubahan social dan kebudayaan. Sementara konflik politik

gajala pertentangan dalam masyarakat yang berkenaan dengan mata rantai kekuasaan dan negara (Said Gantara, 2007).

Berdasarkan pemahaman ini maka pada ketika ada ruang yang longgar bagi warganegara untuk berpartisipasi dalam proses mendapatkan kekuasaan maka gesekan-gesekan yang memicu konflik akan mudah terjadi. Lebih-lebih apabila masyarakat sendiri pemahamannya tentang persoalan politik sangat terbatas.

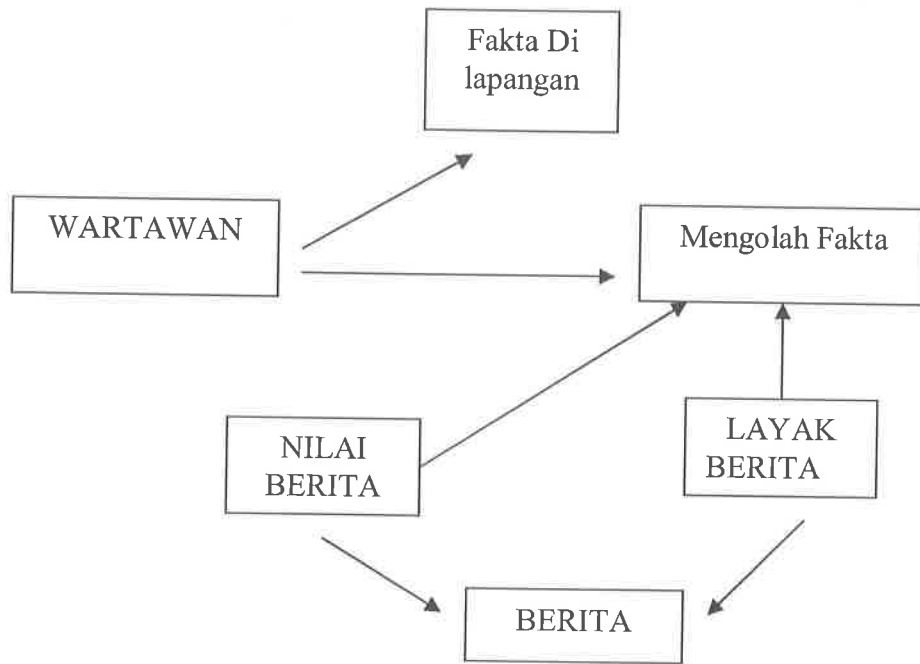
Baimana keterlibatan media, menurut Andrew Arna and Wimal Dissanayake (Nunung, 1993) bila sebuah konflik terjadi, ada dua hal yang segera terikut oleh media berita. *Pertama*, media massa akan menjadi pencerita (*story teller*). *Kedua*, dalam aksinya sebagai pencerita, media massa akan menentukan keterlibatannya dalam tiga bentuk: mempertajam konflik (*intensifier*), meredakan konflik (*diminisher*), atau sebagai pihak netral atau pihak ketiga (*third party*). Dalam rentang dua hal di atas, biasanya kemudian muncul permasalahan atas sifat independensi media berita atau terbebasnya organisasi media dari tekanan salah satu pihak yang berkonflik.

Tatkala media diharuskan menceritakan aktivitas komunikasi politik serta konflik yang muncul didalamnya maka akan terjadi tarik menarik antara peristiwa (*event*) dan berita (*news*) serta antara keduanya dan media itu sendiri. Logika sederhana dari hal-hal itu dapat dipahami sebagai berikut.

Dengan terjadinya suatu peristiwa (dalam bentuk konflik), insan-insan media massa akan “menguji” peristiwa itu berdasar kaidah-kaidah jurnalistik. Bila dari standar jurnalisme profesional peristiwa itu dianggap memenuhi kriteria-kriteria tertentu, semisal kelayakan berita dan kelayakan muat, peristiwa yang terjadi itu akan dimunculkan sebagai sebuah berita.

Suatu peristiwa yang memiliki nilai berita tinggi pada gilirannya akan memacu media berita itu untuk menggali peristiwa itu dengan lebih mendalam dan lengkap. Bukan tidak mungkin apabila kemudian muncul kompetisi antar organisasi media dalam meyajikan peristiwa tersebut berikut perkembangan-perkembangannya yang terjadi.

