

## SANDIAGA UNO DALAM KONSTRUKSI MEDIA

**Launa**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bung Karno  
Jl. Pegangsaan Timur No.17A, Menteng, Jakarta Pusat, 10310, Indonesia  
No. Telp./HP: (021) 3929591/081213801971  
E-mail: launa2011@gmail.com

Naskah dikirim tanggal 19 Juni 2019, direvisi tanggal 1 Mei 2020, disetujui tanggal 6 Mei 2020

### *SANDIAGA UNO IN MEDIA CONSTRUCTION*

**Abstract.** *The media framing of political figures will largely determine the level of public acceptance. Framing has also happened to Sandiaga Uno, one of Indonesia's young political figures who are quite popular on social media. One of the framings of Sandiaga Uno was conducted by Kompas.com. This study tries to review Kompas.com's framing of Sandiaga Uno, who is discoursed to return to serving as deputy governor of DKI Jakarta after the defeat of Sandiaga Uno and his partner, Prabowo Subianto, in the presidential election on 21 May 2019. Through a qualitative approach based on the Entman model framing analysis, the results of the analysis showed that the source of the news of the construction of Kompas.com reporting on the discourse of Sandiaga Uno who will return to serve as the deputy governor of DKI Jakarta is unclear and tends to be negative.*

**Keywords:** *Sandiaga Uno, news framing, media construction.*

**Abstrak.** *Framing media atas figur politik akan sangat menentukan tingkat penerimaan publik. Framing juga terjadi terhadap Sandiaga Uno, salah satu figur politik muda Indonesia yang saat ini cukup populer terutama di media sosial. Salah satu framing atas Sandiaga Uno dilakukan oleh Kompas.com. Kajian ini mencoba mengulas framing pemberitaan Kompas.com atas Sandiaga Uno yang diwacanakan akan kembali menjabat sebagai wakil gubernur DKI Jakarta pasca kekalahan Sandiaga Uno bersama pasangannya, Prabowo Subianto, dalam pemilihan presiden 21 Mei 2019 lalu. Melalui pendekatan kualitatif berbasis analisis framing model Entman, hasil analisis menunjukkan konstruksi pemberitaan Kompas.com atas wacana Sandiaga Uno yang akan kembali menjabat sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta tidak jelas sumber beritanya dan cenderung negatif.*

**Kata kunci:** *Sandiaga Uno, framing berita, konstruksi media.*

### PENDAHULUAN

Kehadiran aktor politik dalam ruang pemberitaan media massa dapat dipahami sebagai bentuk baru dari era politik digital-virtual. Realitas politik “abad citraan” memungkinkan konstruksi realitas politik dibangun melalui saluran informasi digital berupa citra, simbol, slogan, label, atau jargon politik yang dibangunnya. Pada era politik simbolik yang disruptif, wacana politik praktis dikuasai oleh berbagai bentuk representasi politik yang seringkali berwajah

dangkal dan artifisial. Citra, simbol, slogan, label, atau jargon politik menjadi bagian penting dari *political games* para aktor politik. Realitas ini telah memaksa dunia politik beradaptasi atau bermigrasi ke dunia politik simbolik demi memenuhi target industri politik yang kini kian berwajah *digitalized* (Piliang, 2004). Saat ini, peran media di panggung politik nyaris tak tergantikan, telah melampaui partai politik, telah menjelma menjadi aktor politik, bahkan institusi politik itu sendiri (Azdkia, 2014; Sofyan, 2015).

Seperti dikatakan Schudson dalam Eriyanto (2001), berita adalah hasil dari konstruksi media yang selalu melibatkan sudut pandang, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan/media. Ketika mengangkat satu isu, media punya rumusan tersendiri: menyusun peristiwa melalui bahasa, simbol atau bingkai tertentu. Itu sebabnya mengapa berita disebut “realitas kedua” (*second reality*) yang sudah ditambah, dikurang atau dibumbui dengan sensasi tertentu agar menarik perhatian publik (Romli, 2012b). Melalui praktik bahasa, media menggunakan bahasa tidak semata sebagai sarana linguistik untuk menarasikan peristiwa, namun sebagai arena tindakan sosial (*social practice*) untuk membentuk agenda media di pasar wacana (Fashri, 2014).

*Framing* media atas isu/peristiwa yang tersaji dalam teks berita bukanlah sebuah kebohongan. Media hanya mencoba membelokkan atau mengalihkan fakta secara halus. Caranya dengan menyeleksi sudut pandang yang digunakan. Ketika aspek tertentu dari suatu isu/peristiwa sudah dipilih, tinggal bagaimana aspek yang telah dipilih tersebut ditulis, unsur mana yang harus ditekankan/ditonjolkan; unsur mana yang perlu untuk dikaburkan/disamarkan dengan mengubah arti/makna kalimat, menambahkan simbol, tanda, citra atau gambar tertentu untuk menyamarkan fakta berita) (Entman, 1993). Media bahkan kerap digunakan sebagai alat propaganda untuk mencapai tujuan atau ambisi dari kepentingan politik tertentu. Propaganda adalah sejenis persuasi yang mengutamakan “kemenangan” dengan mengabaikan etika dan kebenaran. Atas dasar asumsi itu, banyak kalangan yang menilai propaganda sebagai kegiatan komunikasi politik yang berbahaya bagi kemanusiaan dan demokrasi. Sebab, propaganda bisa berujung berita bohong (*hoax*) atau bahkan ujaran kebencian (*hate speech*) (Arifin, 2010).

Liputan luas media massa atas sosok Sandi, terutama sebagai aktor politik, tentu dapat bernuansa positif, netral atau negatif, tergantung dari motif apa yang melatari kepentingan media bersangkutan (Eriyanto, 2011). Faktual, ada sejumlah media *online* yang membangun narasi Sandi akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta. Media dimaksud meminta konfirmasi langsung atas

isu ini dari Gubernur Anies Baswedan, Plt.. Dirjen Otonomi Daerah Kemendagri (Akmal Malik), Wakil Ketua Fraksi Partai Gerindra DPRD DKI Jakarta (Iman Satria), bahkan kepada Mendagri Tjahyo Kumolo (Hariyanto, 2019; Asmara, 2019).

Terkait *frame* pemberitaan Sandiaga Uno dan konstruksi citra yang menyertainya, studi Ramdan (2017) berjudul: “*Frame* Pemberitaan Sandiaga Salahuddin Uno Jelang Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua di Mediaindonesia.com dan Republika.co.id” dan studi Andriyanto, et. al. (2018) berjudul: “Konstruksi Berita Pasca Pelantikan Gubernur Baru DKI Jakarta Anies Baswedan–Sandiaga Uno Periode 2017-2022: Analisis *Framing* Robert N. Entman Pada Media *Online* Kompas.com, Detik.com, dan Republika.co.id” patut diketengahkan sebagai pembanding analisis (*state of the art*). Studi Ramdan menunjukkan ada upaya *framing* negatif atas pasangan Anies-Sandi yang dikonstruksi oleh media *online*. Studi yang menggunakan analisis *framing* model Entman ini menyimpulkan, Mediaindonesia.com ditinjau dari aspek *define of problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation* telah mengonstruksi citra diri Sandi dengan *frame* negatif dan cenderung kontra terhadap pencalonan Anies-Sandi dalam Pilkada DKI Jakarta putaran kedua. Sementara Republika.co.id cenderung mem-*framing* positif dan mendukung penuh pencalonan Anies-Sandi dalam Pilkada DKI Jakarta putaran kedua.

Sementara studi Adriyanto, et. al. (2018) menunjukkan adanya konstruksi realitas yang berbeda dalam membingkai berita terkait arah kebijakan dan program kerja pasangan Anies-Sandi pasca pelantikan keduanya sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Hasil penelitian menyimpulkan, konstruksi berita Kompas.com cenderung bersifat kritis-oposisional terhadap pasangan Anies-Sandi pasca pelantikan; konstruksi berita Detik.com bertendensi netral-akomodatif; sementara konstruksi berita Republika.co.id cenderung bersifat positif-advokatif terhadap kebijakan dan program kerja pasangan Anies-Sandi.

Mengacu pada argumen kedua hasil kajian berbasis paradigma konstruksi sosial

dengan jenis analisis *framing* berita di atas, kajian ini memiliki kemiripan ditinjau dari aspek paradigma yang digunakan (konstruksi sosial), objek kajian (teks berita), dan teknik analisis (*framing*) sebagai basis analisisnya. Namun, kajian ini memiliki perbedaan ditinjau dari sudut pandang (perspektif) yang digunakan, telaah konsep dan teori yang dipakai, serta rentang waktu pelaksanaan kajian (*ex-post facto*: perbedaan rentang waktu mengasumsikan adanya perubahan perilaku, gejala, peristiwa, atau fenomena pada fokus kajian sejenis) (Sappaile, 2010).