Terlepas dari kadar keterlibatan media berita dalam sejumlah konflik di Indonesia tersebut, aksi mereka sebagai pencerita dapat mudah diamati. Pada beberapa media tertentu, keterlibatan mereka berkemungkinan untuk memantapkan aspirasi idiil yang telah mereka susun pada awal berdirinya. Namun di sisi lain, ada pula aksi media berita sebagai pencerita yang “bertentangan” atau “mengingkari”, atau paling tidak, tak sesuai dengan aspirasi mereka itu. Hal terakhir ini pun dapatlah dipahami karena, meskipun aspirasi idiil ditentukan oleh “*the founding fathers of the media organization*”, aspirasi ini bisa saja berubah dan diubah sejalan dengan munculnya reporter, editor dan jurnalisme baru. Secara sederhana bisa dijelaskan dalam skema berikut ini :



Bagan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Media sebagai satu institusi sosial mempunyai fungsi sebagai jembatan penghubung antar struktur dalam sistem politik. Ujung tombak media yaitu wartawan akan mencari informasi termasuk aktivitas komunikasi politik. Informasi ini kemudian diolah di redaksi. Dalam proses pengolahan informasi ini akan memperhatikan aspek nilai berita dan layak berita. Proses pengolahan ini akan muncul berbagai macam kepentingan yang ada yaitu kepentingan idiiil maupun kepentingan komersial, (Susilasuti,dkk, 2003)

### Media Mengawal Perjalanan Pilkada

Surat Kabar Harian (SKH) Kompas, merupakan media dengan oplah terbesar di Indonesia dengan cakupan peredaran secara nasional. Fenemona tentang pelaksanaan Pilkada DKI tidak mungkin ditinggalkan oleh media ini. Dari dua berita yang diambil untuk dijadikan analisis, media ini mencoba menyoroti dua persoalan besar yang menjadi trend dari setiap aktivitas Pilkada yaitu praktek politik uang dan apatisme masyarakat terhadap pilkada DKI Jakarta.

Persoalan dana kampanye merupakan persoalan utama dalam setiap pelaksanaan Pilkada di daerah, karena penggunaan dana yang tidak benar berpotensi terjadinya politik uang. Persoalan dari mana dari berasal dan untuk apa dana digunakan mendapatkan perhatian cukup baik dari SKH Kompas.

Dalam berita berjudul “Dana kampanye harus transparan yang dimuat di Kompas edisi 30 Maret 2012” ini menyelaskan upaya komisioner yang mempunyai tanggungjawab terhadap pelaksanaan Pilkada yaitu dan Komisi Indormasi dan KPUD untuk “memaksa” calon-calon

Gubernur/Wagub DKI untuk secara transparan menjelaskan asal dana kampanye dan politik uang.

Berita yang terdiri dari 20 alinea ini terdiri dari enam tema, dari jumlah ini sebenarnya mencakup tema dana kampanye, informasi calon gubernur/wagub DKI yang lolos verifikasi KPUD serta program-program kampanye yang ditawarkan oleh masing-masing calon. SKH Kompas seakan-akan ingin berusaha seimbang dalam memberitakan program-program masing-masing calon.

*Frame* yang muncul dari berita ini berdasarkan analisis sintaksis yang terwujud bagaimana SKH Kompas menyusun fakta hingga menjadi berita yang utuh memang lebih menekankan pada aspek *who, what*. Aspek *who, when, what* hanya nampak pada lead dan penjelasan atas lead, serta pada paragraf yang menjelaskan informasi tentang paparan dari program Fauzi Bowo. Padahal dalam berita ini cukup banyak tema yang diungkap. Akibatnya, pembaca tidak mempunyai informasi cukup dimana dan kapan calon-calon diwawancarai.

Dari aspek penulisan judul sebenarnya cukup menarik yaitu “Dana Kampanye harus Transparan”, namun dalam sub headline yang idealnya menjelaskan judul tidak selaras, karena subheadline adalah “Fauzi Bowo Janjikan Biaya Kesehatan di DKI Makin Murah, Bukan Gratis”.

Dari cara penulisan judul ini *frame* SKH Kompas seakan-akan “memihak” kepada salah satu kandidat calon yaitu petahana, padahal persoalan kesehatan juga diusung oleh 4 kandidat yang lainnya. Asumsi tentang ini juga diperkuat dengan jumlah paragraph yang diberikan kepada masing-masing calon untuk menginformasikan programnya. Program Fauzi Bowo ditulis dalam 4 paragraf, Hendraji 2 paragraf sementara calon lainnya hanya 1 paragraf.