Pasca Pilpres 2019, berbagai peristiwa politik dari yang riil-objektif sampai ke isu yang bernuansa *hoax* dan *hate speech* tak pernah absen dalam pemberitaan media, terutama di media sosial. Realitas ini adalah wujud nyata dari proses pertarungan wacana politik, baik yang berlangsung di level politik nyata (*field*) maupun di level politik dunia maya (*virtual*). Di level praktis dalam konteks pertarungan wacana pilpres dan pemilu legislatif tersebut media tidak berada dalam satu peran ideal, namun berposisi ganda: ada yang bersikap kritis-objektif dan ada juga yang bersikap partisan-subjektif.

Proses pembentukan citra aktor politik setidaknya melibatkan empat komponen penting: persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap; dan media massa adalah aktor utama dalam membentuk opini publik atas realitas politik, memroyeksikan pada khalayak tentang suatu hal yang dianggap benar oleh publik, dan menguatkan apa yang telah terkonstruksi dalam pikiran/benak masyarakat sehingga hal itu tampak nyata di mata publik (Lippmann, 1998). Di sisi lain, posisi, peran, dan fungsi media dalam konteks politik juga bisa dilihat dari empat sisi: sebagai penonton (*spectator*), sebagai penjaga (*watchdog*), sebagai pelayan (*servant*), dan sebagai penipu (*trickster*). Krauss dan Pharr (1996) melihat media sebagai penipu (*trickster*). Hanya saja, istilah penipu menurut Krauss dan Pharr mengalami penghalusan makna (*eufimism*), dengan membentuk kalimat netral (normatif), seperti: media sebagai “sarana pencerdasan publik”, sarana “partisipasi aktif” atau sebagai “pilar keempat demokrasi.”

Berangkat dari pemikiran di atas, studi ini berfokus pada *framing* berita seperti apa

yang digunakan salah satu media (dalam hal ini Kompas.com) terkait isu Sandi dengan menyertakan konsep aktor politik dan relasinya dengan peran media dan khalayak dari Jamil, Snow, dan Benford serta konsep *master frame* dan *frame resonance* dari Klandermans dan Meluccin. Signifikansi kajian, ditinjau dari sisi akademis hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bentuk penguatan teoritis potensi *framing* negatif pada media ternama; terutama jika isu yang diangkat menyangkut kepentingan dan ideologi internal media bersangkutan serta menyangkut kepentingan politik penguasa. Sementara dari sisi praktis, hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi publik agar selalu berhati-hati dalam memaknai isi, narasi, dan wacana berita, agar masyarakat tidak terjebak pada *framing* berita yang potensial muncul dalam pengonstruksian berita oleh wartawan/media.

## LANDASAN KONSEP

### Konstruksi Sosial

Untuk memahami bagaimana *framing* Kompas.com bekerja, kita perlu memosisikan kajian ini dalam pemahaman paradigma konstruktivis yang bangunan teoretisnya dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (Berger, 1990). Menurut kedua sosiolog ternama itu, manusia sesungguhnya adalah produk dialektis antara diri (*the self*) dengan dunia sosiokultural.

Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai agen/aktor yang memproduksi sekaligus reproduktor yang mengonstruksi secara kreatif dunia sosialnya (*constructed of reality*) (Parera dalam Berger & Luckmann, 2013). Sementara bagi Thomas Khun (Adian, 2002), konstruktivisme adalah pandangan yang meyakini bahwa semesta secara epistemologi adalah hasil konstruksi sosial manusia. Bahasa sebagai instrumen utama yang menarasikan ilmu pengetahuan dan kebudayaan bukanlah cermin semesta, melainkan pembentuk semesta.

Berbasis pemahaman teori konstruksi sosial, dapat dipahami jika media (sebagai produsen teks atau konstruktor berita) sesungguhnya tidak meliput, menulis atau

menarasikan peristiwa sebagaimana adanya. Sebab, realitas sosial bukan sesuatu yang bisa dioper begitu saja oleh media menjadi sebuah berita. Realitas sosial adalah produk interaksi resiprokal antara media dengan berbagai fakta atau peristiwa sosial yang senantiasa hadir menyertai aktivitasnya (Eriyanto, 2011).

### Media dan *New Media*

Dari sisi kaidah jurnalistik, Charnley, Hester, dan Stein memaparkan definisi dan ciri berita (Romli, 2009). Menurut Charnley, berita adalah laporan tercepat dari satu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca. Sementara menurut Hester, sebagai karya jurnalistik harus berciri cepat, nyata, aktual, faktual, dan ketepatan waktu.

Media *online* yang juga biasa disebut *cyber media*, media internet atau media baru (*new media*) yang dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet (Romli, 2012a). Dalam perspektif studi media, media *online* menjadi objek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/formasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipatif, kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media; juga mencakup aspek generasi *real time*. Menurut Chun (Romli, 2012a), *new media* merupakan penyederhanaan (simplifikasi) istilah dari bentuk media di luar lima media massa konvensional, seperti televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluid*), konektivitas individual dan berfungsi sebagai sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. Meski demikian, ciri-ciri massal (*mass features*) bukanlah karakteristik utama *new media*.

Kehadiran media baru, faktual telah mengubah cara manusia berkomunikasi, termasuk cara mendapatkan berita/informasi, cara membaca berita di media cetak, serta cara melihat gambar di majalah, mendengar radio, dan menonton program televisi (Ks & Soemardjo, 1999) Namun, pada prinsipnya media baru tidak mengubah mekanisme kerja para profesional yang bekerja pada media massa. Yang berubah hanya bentuk transmisi pesan yang sudah menggunakan digitalisasi.

Setidaknya terdapat empat ciri dari media baru: (1) komunikasi yang termediasi melalui komputer; (2) jaringan komunikasi; (3) pesan yang terdigitalisasi; dan (4) semua pesan media menjadi bersifat konvergen.

Berita yang tersaji pada media (termasuk pada *new media*) jika dianalisis dari sudut pandang wacana kritis akan menghasilkan “simpulan” yang berbeda. Substansi dan nilai sebuah berita, tak hanya terkait perkara teknis kaidah bahasa, atau sekedar memenuhi unsur syarat berita (faktual, aktual, penting, menarik, cepat, nyata, dan ketepatan waktu), mencukupi syarat 5W+1H (apa, di mana, kapan, siapa, kenapa, dan bagaimana), maupun melengkapi syarat kategori berita (*straight news*, *depth news*, *investigation news*, *interpretative news* atau *opinion news*), namun lebih dari itu, menurut pandangan konstruktivis dan kritikal sebuah berita juga memuat aspek “meta-struktur” (nilai, *interest*, dan ideologi). Sebab, di atas apa yang tampak (struktur bahasa) terdapat *universe of discourse* yang mengikat sebuah teks berita/wacana.

Artinya, berita bukan sekedar kumpulan frasa, kata, kalimat, wacana atau konsep tertentu, akan tetapi berita juga memuat bias, tendensi, kepentingan, dan ideologinya sendiri. Di balik sebuah berita sesungguhnya “tersembunyi” ideologi penulisnya. Berita adalah representasi simbolis dari nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat, kelompok atau komunitas ideologi tertentu (Badara, 2012). Dalam teks berita, ideologi adalah sebuah proses dialektika kuasa dari pergumulan wacana yang berlangsung tidak seimbang antarkelompok yang ada di dalam masyarakat (dominan vs marjinal). Althusser bahkan melihat ideologi sebagai praktik daripada sebagai sebuah *idea* (Eriyanto, 2001).

Menurut Bordieu dalam Rokhman & Surahmat (2016), bahasa tidak beroperasi di ruang hampa tetapi eksis dalam kehidupan sosial-budaya. Praktik bahasa dipengaruhi oleh beragam kepentingan (politik, ekonomi, sosial, budaya, dst). Dalam berita, pemilihan judul, penentuan kata, *setting* kalimat (diksi), pemosisian subjek pembicaraan, penentuan simbol, tanda atau gambar, serta konstruksi peristiwa yang menjadi objek pemberitaan—sekali lagi—bukanlah sekedar perkara teknis

jurnalistik, namun ia terkait dengan “politik bahasa”. Oleh sebab itu, narasi teks berita memiliki kaitan dengan ideologi, kendati memang sangat sulit untuk mengungkap ideologi (praktik kekuasaan atau relasi kuasa) seperti apa yang bersemayam di balik sebuah narasi teks berita (Badara, 2012).

Ditinjau dari konseptualisasi aktor politik dan relasinya dengan *framing* media, Sandi adalah aktor politik yang secara aktif bersaing dalam memperebutkan makna terkait citra dirinya dalam lalu lintas pemberitaan media, utamanya terkait isu bahwa dirinya akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta. Media adalah entitas yang berperan dalam menyebarkan *frame* atas peristiwa politik, sehingga pemaknaan dari peristiwa politik bisa teresonansi dan memberi dampak dalam kehidupan publik. Sementara elemen khalayak berkaitan dengan sumber dukungan bagi pembentukan opini publik.

Studi Jamil (2014) menunjukkan ada keterkaitan antara elemen aktor politik, peran (dan fungsi) media, dan posisi khalayak. Relasi ketiga elemen itu merupakan satu kesatuan utuh dalam konteks pertarungan makna (*discourse*) yang berlangsung di ruang pemberitaan media.

*Frame* atas peristiwa politik adalah hasil konstruksi media yang bersumber dari aktivitas para aktor politik. *Frame* yang muncul atas suatu peristiwa politik tidak dilihat sebagai proses alamiah, tetapi harus dipahami sebagai proses strategis (*strategic frame*), yakni terkonstruksinya *frame* sebagai aktivitas politik yang saling memengaruhi di antara aktor politik, media, dan khalayak. Proses *framing* media tidak berjalan linier, karena saat media membentuk *frame* atas aktivitas aktor politik tertentu, sesungguhnya para aktor politik juga tengah memanfaatkan *frame* hasil konstruksi media untuk memengaruhi pemikiran khalayak, baik untuk peningkatan citra diri, perluasan ide/gagasan atau komitmen politik tertentu. David Snow menyebut pbingkaihan (*framing*) adalah proses dimana para aktor politik menciptakan dan menggelindingkan wacana yang dapat bergema di antara mereka yang menjadi target mobilisasi (Hasan, 2012).

## METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis. Melalui penggunaan paradigma konstruktivis, kajian ini ditujukan melakukan analisis atas *framing* berita terkait wacana politik Sandi yang teks beritanya dikonstruksi oleh Kompas.com akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta pasca kekalahannya sebagai cawapres pada Pilpres 2019 lalu. Analisis dalam kajian ini ditujukan untuk menyibak *framing* seperti apa yang digunakan Kompas.com untuk mengonstruksi pemberitaan tersebut.

Analisis dilakukan melalui empat elemen analisis *framing* Entman, meliputi: *define of problem* (bagaimana suatu isu atau peristiwa dilihat? sebagai apa? atau sebagai masalah apa?); *diagnose causes* (peristiwa itu disebabkan oleh apa? apa yang dianggap sebagai penyebab suatu masalah? siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah?); *make moral judgement* (nilai moral seperti apa yang ditampilkan untuk menjelaskan masalah? nilai mental seperti apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?); dan *treatment recommendation* (format penyelesaian seperti apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah?). Analisis interpretatif sebagai metode analisis teks meyakini bahwa wartawan/media adalah aktor penafsir (*intepreted actor*) yang memiliki kesadaran, motif, dan kepentingan tertentu dalam bertindak (Rahardjo, 2018).

Adapun pemilihan Kompas.com sebagai objek penelitian tunggal dilatari oleh beberapa pertimbangan berikut. Pertama, Kompas.com adalah versi berita *online* yang sumbernya berasal dari pemberitaan Kompas cetak. Sebagai media nasional ternama, pemberitaan Kompas.com (versi *online* dari Kompas cetak) atas satu peristiwa memiliki pengaruh dalam pembentukan opini publik di tingkat nasional (Keller, 2009). Kedua, secara historis, kehadiran Kompas sulit dilepaskan dari berbagai fase perubahan politik nasional yang penuh gejolak, terutama perubahan kebijakan politik dari era Orde Lama ke era Orde Baru. Dalam transisi politik itu, Kompas kemudian tampil dalam wajah jurnalistik modern dan profesional, namun dengan gaya jurnalistik “kepiting” yang *eufemis* dan penuh

kehati-hatian (Hill, 2011; Utomo, 2015; Rachanca, 2018). Ketiga, setiap media massa memiliki ideologi yang berbeda, yang terlihat dari visi dan misinya. Kompas adalah media dengan ideologi nasionalis (Suryana, 2008).

Namun, menyangkut teknis penyajian pemberitaan, jika isu berita yang diangkat terkait dengan isu-isu politik sensitif—terutama yang bersentuhan langsung dengan kepentingan politik pemerintah—kebijakan redaksi Kompas akan tetap “berhati-hati” dengan “gaya bahasa berputar-putar” (Oetama, 1989). Keempat, studi ini ingin menguji kembali hasil kajian sebelumnya, bahwa Kompas juga bisa bertindak subjektif saat mengangkat isu politik sensitif, seperti isu yang terkait dengan citra Sandi, Prabowo atau Anies Baswedan yang “kurang disukai pemerintah”; dan merespon positif saat memberitakan citra Basuki Tjahaja Purnama yang mendapat “dukungan pemerintah” (Supardi, 2017; Anggoro & Gono, 2017; Andriyanto, et. al., 2018; Launa, 2018). Kelima, pemilihan Kompas.com sebagai satu-satunya objek penelitian dilatari oleh pertimbangan pertama, untuk membuktikan bahwa sebagai media terbesar, ternama, dan berskala nasional, Kompas cenderung dipersepsi publik sebagai “media objektif”. Kedua, sebagai media dengan moto “Hati Nurani Rakyat” (Kompas cetak) dan “Jernih Melihat Dunia” (Kompas.com), benarkah Harian Kompas dan Kompas.com telah memosisikan dirinya sebagai media yang objektif dan berimbang serta bebas dari pengaruh atau kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan? (Kompas.com, 2019).

Dari hasil amatan penulis sepanjang bulan April 2019, setidaknya terdapat tujuh teks berita yang terkait isu Sandi yang dikonstruksi Kompas.com akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta. Dari tujuh teks berita yang ada, hanya empat teks berita yang dipilih secara purposif untuk

dianalisis. Adapun alasan pemilihan empat teks berita karena keempat teks berita dianggap sudah cukup representatif mewakili sampel kajian. Objek analisis adalah situs berita di laman Kompas.com, sementara subjek kajian adalah teks berita yang terkait dengan wacana Sandi akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta yang terdapat di laman Kompas.com.

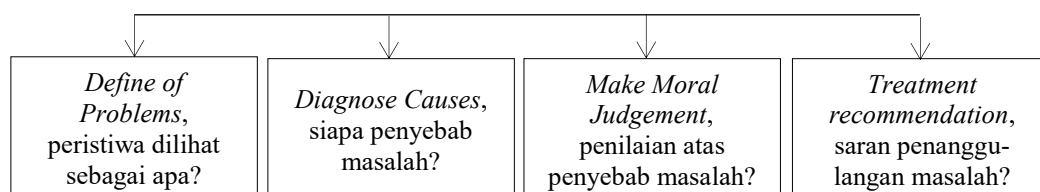
Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Data primer berupa teks berita yang diperoleh dari Kompas.com diklasifikasi dengan teknik analisis kualitatif (deskriptif-interpretatif). Sumber data lain adalah data sekunder dan data tersier. Adapun teknik analisis data dilakukan melalui empat tahapan berikut: tahap pengumpulan dan klasifikasi (pemilihan dan pemilahan data); tahap identifikasi dan kategorisasi data yang akan disusun ke dalam satuan-satuan analisis; tahap interpretasi dan analisis data (teks berita); dan tahap penarikan simpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Penyajian Data dan Analisis

*Frame Berita.* Pada judul “Bisakah Sandiaga Kembali Jadi Wagub DKI?” (edisi Kamis, 18 April 2019). Pada edisi ini, Kompas.com terlihat menyajikan model penulisan berita berciri *opinion news* atau *interpretative news*, dimana judul berita yang ditulis oleh Kompas.com diakhiri dengan kalimat tanda tanya; yang menunjukkan unsur keraguan dalam penulisan judul berita.

Ini menunjukkan adanya motif untuk memaksakan menulis suatu tema berita yang sumber kebenarannya masih samar. Dalam rangkaian kalimat berita yang disusun ke dalam fakta berita, Kompas.com hanya mengandalkan sumber informasi berita dari hasil wawancara.



Sumber: Elemen analisis *framing* Robert Entman (1993).