Struktur sintaksis semacam ini sebenarnya kurang baik karena pada dasarnya semua calon juga memaparkan program kesehatan. Secara teoritis subjudul merupakan penjelasan atas judul sebuah berita. Selain itu detail dari judul berita hanya nampak pada 3 paragraf saja.

### Dana Kampanye Harus Transparan Fuzi Bowo Janjikan Biaya Kesehatan di DKI Makin Murah Bukan Gratis

*JAKARTA, KOMPAS-* Komisi informasi DKI Jakarta mengupayakan agar pembukuan dana kampanye dalam Pemilu Kepala Daerah Jakarta dibuka secara transparan. Mereka tengah mencari payung hukum untuk mencegah adanya upaya-upaya penutupan informasi dana kampanye”

“Dana kampanye ini biasanya berasal dari masyarakat. Dengan kata lain, dana ini sebenarnya milik public dan public berhak tahu asal usul dana dan penggunaannya,” kata Yulianto Widihardjo Ketua Komisi Indormasi DKI Jakarta, Kamis (29/3)

Berdasarkan cara penyusunan judul sebenarnya sudah tepat karena judul diambil dari lead. Namun kelengkapan sebuah lead dari berita ini masih kurang yaitu unsur *where* yaitu dimana narasumber di wawancarai.

Kemudian tubuh berita sebuah *straight news* yaitu piramida terbalik tidak tampak, piramida terbalik seharusnya menjelaskan alinea yang dianggap penting sehingga alinea berikutnya “dianggap” tidak penting. Mengapa bisa seperti ini? Dalam berita ini SKH Kompas mengusung banyak tema. Disini hubungan antar alinea menjadi rancu.

Pada dasarnya SKH Kompas bisa mengusung tema besar dari masing-masing calon yaitu program bidang kesehatan. Dalam berita ini dari enam kandidat empat diantaranya mengusung program kesehatan. Sementara dua kandidat hanya menghijaukan pemukiman kumuh dan kredit murah.

Kemudian berdasarkan analisis sintaksis yaitu bagaimana SKH *Kompas* mengisahkan fakta tentang transparansi dana kampanye dan program calon gubernur/wakil gubernur, elemen yang banyak digunakan adalah unsur *who* dan *what*. Elemen *who* dalam keseluruhan berita ini menggambarkan siapa yang dijadikan narasumber dalam berita ini.

Banyaknya unsure *who* bisa dimaknai bahwa *frame* berita ini lebih menekankan aspek psikologis dibandingkan aspek sosiologis. Aspek psikologis adalah apa yang dipikirkan orang akan satu persoalan. Sementara unsur *what* menggambarkan apa yang akan dilakukan oleh narasumber bila terpilih.

Walaupun judul berita adalah menyangkut masalah transparansi dana, namun berdasarkan aspek retorik yaitu cara wartawan menekankan fakta dalam berita ini sebenarnya menekankan program utama yang diusung oleh calon gubernur/calon wakil DKI Jakarta yaitu bidang kesehatan. Dari enam calon, empat diantaranya menekankan persoalan kesehatan. Dalam salah satu alineanya wartawan juga menekankan bagaimana masing-masing calon ingin merebut hati konstituen.

Persoalan kesehatan adalah salah satu nilai yang dicari oleh manusia sehingga masalah kesehatan ini selalu menjadi komoditas politik dan dijual untuk merebut hati masyarakat. Hanya saja, *frame* yang dibangun ini tidak diikuti dengan sebuah fakta tentang realitas bidang kesehatan yang dihadapi masyarakat DKI Jakarta sehingga masyarakat kurang mendapatkan gambaran mengapa bidang ini yang menjadi “jualan” calon gubernur/wakil gubernur,

Menariknya, calon yang maju salah satunya adalah petahana (Fauzi Bowo-red) maka SKH Kompas mencoba membuat *frame* yang berbeda dengan calon lainnya, yaitu mengutip pernyataan tentang keberhasilannya dalam bidang kesehatan :

*Fauzi mengklaim tingkat kesehatan warga DKI Jakarta termasuk tertinggi di Indonesia. Dihadapan hadirin yang didominasi kaum ibu, ia mengklaim dua point dalam tujuan pembangunan*

*millennium (MDG) bisa dipenuhi di Jakarta yaitu mengurangi tingkat kematian anak dan meningkatkan kesehatan ibu.*

*“Angka kematian bayi di Jakarta paling rendah. Ibu melahirkan bayi meninggal juga tidak ada,” katanya*