Gambar 1. Analisis *Framing* Model Robert Entman

Ada kesan Kompas.com menyembunyikan motif *framing* beritanya, yakni bahwa fakta kekalahan Sandi dalam Pilpres 2019 akan berujung pada keinginan Sandi untuk kembali menjabat sebagai Wagub DKI Jakarta sebagai legitimasi penulisan berita. Berita Kompas.com terkesan dipaksakan karena tidak mendasari penulisan berita pada sumber yang jelas, seperti *who* (siapa sumber berita yang menyatakan bahwa Sandi akan kembali duduk sebagai Wagub DKI); *what* (apa isi utama informasi/berita yang diperoleh sudah di cek kebenarannya); *why* (kenapa dan atas dasar alasan apa Kompas.com menulis berita tentang Sandi tanpa disertai sumber informasi terpercaya); *where* (di mana informasi terkait berita tentang Sandi itu didapat); *how* (bagaimana informasi itu diperoleh?).

Dalam pemberitaannya, Kompas.com juga tidak memberi argumentasi yang *clear*

dan berimbang. Tidak *clear* karena berita Kompas.com tidak menampilkan sumber asal berita yang bisa dijadikan fakta penulisan berita. Tidak berimbang (*imbalance*) karena hanya menggunakan satu narasumber (Plt. Dirjen Otda, Kemendagri), itu pun sekedar melakukan konfirmasi atas isu Sandi akan kembali menjabat sebagai wagub dalam bentuk wawancara. Narasi berita Kompas.com juga bersifat konjungtif, yakni mencoba mengaitkan isu akan kembalinya Sandi sebagai Wagub DKI dengan kekealahannya dalam kontestasi Pilpres 2019. Kompas.com juga membangun narasi berita dengan mempertanyakan latar moral atau etika Sandi. *Frame* berita seperti ini bersifat peyoratif, karena bisa dimaknai sebagai penurunan citra Sandi yang dikesankan sebagai sosok “haus jabatan” (sebagai makna tersembunyi).

**Tabel 1**  
**Teks Berita Kompas.com**

Tanggal Terbit	Rubrik	Jam Terbit	Judul Berita
Kamis, 18/4/2019	Megapolitan	18:01	“Bisakah Sandi kembali Jadi Wagub DKI?”
Kamis, 18/4/2019	Megapolitan	18:45	“Kemendagri Ingatkan Tak Etis jika Sandi kembali Jadi Wagub DKI”
Kamis, 18/4/2019	Megapolitan	20:47	“Ini yang Harus Dilakukan jika Sandi Ingin Kembali Dijadikan Wagub DKI”
Jum’at, 19/4/2019	Megapolitan	09:36	“Sandi Uno dan Kemungkinan Kembali Jadi Wagub DKI”

Sumber: Kompas.com (Nailufar, 2019a; Nailufar, 2019b; Nailufar, 2019c; Nailufar, 2019d)

**Tabel 2**  
**Analisis Teks Berita 1**

Judul Berita	Elemen	Framing	Sumber Berita
“Bisakah Sandi kembali Jadi Wagub DKI?”	<i>Define of Problems</i>	Munculnya pertanyaan mengenai kemungkinan Sandi kembali menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta.	Akmal Malik (Plt. Direktur Jenderal Otonomi Daerah Kementerian Dalam Negeri)
	<i>Diagnose Causes</i>	Kekalahan pasangan Prabowo Subianto-Sandi dalam Pilpres 2019 menurut hasil hitung cepat sejumlah lembaga survei.	
	<i>Make Moral Judgement</i>	Tidak ada aturan yang melarang Sandi kembali menjadi wagub. “Secara etika, langkah [kembali sebagai wagub] itu tidak etis.” “Jika hal itu dilakukan [kembali menduduki jabatan sebagai wagub], harus ada argumentasi yang kuat atas inkonsistensi [sikap Sandi yang sudah memilih mundur] itu.”	
	<i>Treatment Recommendation</i>	“... harus ada argumentasi jelas kenapa ditarik. Publik pasti bertanya itu, karena haknya ada	

di partai pengusung."  
"[karena] sebelum melenggang  
sebagai calon wakil presiden,  
Sandiaga Uno [telah] melepas  
jabatannya sebagai Wakil  
Gubernur DKI Jakarta.

---

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

*Problem identification.* Kompas.com mengonstruksi narasi, bahwa seolah-olah pasca kekalahan Sandi dalam Pilpres 2019, ia akan kembali duduk sebagai Wagub DKI. Problemanya, konstruksi narasi berita tidak dilatari oleh sumber berita yang valid, hanya dilatari oleh "dugaan" (seperti terlihat dari judul berita yang diawali dengan kalimat "bisakah" dan diakhiri dengan kalimat "tanda tanya" [?]). Kalimat judul berita bernuansa dugaan seperti ini harusnya dihindari, karena secara semiotik dapat dimaknai sebagai bentuk "penandaan politik" untuk menggiring opini publik, bahwa Sandi (Cawapres nomor urut dua dan mantan Wagub DKI Jakarta) berkarakter "ambigu" (inkonsisten); karena masih berambisi besar untuk kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta ketika ia dan pasangannya (Prabowo Subianto) sudah dinyatakan kalah di Pilpres 2019.

Penonjolan diksi Kompas.com, seperti pilihan kalimat: "ada etika [yang] harus diperhatikan," (p10) dan kalimat: "etika ingin menarik lagi [pernyataan pengunduran diri yang sudah disampaikan] harus ada argumentasi jelas .... [karena] publik pasti bertanya, [walaupun hal itu menjadi] haknya partai pengusung," (p11) bisa saja konstruksi kalimat dilatari oleh kepentingan politis atau motif tertentu untuk menggiring opini publik. Dalam konstruksi beritanya, Kompas.com telah melakukan seleksi dan penonjolan isu, melalui konstruksi bagian tertentu dari berita, guna menggiring opini/persepsi publik terkait "rendahnya etika Sandi" (yang masih saja berambisi untuk kembali menduduki posisi lamanya Wagub DKI pasca kekalahannya sebagai cawapres di Pilpres 2019).

*Causal interpretation.* Dari keseluruhan narasi berita Kompas.com, Sandi diposisikan sebagai aktor penyebab masalah karena keinginannya untuk kembali duduk sebagai Wagub DKI sebagai fakta berita. Dalam paragraf 13, Kompas.com menulis: "Dalam pidato pengunduran diri yang dibacakannya

di rapat paripurna DPRD DKI Jakarta pada 27 Agustus 2018, Sandi memilih mengundurkan diri kendati [Sandi] bisa [ambil] cuti dan kembali jika kalah." Penekanan pada kalimat "pengunduran diri" ini menjadi *framing* yang digunakan untuk menekankan inkonsistensi sikap politik Sandi. Dari makna kalimat, sulit untuk menegasi motif tersembunyi Kompas.com: ada tujuan untuk menggiring opini pembaca agar memaknai sosok Sandi secara negatif.

*Moral evaluation.* Evaluasi moral dalam pemberitaan terdapat pada paragraf 3: "Tidak ada aturan yang melarang Sandi kembali menjadi wagub" (kutipan pernyataan Plt.. Dirjen Otda, Kemendagri). Namun, jika kita baca dari keseluruhan *frame* berita, kutipan pernyataan ini adalah kalimat antara untuk memberi tekanan atas klaim moral berita, terutama menyangkut aspek "integritas diri" dan "konsistensi sikap" Sandi selaku cawapres yang sudah menyatakan mundur sebagai Wagub DKI Jakarta. Konstruksi berita dengan klaim moral seperti ini tentu sangat berbahaya bagi perlindungan citra diri Sandi.

*Treatment recommendation.* Dari keseluruhan narasi berita, Kompas.com memberi rekomendasi: (1) "Secara etika, langkah [kembali sebagai wagub] itu tidak etis" (p9); (2) "Jika hal itu dilakukan [kembali menduduki jabatan sebagai wagub, harus ada argumentasi yang kuat atas inkonsistensi [sikap Sandi yang sudah memilih mundur] itu" (p9); (3) "... harus ada argumentasi jelas kenapa ditarik. Publik pasti bertanya itu, karena haknya ada di partai pengusung" (p11); dan (4) "[karena] sebelum melenggang sebagai calon wakil presiden, Sandiaga Uno [telah] melepas jabatannya sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta (p12). Rekomendasi ini jelas memberi tekanan *framing* negatif pada citra diri Sandi, di mana seolah-olah Sandi tidak memiliki moral dan etika selaku pejabat publik yang sudah



mundur; serta Sandi juga harus memiliki argumentasi yang jelas kepada publik atas sikap inkonsistensinya itu.