Walaupun terkesan memihak pada salah satu calon karena memberikan ruang yang lebih besar kepada Fauzi Bowo dengan mengutip cukup banyak stamentnya, *frame* yang dibangun ini secara implisit bahwa SKH Kompas ingin menunjukkan bahwa masyarakat agar mencermati apakah klaim dari calon tersebut benar. Sementara bidang kesehatan yang juga diusung calon lain tidak dijelaskan data pendukung, seperti kutipan di bawah ini :

*Pasangan Alex Noerdin –NonoSampono menjajikan biaya sekolah dan pelayanan kesehatan gratis. Pasangan ini bahkan yakin bisa mewujudkan program itu satu hari setelah terpilih*

*Pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaya Purnama juga memiliki program pengobatan gratis. Jokowi pernah menunjukkan kartu kesehatan yang sudah diterapkan saat ia menjabat walikota Solo. Pemegang kartu tersebut tak hanya bisa berobat ke rumah sakit umum daerah namun juga ke semua rumah sakit swasta poliklinik dan puskesmas.*

Berdasarkan kutipan ini *frame* yang hendak dibangun oleh SKH Kompas adalah masyarakat bisa memberikan penilaian atas program yang ditawarkan. Bisa dikatakan terkait isu kesehatan ini Kompas mempertajam konflik tentang perbedaan penekanan program kesehatan dari masing-masing kandidat. Mengambil posisi mempertajam tidak sepenuhnya salah selama tujuannya adalah ke arah kehidupan yang lebih baik.

Sementara itu dalam berita yang berjudul “Saatnya Kritis Menilai Cagub” yang dimuat di tanggal 25 Juni 2012 menjelang pelaksanaan pemungutan suara, SKH Kompas ingin mengingatkan praktek-praktek kotor dalam pillkada yang sering terjadi dan mengingatkan masyarakat secara cerdas dalam menentukan pilihannya.

Berdasarkan analisis sintaksis wartawan mencoba menunjukkan bahwa upaya menghentikan praktek politik uang itu muncul dari masyarakat, bukan direkayasa. Hal ini tampak dari subheadline dari berita ini yang berbunyi “Stop Politik Uang Dideklarasikan”. Judul yang dibuat berdasarkan lead berita. Kemudian penjelasan lead ini wartawan mengutip statemen narasumber tentang perlu masyarakat Jakarta memilih pimpinan dengan melihat pada kemampuan merealisasikan program.

Kemudian dalam berita ini juga tidak hanya mengingatkan kepada masyarakat tetapi calon gubernur tentang penyebab apatisme dalam masyarakat. Berdasarkan analisis skrip, maka *frame* yang hendak dibangun dalam berita ini adalah persoalan holistic tentang pillkada. Hal ini bisa dilihat dari elemen yang digunakan banyak menggunakan what, why dan how. Lead berita menggunakan what, kemudian diikuti dengan who, where, when. Kemudian dalam tubuh berita diikuti dengan why dan how. Bisa dilihat dalam kutipan di bawah ini :

*Saat Kritis Menilai Cahub  
Stop Politik Uang Dideklarasikan*

JAKARTA-KOMPAS, Pemilihan Umum Kepala Daerah DKI Jakarta yang jatuh pada Rabu, 11 Juli 2012 tinggal beberapa hari lagi, Minggu (24/6) tahapan kampanye dimulai. Kini saatnya bagi 6,2 juta pemilih di Jakarta untuk menilai secara kritis enam pasang calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta.

Program yang disampaikan para kandidat menurut Guru Besar Ilmu Hukum Tata Negara Universitas Andalas Padang Saidi Isra hendaknya dinilai secara cermat. Sebaliknya, pasangan calon juga harus aktif menyampaikan program konkret dan terukur agar pemilih tertarik menggunakan hak pilihnya.

“Dasarnya pada program, bukan padajangi yang tidak jelas. Karena itu, masyarakat Jakarta harus memanfaatkan kampanye untuk mendalami apa saja yang ditawarkan para calon untuk Jakarta,” Saidi.

Berdasarkan cara wartawan menyusun fakta tampak *frame* yang dibangun adalah perlu semua pihak melakukan suatu perubahan dalam melaksanakan kampanye. Dalam berita ini dipaparkan fakta tentang penyebab selama ini masyarakat apatis. Di satu sisi juga dipaparkan mengapa masyarakat tidak boleh apatis.