*Frame berita.* Pada judul “Kemendagri Ingatkan Tak Etis Jika Sandiaga Kembali Jadi Wagub DKI” (edisi Kamis, 18 April 2019), Kompas.com kembali menyajikan berita terkait peringatan Kemendagri soal “etika” jika Sandi ingin kembali duduk sebagai Wagub DKI. Dengan dua judul berita yang seolah berbeda, namun dengan substansi berita dan narasumber yang sama (Plt. Dirjen Otda, Kemendagri), pemberitaan Kompas.com di edisi Kamis (18/4) terlihat memiliki motif yang kuat untuk menyoal etika (politik) Sandi, dengan *setting* narasi “Saat ini, [sudah ada] dua nama kandidat Wagub DKI pengganti Sandi [yang] sudah diterima Gubernur DKI Anies Baswedan dan diteruskan ke DPRD (Ahmad Syaikhu dan Agung Yulianto dari PKS) .... namun, DPRD

belum mulai menyiapkan pemilihan” (p4). Narasi Kompas.com sepertinya mencoba memberi latar argumentasi “etika” agar penekanan aspek inkonsistensi sikap politik Sandi yang dikonstruksinya terkesan relevan. Kompas.com juga melakukan trik atau teknik konjungsi, yakni mengaitkan isu kembalinya Sandi sebagai Wagub DKI Jakarta akibat kekalahannya pada Pilpres 2019 sebagai latar aktualitas berita. Konjungsi ini tercermin dari konstruksi kalimat: “Kini, hasil hitung cepat dari sejumlah lembaga survei menunjukkan Jokowi-Ma'ruf unggul dengan selisih sekitar 10 persen dari Prabowo-Sandi.” (p11) dan “Hasil hitung cepat Litbang Kompas, dengan sampel masuk 97 persen, [menunjukkan pasangan] Jokowi-Ma'ruf unggul dengan 54,52 persen .... adapun Prabowo-Sandi 45,48 persen .... [kendati] hasil hitung cepat memang bukan hasil resmi.” (p13 dan p14).

**Tabel 3**  
**Analisis Teks Berita 2**

Judul Berita	Elemen	Framing	Sumber Berita
“Kemendagri Ingatkan Tak Etis jika Sandiaga Kembali Jadi Wagub DKI”	<i>Define of Problems</i>	Wacana etika Sandiaga Uno kembali jadi Wagub DKI.	Akmal Malik (Plt. Direktur Jenderal Otonomi Daerah Kementerian Dalam Negeri)
	<i>Diagnose Causes</i>	Kekalahan Sandi (dan pasangannya, Prabowo Subianto) dalam kontestasi Pilpres 2019.	
	<i>Make Moral Judgement</i>	Nama pengganti Sandi sebagai Wagub DKI Jakarta yang sudah diusulkan (Akhmad Syaikhu dan Agung Yulianto dari PKS) bisa dibatalkan, dan nama Sandi bisa kembali dimasukkan sebagai penggantinya.	
	<i>Treatment Recommendation</i>	“[kendati Tidak ada larangan ... memasukan kembali nama Sandi, namun] Ada etika [yang] harus diperhatikan. Ketika ingin menarik lagi [dua nama kader PKS yang telah diusulkan ke DPRD DKI Jakarta] harus ada argumentasi jelas kenapa ditarik?” “[sebab] Dalam pidato pengunduran diri yang dibacakan di rapat paripurna DPRD DKI pada 27 Agustus 2018, Sandi [telah] memilih mengundurkan diri sebagai wakil gubernur.”	

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

*Problem identification.* Kompas.com kembali menempatkan wacana etika terkait isu Sandi yang akan kembali duduk ke

jabatan Wagub DKI Jakarta sebagai masalah utama berita. Penekanan Kompas.com atas wacana etika dan moral Sandi terlihat dari

penonjolan pernyataan narasumber dalam kalimat berita berikut: “mengatakan, tidak ada aturan yang melarang Sandiaga Uno kembali menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta ... hanya saja, ia [Akmal Malik] mengingatkan, langkah itu tak etis” (p1 dan p2). “Tidak ada aturan yang melarang [Sandi kembali ke jabatan lamanya sebagai Wagub DKI Jakarta], tetapi itu sangat tidak etis. Bagaimana [dengan] dua nama yang sudah diajukan dua partai pengusung (menjadi Cawagub DKI), kok ditarik” (p3). Dapat diidentifikasi bahwa pada paragraf 1, *framing* diarahkan seolah-olah Sandi memang ingin kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta, dengan konstruksi kalimat “tidak ada aturan yang melarang.” Sementara pada paragraf 2 dan 3 konstruksi berita diarahkan pada persoalan etika (seolah-olah Sandi tidak memiliki etika politik) dengan penekanan pada kalimat “langkah [Sandi] itu tak etis” dan “bagaimana [nasib] dua nama yang sudah diajukan partai pengusung, kok ditarik [kembali].” *Causal interpretation*. Makna substansi berita dari hasil wawancara tersebut diarahkan untuk mengonstruksi adanya aspek pengabaian etika politik Sandi sebagai penyebab masalah (*problem maker*). Pengabaian etika/moral yang dilakukan Sandi adalah dampak samping dari kekalahannya dalam Pilpres 2019. Konstruksi berita seperti ini bersifat tuduhan halus (insinuatif), menghubungkan (konjungtif), berlebihan (hiperbola), dan mengada-ada.

*Moral evaluation*. Klaim moral yang dijadikan *framing* Kompas.com adalah pada pengabaian etika sebagai penyebab masalah (*problem maker*); sebaliknya kedua pasang Cawagub DKI (Ahmad Syaikh dan Agung Yulianto dari PKS) yang telah diajukan namanya ke DPRD DKI Jakarta dikonstruksi sebagai korban dari ambisi politik Sandi.

*Treatment recommendation*. Kompas.com merekomendasikan: (1) “[kendati] Tidak ada larangan ... [memasukan kembali nama Sandi, namun] ada etika [yang] harus diperhatikan. Ketika ingin menarik lagi [dua nama kader PKS yang telah diusulkan ke DPRD DKI Jakarta] harus ada argumentasi jelas kenapa ditarik?”; (2) “[sebab] Dalam pidato pengunduran diri yang dibacakan di

rapat paripurna DPRD DKI pada 27 Agustus 2018, Sandiaga [sudah] memilih mundur sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta.” Rekomendasi Kompas.com yang tidak dilatari oleh fakta berita dengan sumber kebenaran informasi yang teruji, berujung pada lahirnya opini sepihak atas isu Sandi yang menggema di ruang publik, tanpa menimbang faktualitas, objektivitas, dan validitas berita.

*Frame* berita. Pada judul berita “Ini yang Harus Dilakukan Jika Sandiaga Ingin Kembali Dijadikan Wagub DKI” (edisi Kamis, 18 April 2019), Kompas.com kembali menyajikan *framing* berita terkait peringatan Kemendagri tentang syarat atau persiapan apa yang harus dilakukan jika Sandi ingin kembali jadi Wagub DKI. Konstruksi berita kembali disajikan Kompas.com pada edisi di hari yang sama (Kamis, 18/4) untuk berita sejenis yang ketiga kalinya. Dalam konstruksinya, Kompas.com menekankan syarat yang harus dilakukan Sandi yang di-*framing* berniat kembali sebagai Wagub DKI (mengacu hasil interview Kompas.com dengan Plt. Dirjen Otda, Kemendagri). Konstruksi berita: (1) keinginan Sandi tersebut dilatari oleh kekalahannya dalam kontestasi Pilpres 2019; (2) ada persoalan etika yang harus dipertimbangkan jika Sandi berniat (memiliki motif politis kuat) untuk kembali ke posisi lamanya sebagai Wagub DKI Jakarta; (3) proses pemilihan Wagub DKI harus diulang (mengacu Pasal 176 UU No. 10/2016 tentang Pemilihan Kepala Daerah); dan (4) Sandi harus memiliki argumentasi yang kuat dan jelas kepada publik Jakarta dan pimpinan partai pengusung kenapa dirinya ingin kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta.

*Problem identification*. Kompas.com kembali menempatkan wacana Sandi akan kembali sebagai Wagub DKI sebagai *problem* utama. Kompas.com memberi tekanan pada aspek etika (moral) dan syarat (tata cara) yang harus dipenuhi Sandi jika ia tetap berkeinginan untuk kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta. Konstruksi judul berita Kompas.com seperti ini cenderung bersifat tendesius dan insinuatif.

**Tabel 4**  
**Analisis Teks Berita 3**

Judul Berita	Elemen	Framing	Sumber Berita
"Ini yang Harus Dilakukan jika Sandiaga Ingin Kembali Dijadikan Wagub DKI"	<i>Define of Problems</i>	Wacana SU kembali menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta.	Akmal Malik (Plt. Direktur Jenderal Otonomi Daerah Kementerian Dalam Negeri)
	<i>Diagnose Causes</i>	"Proses pemilihan Wagub DKI Jakarta harus diulang jika ingin mengembalikan cawapres Sandiaga Uno sebagai wagub." " ... berdasarkan Pasal 176 UU No. 10/2016 tentang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), partai pengusung gubernur dan wakil gubernur mengajukan dua nama ke DPRD melalui gubernur." "Ketika DPRD tidak menindaklanjuti, nanti partai pengusungnya bertanya, kenapa usulan kami tidak dipilih." "... apakah memungkinkan? Kan sudah final prosesnya." "Publik pasti bertanya kenapa [dua nama kader PKS yang sudah diajukan] ditarik." "Dalam pidato pengunduran diri yang dibacakannya di rapat paripurna DPRD DKI Jakarta pada 27 Agustus 2018, Sandiaga memilih mengundurkan diri sebagai wakil gubernur." "Tidak ada larangan [mengusulkan kembali nama Sandi] ...[namun] ada etika [yang harus] diperhatikan." " ... perlu ada argumentasi kuat jika langkah itu [mengusulkan kembali nama Sandi sebagai wagub [DKI] dilakukan."	
	<i>Make Moral Judgement</i>		
	<i>Treatment Recommendation</i>		

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

*Causal interpretation.* Dalam substansi narasi pemberitaannya, Kompas.com kembali menempatkan wacana etika dan tatacara (syarat) yang harus dilakukan oleh Sandi untuk kembali sebagai Wagub DKI. Tekanan Kompas.com dari sisi etika dan tata cara terlihat dari penonjolan pernyataan narasumber dalam kalimat berita yang bersifat insinuatif: "Proses pemilihan Wagub DKI Jakarta harus diulang jika ingin mengembalikan Cawapres Sandiaga Uno sebagai wagub" (p2) dan "... berdasarkan Pasal 176 UU No. 10/2016 tentang Pemilihan Kepala Daerah, partai pengusung gubernur dan wakil gubernur mengajukan dua nama ke DPRD melalui gubernur" (p3). Dapat diidentifikasi bahwa pada paragraf 1 dan 2 di atas, *framing* berita kembali diarahkan bahwa

seolah-olah Sandi tidak mengindahkan etika, tata cara atau prosedur pemilihan Cawagub DKI Jakarta yang prosesnya sudah selesai dilakukan oleh DPRD Provinsi DKI Jakarta.

*Moral evaluation.* Klaim moral terlihat pada diksi "pengabaian etika" (Sandi) pada partai pendukung capres-cawapres koalisi Prabowo-Sandi yang sudah mengajukan dua nama cawagub (Ahmad Syaikh dan Agung Yulianto dari PKS) sebagai calon pengganti Sandi, soal aspirasi publik, dan pernyataan pengunduran diri sebagai wagub di depan rapat paripurna DPRD Provinsi DKI Jakarta pada tanggal 27 Agustus 2018 sebagai penyebab masalah. Sebaliknya, isu usulan partai pengusung koalisi Capres-Cawapres Prabowo-Sandi, isu aspirasi publik, dan isu nasib dua kader PKS yang namanya telah

diproses sebagai cawagub di DPRD DKI Jakarta dikonstruksi Kompas.com sebagai “korban ambisi pribadi Sandi.” Konstruksi berita dengan klaim moral seperti ini jelas bersifat *opinion news* dan *interpretative news*.

*Treatment recommendation.* Dari keseluruhan *framing* berita, Kompas.com merekomendasi dua hal. Pertama, kendati tak ada larangan untuk mengusulkan kembali nama Sandi sebagai Wagub DKI, namun ada etika politik yang harus diperhatikan. Kedua, Sandi memerlukan argumentasi kuat jika langkah pengunduran dirinya itu ditarik atau dibatalkan; dan mengusulkan kembali namanya sebagai Wagub DKI Jakarta.

*Frame* berita. Pada judul “Sandiaga Uno dan Kemungkinan Kembali Jadi Wagub DKI” (edisi Jumat, 19 April 2019), Kompas.com kembali menyajikan wacana proses pemilihan Wagub DKI Jakarta yang harus diulang jika Sandi ingin kembali duduk ke posisi lamanya sebagai Wagub DKI (hasil wawancara Kompas.com dengan Plt.. Dirjen Otda, Kemendagri). Konstruksi berita yang disajikan Kompas.com pada edisi Jumat (19/4/2019) tersebut masih berkutat pada isu yang sama, yakni menonjolkan: (1) keinginan Sandi untuk kembali diusulkan sebagai calon Wagub DKI Jakarta; (2) tidak ada aturan yang melarang Sandi untuk kembali menduduki kembali posisi lamanya sebagai Wagub DKI Jakarta, namun ada persoalan etika yang harus ia dipertimbangkan; (3) Sandi harus menimbang aspirasi publik dan partai pengusung; dan (4) Sandi harus memiliki argumentasi yang kuat (baik kepada publik, partai pengusung maupun legislatif Jakarta).

*Problem identification.* Kompas.com memberitakan kembali wacana (untuk keempat kalinya dari keseluruhan teks berita yang terkait dengan pemberitaan Sandi yang dikonstruksi akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta) dalam proses pemilihan Wagub DKI dengan penekanan pada diksi “harus diulang” jika Sandi ingin kembali sebagai Wagub DKI. Konstruksi berita seperti ini jelas menunjukkan adanya unsur *framing* negatif atas citra politik Sandi di mata publik.

*Causal interpretation.* Dalam narasi pemberitaannya, Kompas.com kembali menempatkan wacana hasil hitung cepat dari

sejumlah lembaga survei yang menunjukkan pasangan Jokowi-Ma'ruf unggul dari Prabowo-Sandi (dengan selisih perolehan suara sekitar 10 persen) sebagai narasi yang melatari keinginan Sandi untuk kembali duduk ke posisi lamanya sebagai Wagub DKI. Interpretasi sebab-akibat yang melatari konstruksi berita Kompas.com seperti itu, tak hanya menciderai prinsip pemberitaan yang bersifat faktual, objektif, dan berimbang, namun juga menyalahi etika jurnalistik yang menolak bentuk pemberitaan yang insinuatif.

*Moral evaluation.* Kompas.com melakukan klaim moral dalam *framing*-nya, dengan memberi penonjolan berita pada narasi kalimat berikut: “... bisa saja kedua nama itu [Ahmad Syaikh dan Agung Yulianto] dibatalkan dan nama Sandiaga yang dimasukkan sebagai gantinya. Namun perlu ada argumentasi kuat jika langkah itu dilakukan.” “Pastinya diulang dari partai pengusung [yang ingin mengusulkan] lagi [nama Sandi]. [bisa] Diusulkan dua nama [jika nama Sandi ingin kembali dimasukan dalam usulan Cawagub DKI].” Kompas.com juga mengaitkan pemberitaan imajinatif akan kembalinya Sandi sebagai Wagub DKI disebabkan oleh sikap Sandi yang tidak etis dan inkonsisten. Ditelisik dari sisi respresen-tasi simbolik, Kompas.com terlihat berupaya untuk memfaktualiasi wacana berita sebagai isu politis yang sumber informasinya masih samar dengan mengaitkan faktor kekalahan Sandi dalam Pilpres 2019 sebagai penyebab. Framing berita seperti ini ditujukan untuk membangun opini negatif atas citra diri Sandi, guna memicu reaksi negatif publik, dan mendelegitimasi sosok Sandi sebagai politisi muda yang nir etika dan inkonsisten.

*Treatment recommendation.* Dari keseluruhan *framing* berita yang berhasil dikonstruksi, Kompas.com merekomenda-sikan: sebaiknya Sandi menunggu hasil rekapitulasi penghitungan suara berjenjang oleh KPU sebagai mekanisme akhir untuk menetapkan pemenang Pilpres 2019, karena hasil hitung cepat (*quick count*) bukan hasil resmi pemerintah. Konstruksi pada kalimat ini jelas menunjukkan motif tersembunyi Kompas.com: Sandi seharusnya bisa menahan diri dan tidak gegabah dalam memutuskan langkah politiknya untuk

kembali duduk ke jabatan lamanya sebagai Wagub DKI Jakarta.