Melalui *frame* semacam ini Kompas ingin membangun sebuah agenda pada dasarnya pemilihan gubernur DKI Jakarta sangat strategis. Berdasarkan analisis retorik yaitu bagaimana penekanan fakta itu ditulis, tampak dari seringnya penggunaan kata apatis, kekecewaan, konkrit, emosional, getah. Seperti kutipan di bawah ini :

*Mulai tumpuhnya sikap masyarakat seharusnya jadi perhatian serius. Para calon kepala daerah, partai politik dan pemerintah berkewajiban menumbuhkan sikap kritis itu. Caranya, kata Komaruddin, melakukan pendidikan politik kepada warga Jakarta bahwa pilkada sangat penting artinya bagi Jakarta, bahkan Indonesia,, (SKH Kompas, 25/6)*

Berdasarkan dua berita di atas, pada dasarnya surat kabar, khususnya mempunyai kemampuan untuk mengemas atau membangun sebuah fakta yang bisa mencerdaskan masyarakat dalam melihat sebuah permasalahan. SKH Kompas memang berusaha hati-hati dalam memaparkan fakta terkait dengan pilkada.

Pajanan media yang terus menerus memang sangat dibutuhkan oleh seorang kandidat yang bertarung dalam pemilihan umum. Pajanan media ini secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan pencitraan terhadap seorang kandidat. Strategi perannya media ini disadari benar oleh para kandidat. Seperti yang dikemukakan oleh Ketua Umum Dewan Pembina Partai Gerindra Prabowo “...kalau didukung pers pasti menang” (Kompas 22/8).

Persoalannya, seringkali hubungan media dan pemerintah serta politisi tidak selalu berjalan mulus dan seringkali beda persepsi. Hubungan antara media dan pemerintah biasanya bersifat negative. Sikap negative ini seringkali menimbulkan *miscommunication*, sehingga sering memunculkan penyimpangan (*deviance*), yakni sesuatu yang mempunyai nilai berita jika

menyimpang dari norma rata-rata, baik yang menyangkut peristiwa, orang, perilaku arah perkembangan dan lainnya (Canggara, 2009).

Adanya pemahaman ini maka seringkali pers lebih memblow up berita atau fakta yang menyangkut hal-hal negative dari pemerintah sehingga menimbulkan rasa gerah dan bisa merusak interaksi. Disisi lain pemerintah berkeinginan agar media justru lebih menaruh perhatian kepada keberhasilan pembangunan yang telah mereka lakukan. Perbedaan-perbedaan dalam penekanan akan fakta politik inilah sebenarnya secara tidak langsung akan menyebabkan media akan terseret dalam satu konflik ke konflik politik yang lain sehingga mempengaruhi harmoni social dan memicu konflik horizontal.

### **Jurnalisme Damai dalam Konflik Pilkada**

Dalam kerangka ini kemudian memunculkan pemikiran perlunya penerapan jurnalisme damai dalam melihat fakta politik. Jurnalisme damai adalah melaporkan suatu kejadian dengan bingkai (frame) yang lebih luas, lebih berimbang dan lebih akurat yang didasarkan pada informasi tentang konflik dan perubahan-perubahan yang terjadi (Ensikopledi Pers Indonesia, 2010:269).

Jurnalisme damai ini biasanya memang diterapkan tatkala wartawan meliput di daerah konflik. Namun dalam perkembangan eksalasi politik dalam setiap pilkada meningkat dan terkadang menimbulkan konflik-konflik social dalam masyarakat, maka jurnalisme damai ini bisa diterapkan.

Mengadopsi pemikiran Annabel McGoldrick dan Jake Lynch (2001) tentang beberapa prinsip yang bisa dikembangkan dalam jurnalisme damai maka untuk peliputan pilkada hal-hal yang bisa dilakukan. *Pertama*, menghindari penggambaran bahwa konflik hanya berdasarkan isu tertentu. Disini media dalam membangun fakta bisa dengan melihat persoalan-persoalan penyebab konflik. Misalnya, dalam contoh berita yang dimuat SKH Kompas di atas, membangun fakta tentang problem yang menyebabkan masyarakat apatis sehingga semua pihak memiliki tanggungjawab untuk menumbuhkan sikap kritis terkait dengan pilkada. Ini akan berbeda kalau media menyoroti persoalan perbedaan asal dan etnis dari calon kandidat sehingga justru bisa memicu konflik.

*Kedua*, hindari memperlakukan konflik seolah-olah hanya pada saat dan tempat kekerasan terjadi. Disini yang perlu dibangun adalah bahwa pilkada bukanlah penyebab terjadinya konflik dalam masyarakat namun merupakan upaya untuk mencari pemimpin yang bisa memimpin rakyat.