Kajian *framing* berita Kompas.com yang mengonstruksi Sandi akan kembali ke jabatan lamanya sebagai Wagub DKI Jakarta menunjukkan relevansi dengan pemahaman paradigma konstruktivis yang menekankan posisi wartawan/media sebagai konstruktor berita melalui bahasa dan pemaknannya. Wacana Sandi sebagai realitas sosial simbolik merupakan produk dari ide, gagasan, pemikiran, dan imajinasi yang telah dipilih dan diseleksi oleh wartawan/media. Narasi atas Sandi merupakan hasil konstruksi, yang proses pemaknaannya sulit dilepaskan dari pengaruh atau kepentingan politik. Sebab, khalayak selaku realitas sosial objektif adalah tempat wartawan/media menafsirkan makna politik secara subjektif (dari pengetahuan dan pengalamannya); tempat media menafsirkan realitas sosial berdasarkan visi, misi, ideologi, dan kepentingan pemberitaannya.

Dari sisi *framing* Entman, *frame* pemberitaan Kompas.com terkait isu Sandi

merupakan struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang diorganisasi Kompas.com untuk memengaruhi wacana politik dan menyediakan kategori-kategori tertentu (*saliency* dan *selection*) pada khalayak untuk menafsirkan realitas politik terkait isu Sandi yang akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta. Sebagai kode linguistik, para aktor politik yang mengomunikasikan pesan-pesan politik akan selalu menghadapi *framing* berita media melalui praktik bahasa untuk menandai dan secara sintaksis merelasikan pola-pola, peristiwa-peristiwa atau isu-isu politik yang telah ditetapkan sebagai wacana utama.

*Framing* berita Kompas.com atas isu Sandi juga terkait ideologi dan kepentingan Kompas.com (karena isu Sandi terkait dengan kepentingan politik pemerintah), maka kebijakan redaksional Kompas akan “berhati-hati” saat mengonstruksi fakta berita terkait isu Sandi.

**Tabel 5**  
**Analisis Teks Berita 4**

Judul Berita	Elemen	<i>Framing</i>	Sumber Berita
“Sandiaga Uno Kemungkinan Kembali Jadi Wagub DKI”	<i>Define of Problems</i>	Wacana proses pemilihan wakil gubernur DKI Jakarta harus diulang jika ingin mengembalikan calon wakil presiden Sandiaga Uno sebagai wagub.	Akmal Malik (Plt. Direktur Jenderal Otonomi Daerah Kementerian Dalam Negeri)
	<i>Diagnose Causes</i>	“... hasil hitung cepat dari sejumlah lembaga survei menunjukkan Jokowi-Ma'ruf unggul dengan selisih sekitar 10 persen dari Prabowo-Sandi.” “... bisa saja kedua nama itu [Ahmad Syaikh dan Agung Yulianto] dibatalkan dan nama Sandiaga yang dimasukkan sebagai gantinya. Namun ... perlu ada argumentasi kuat jika langkah itu dilakukan.”	
	<i>Make Judgement</i>	“Pastinya diulang dari partai pengusung [yang ingin mengusulkan] lagi [nama Sandi]. [bisa] Diusulkan dua nama [jika nama Sandi ingin kembali dimasukan dalam usulan Cawagub DKI]”	
	<i>Treatment Recommendation</i>	“Sebaiknya, SU menunggu hasil rekapitulasi yang akan dihitung secara berjenjang oleh KPU sebagai mekanisme akhir untuk menetapkan pemenang Pilpres 2019, karena hasil hitung cepat bukan hasil resmi.”	

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Cara pandang, ideologi, dan kepentingan media inilah yang pada akhirnya menentukan sudut pandang atas fakta yang akan ditulis. Entman menyebut proses ini sebagai proses seleksi atau penekanan isu (agar informasi lebih menarik, bermakna, dan mudah diingat khalayak). Kompas.com juga terlihat mengonstruksi pemberitaan Sandi melalui penggunaan bahasa (kalimat, metafora, konsep, simbol atau citra) melalui strategi identifikasi masalah (bagaimana melihat dan menilai sebuah peristiwa); identifikasi penyebab masalah (siapa yang dianggap penyebab masalah); evaluasi moral (menilai penyebab masalah); dan strategi penanganan masalah (menawarkan solusi dan memprediksikan hasilnya).

Dari sisi teori aktor, Sandi adalah aktor politik yang secara aktif (dalam konteks dinamika politik nasional yang senantiasa berubah) terus bersaing secara kompetitif dengan aktor-aktor politik lainnya dalam memperebutkan makna (citra diri) atas isu politik tertentu yang resonansinya terus bergaung dalam pemberitaan media massa. Kompas.com adalah salah satu portal berita (media sosial) yang berperan penting dalam menyebarkan *frame* pemberitaan politik, sehingga pemaknaan atas isu Sandi bisa teresonansi dan ditafsirkan secara beragam oleh publik. Isu Sandi adalah hasil konstruksi portal berita Kompas.com sebagai bentuk “pembingkai strategis” di ruang publik dari aktivitas politik para aktor politik yang tengah bertarung untuk saling memengaruhi di antara peristiwa politik (isu akan kembalinya Sandi sebagai Wagub DKI), media (Kompas.com), dan khalayak (pembaca berita).

Ditinjau dari konseptualisasi aktor politik dan relasinya dengan *framing* media, Sandi adalah aktor yang secara aktif bersaing dan bertarung dalam memperebutkan makna atas citra dirinya melalui media sebagai entitas yang menyebarkan *frame* atas isu/peristiwa politik, sehingga pemaknaan atas isu/peristiwa politik yang dihasilkan dari konstruksi aktor politik memberi dampak pada pembentukan “gaung bingkai” dalam kehidupan (politik) masyarakat. Keterkaitan antara elemen aktor politik, peran media, dan posisi khalayak menunjukkan adanya aktivitas perebutan makna yang berkompetisi secara intens

di ruang pemberitaan media. Berlangsungnya proses strategis (*strategic frame*) secara dialektis akan menghasilkan konstruksi *frame* media (terkait isu Sandi selaku aktor politik) yang tengah berupaya memengaruhi opini/persepsi khalayak (Jamil, 2014).

Seperti dikatakan Snow, *framing* Kompas.com tidak bisa dilepaskan dari proses konstruksi wacana yang diharapkan bergema kuat pada khalayak sebagai target mobilisasi (Hasan, 2012); untuk memunculkan kembali keluhan-keluhan publik melalui *framing* isu politik yang ditulis media (Klamdermans, dalam Karim & Alamsyah, 2018). Menurut Benford, sebagai kode linguistik, *framing* berfungsi untuk menandai sekaligus merelasi-kan isu-isu politik yang ada (Hasan, 2012). Bagi Mellucin, *framing* adalah seni mengomunikasikan simbol-simbol terpilih untuk meraih “gaung bingkai” guna membujuk dan meraih dukungan pemilih (Hasan, 2012).

Proses *framing* Kompas.com tentu tidak berjalan linear, karena pada saat Kompas.com mengonstruksi pemberitaan terkait citra diri Sandi selaku aktor politik, Sandi sesungguhnya juga tengah memanfaatkan *framing* Kompas.com untuk memengaruhi pemikiran positif khalayak terkait citra dirinya. Sebagai seni mengomunikasikan pesan dan teknik menafsirkan kegelisahan khalayak, *framing* Kompas.com membutuhkan bingkai utama yang perlu disajikan pada khalayak, melalui seleksi isu dan penonjolan simbol yang telah dipilih, diformulasi, dan disesuaikan untuk mencapai “gaung bingkai”. Tujuannya untuk membujuk massa, memunculkan harapan, menciptakan identitas, dan meraih dukungan politik publik. Di sisi lain, Kompas.com juga berkepentingan mengonstruksi isu Sandi yang tengah dipertarungkan oleh para aktor politik di pasar wacana. Di samping seksi dan sensitif, isu Sandi juga punya daya tarik untuk diperbincangkan sebagai *discourse* karena terkait dengan *interest* dan kontrol kekuasaan.

## PENUTUP

### Simpulan

Mengacu pada hasil analisis keempat teks berita Kompas.com sebagaimana telah

disajikan di atas, dapat disimpulkan bahwa Kompas.com cenderung melakukan *framing* negatif terhadap sosok Sandi terkait pemberitaan/isu Sandi akan kembali duduk sebagai Wagub DKI Jakarta. Wacana yang dikonstruksi Kompas.com terkait isu Sandi, dapat disimpulkan sumber asal pemberitaannya tidak terlalu jelas alias samar.

Pemberitaan Kompas.com seyogyanya berisi informasi yang tak hanya mengutamakan unsur aktualitas berita, tetapi juga faktualitas berita, dengan menelisik lebih dalam asul-usul informasi yang menjadi sumber pemberitaannya. Dalam penulisan berita terkait isu Sandi, Kompas.com belum sepenuhnya mendasari informasi tersebut berdasarkan hasil investigasi lapangan (*field*), sehingga penulisan berita tak hanya bersifat *straight news*, namun juga berbasis pada fakta dan data yang valid, akurat, dan verifikasiatif.

### Saran

Pembaca dapat bersikap lebih kritis dalam menyimpulkan isi pemberitaan media. Sementara wartawan/media juga dapat menyajikan berita yang faktual, akurat, objektif, dan berimbang; tidak menulis berita yang sumber informasinya masih bersifat samar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adian, D.G. (2002) Menyoal Obyektivitas Ilmu Pengetahuan. *Traju. Jakarta*.
- Andriyanto, S., Panji, Y. & Sagita, D. (2018) *Konstruksi Berita Pasca Pelantikan Gubernur Baru DKI JAKARTA Anies Baswedan–Sandiaga Uno Periode 2017-2022 (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Media Online Kompas. com, Detik. com, dan Republika. co. id)*.
- Anggoro, I.A., Gono, J.N.S. & Si, M. (2017) Sikap Media Online Kompas. com Terhadap Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama. *Interaksi Online*. 19 (3), 1–19.
- Arifin, A. (2010) *Pers dan Politik: Analisis Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta, Yasrif Watampone.
- Asmara, C.G. (2019) *Mendagri Soal Sandiaga Balik Jadi Wagub DKI: Seyogianya tidak*. [Online]. 2019. CNBC Indonesia. Available from: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190424153703-4-68595/mendagri-soal-sandiaga-balik-jadi-wagub-dki-seyogianya-tidak> [Accessed: 30 April 2020].
- Azdkia, A. (2014) *Media sebagai Aktor Politik*. [Online]. 2014. Available from: <https://www.slideshare.net/pindai/media-sebagaiaktorpolitikagniapindai> [Accessed: 16 March 2020].
- Badara, A. (2012) *Analisis wacana: Teori, metode, dan penerapannya pada wacana media*. Prenada Media.
- Berger, P.L. & T.L. (1990) *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (diterjemahkan dari buku asli The Social Construction of Reality oleh Hasan Basari)*. Jakarta, LP3ES.
- Berger, P.L. & Luckman, T. (2013) *Tafsir sosial atas kenyataan: Risalah tentang sosiologi pengetahuan*. LP3ES.
- Entman, R.M. (1993) Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*. 43 (4), 51–58.
- Eriyanto (2011) *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta, LkiS.
- Eriyanto (2001) *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. Yogyakarta, PT. LKiS Printing Cemerlang.
- Fashri, F. (2014) Pierre Bourdieu: Menyingkap Kuasa Simbol. *Yogyakarta: Jalasutra*.
- Hariyanto, I. (2019) *Soal Isu Sandiaga Balik ke Kursi Wagub DKI, Ini Tanggapan Anies*. [Online]. 2019. detikNews. Available from: <https://news.detik.com/berita/d-4519976/soal-isu-sandiaga-balik-ke-kursi-wagub-dki-ini-tanggapan-anies> [Accessed: 30 April 2020].
- Hasan, N. (2012) *Islam politik di dunia kontemporer: konsep, genealogi, dan teori*. Suka-Press.
- Hill, D.T. (2011) *Pers di Masa Orde Baru*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Jamil, A. (2014) *Gerakan Sosial dalam Perspektif Framing: Studi Pembentukan Proses dan Pertarungan Framing Pada Gerakan Sosial Sengketa Komisi Pemberantasan Korupsi dengan Polri Tahun 2009 dan 2012*. [Online]. Available from: <http://lib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-20364586.pdf>.
- Karim, S. & Alamsyah, A. (2018) Analisis Framing : Konstruksi Pemberitaan Islam dan Politik Pada Harian Amanah 2017. *JPP (Jurnal Politik Profetik)*. [Online] 6 (2), 198–233. Available from: <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jpp/article/download/6867/5660>.

- Keller, A. (2009) *Tantangan Dari Dalam*. Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung (FES) Indonesia Office.
- Kompas.com (2019) *Kompas.com*. [Online]. 2019. Available from: <https://inside.kompas.com/about-us> [Accessed: 6 June 2019].
- Ks, I.S. & Soemardjo, S. (1999) *Dunia penyiaran: prospek dan tantangannya*. Gramedia Pusataka Utama.
- Launa (2018) *Konstruksi Wacana Intoleransi Kelompok Islam dalam Pemberitaan Media: Analisis Semiotika Sosial Wacana Intoleransi Pada Teks Berita Harian Kompas dan Republika di Masa Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016*. Universitas Jayabaya.
- Lippmann, W. (1998) *Public Opinion*. 2nd edition. [Online]. Transaction Publishers. Available from: [https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman\\_Walter\\_Public\\_Opinion.pdf](https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf).
- Nailufar, N.N. (2019a) *Bisakah Sandiaga Kembali Jadi Wagub DKI?* [Online]. 2019. Kompas.com. Available from: <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/04/18/18013351/bisakah-sandiaga-kembali-jadi-wagub-dki> [Accessed: 31 May 2019].
- Nailufar, N.N. (2019b) *Ini yang Harus Dilakukan jika Sandiaga Ingin Kembali Dijadikan Wagub DKI*. [Online]. 2019. Kompas.com. Available from: <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/04/18/20475591/ini-yang-harus-dilakukan-jika-sandiaga-ingin-kembali-dijadikan-wagub-dki> [Accessed: 28 May 2019].
- Nailufar, N.N. (2019c) *Kemendagri Ingatkan Tak Etis jika Sandiaga Kembali Jadi Wagub DKI*. [Online]. 2019. Kompas.com. Available from: <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/04/18/18451331/kemendagri-ingat-tak-etis-jika-sandiaga-kembali-jadi-wagub-dki> [Accessed: 28 May 2019].
- Nailufar, N.N. (2019d) *Sandiaga Uno dan Kemungkinan Kembali Jadi Wagub DKI*. [Online]. 2019. Kompas.com. Available from: <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/04/19/09363561/sandiaga-uno-dan-kemungkinan-kembali-jadi-wagub-dki?page=all> [Accessed: 28 May 2019].
- Oetama, J. (1989) *Perspektif pers Indonesia*. LP3ES.
- Pharr, S.J. & Krauss, E.S. (1996) *Media and politics in Japan*. University of Hawaii Press.
- Piliang, Y.A. (2004) *Posrealitas: realitas kebudayaan dalam era posmetafisika*. Jelasutra.
- Rachanca, M. (2018) Pembingkai Koran Kompas dan Republika terhadap Peristiwa Perang Israel-Palestina. *Interaksi Online*. 1 (1).
- Rahardjo, M. (2018) *Paradigma Interpretif*. [Online]. Available from: <http://repository.uin-malang.ac.id/2437/1/2437.pdf>.
- Ramdan, M. (2017) *Frame Pemberitaan Sandiaga Salahuddin Uno Jelang Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua di Mediaindonesia.com dan Republika.co.id*. [Online]. Available from: <https://www.iisip.ac.id/content/frame-pemberitaan-sandiaga-salahuddin-uno-jelang-pilkada-dki-jakarta-putaran-kedua-dimediai>.
- Rohman, F. & Surahmat (2016) *Politik Bahasa Penguasa*. Jakarta, PT. Kompas Media Nusantara.
- Romli, A.S.M. (2012a) *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung, Nuansa Cendikia.
- Romli, A.S.M. (2009) *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Revisi. Bandung, PT. Remaja Rosda Karya.
- Romli, A.S.M. (2012b) *Pengertian Agenda Setting dan Kebohongan Media Massa*. [Online]. 2012. Available from: <https://romeltea.com/agenda-setting-dan-kebohongan-media>.
- Sappaile, B.I. (2010) Konsep Penelitian Ex-Post Facto. *Jurnal Pendidikan Matematika*. 1 (2), 1–16.
- Sofyan, A. (2015) *Media Massa Sudah Menjelma Sebagai Aktor Politik*. [Online]. 2015. Available from: <http://theglobal-review.com/media-massa-sudah-menjelma-sebagai-aktor-politik> [Accessed: 15 March 2020].
- Supardi, A. (2017) Berani, Tegas, Benar: Analisis Framing Okezone. com., Mediaindonesia. com, dan Kompas. com terhadap Ahok dalam Isu Reklamasi. *Komunikatif*. 5 (2), 35–60.
- Suryana, M. (2008) *Ideologi pemberitaan surat kabar Republika dan Kompas dalam kasus penerbitan majalah playboy Indonesia*.
- Utomo, W.P. (2015) *Jurnalisme Kepiting Kompas*. [Online]. 2015. remotivi.or.id. Available from: <https://www.remotivi.or.id/kabar/76/Jurnalisme-Kepiting-Kompas>.