*Ketiga*, menghindari pemberian penghargaan kepada tindakan atau kebijakan dengan menggunakan kekerasan hanya karena dampak yang terlihat. Lebih baik mencari cara untuk



melaporkan dampak yang terjadi. Disini media bisa membangun fakta tentang dampak yang akan muncul apabila calon kandidat yang akan maju dalam pilkada tidak mempunyai kemampuan mengendalikan massanya.

*Keempat*, hindari pemusatan perhatian hanya pada pihak-pihak yang bertikai, hanya mencari perbedaan dari ucapan-ucapan kedua belah pihak apa yang mereka inginkan. Namun lebih menggemukan kesamaan-kesamaan kedua belah pihak. Dalam kasus pilkada DKI Jakarta, media hendaknya jangan mengekspose persoalan yang menyentuh SARA, tapi lebih ke arah program kerja yang ditawarkan masing-masing calon.

*Kelima*, menghindari peliputan yang hanya menonjolkan unsur kekerasan dan mendeskripsikan tentang horror. Media dalam membangun fakta tentang pilkada perlu lebih menonjolkan fakta yang membangun misal tentang ekspresi masyarakat dalam mendukung calon atau dampak kampanye bagi ekonomi masyarakat dan lainnya.

*Keenam*, menghindari menyalahkan salah satu pihak karena memulai perselisihan. Lebih baik menonjolkan problem dan isu bersama yang bisa menimbulkan dampak yang tidak diinginkan kedua belah pihak. Media disini jangan sampai memblow up sentiment kandidat atas kandidat yang lain agar tidak menimbulkan pertentangan di antara kontestas

*Ketujuh*, menghindari pelaporan yang berfokus pada penderitaan, ketakutan dan keluhan hanya dari satu sisi saja. Disini, media perlu menerapkan tipe liputan dua sisi sehingga semua pihak diberi porsi yang sama. Sebagai contoh adalah berita SKH Kompas tentang Dana Kampanye Harus Transparan (30/3) Disini wartawan mencoba membangun fakta terkait enam calon kandidat secara porposional—walupun belum terlalu ideal—terkait dengan program.

## **Simpulan**

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa media dalam meliput sebuah fakta tentang pelaksanaan pemilu kepala daerah mempunyai dua pilihan memicu konflik social atau meredakan konflik social. Pilihan-pilihan itu sangat tergantung pada ideologi yang dimiliki wartawan dan kebijakan redaksional dari media tersebut.

Menggunakan metode analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki atas dua berita menjelang pilkada DKI Jakarta putaran pertama yaitu Dana kampanye harus transparan yang dimuat di Kompas edisi 30 Maret 2012 (2) Saatnya Kritis Menilai Cagub dimuat di Kompas edisi 25 Juni 2012, SKH Kompas membangun persepsi pembaca dalam dua persoalan besar (1) melalui program-program yang ditawarkan calon kandidat, (2) perlunya masyarakat dan calon kandidat bersama-sama mengubah sikapnya atas pelaksanaan pemilukada, yaitu masyarakat diajak kritis di satu sisi kandidat agar menawarkan program yang konkrit dan rasional.

Melalui frame yang dibangun ini, SKH Kompas sebenarnya sudah menerapkan jurnalisme damai dalam peliputan Pilkada. Pilkada bukan arena terjadinya kekerasan tapi merupakan arena pertarungan program yang rasional kepada masyarakat.

### Daftar Pustaka

- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gatara. Said (2007). *Sosiologi Politik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hafied. Canggara. (2009). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Press,
- Lynch, Jake. Annabael. Mc.Goldrick. (2001). *Jurnalisme Damai Bagaimana Melakukannya*. Jakarta: LSPP.
- Prajarta. Nunung. (1993). *Media Berita dalam Sebuah Konflik*. hasil penelitian. Yogyakarta: Fisipol UGM
- Susilastuti. Subhan Afifi. Prayudi. (2003). *Komunikasi Politik*. (buku ajar). Yogyakarta: Fisip UPN "Veteran".
- \_\_\_\_\_ (2010). *Esiklopedi Pers Indonesia*. Jakarta: PWI Pusat

SKH Kompas, edisi 30 Maret 2012, 25 Juni 2012, 22 Agustus 2012  
[www.kemendagri.go.id](http://www.kemendagri.go.id) akses tanggal 15 September 2012.