

ANALISIS *FRAMING* TERHADAP PEMBERITAAN SOSOK BASUKI TJAHAJA PURNAMA (AHOK) DI MEDIA *ONLINE*

Xena Levina Atmadja, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

xena.levina@ymail.com

Abstrak

Isu SARA tidak lepas dari pemberitaan tentang Ahok di media *online*. Menurut pandangan konstruksionis, berita yang ditulis dalam konteks ini, dikonstruksi oleh wartawan dan dipengaruhi oleh perspektif serta ideologi media. Berdasarkan fenomena di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana konstruksi yang dilakukan media *online* terhadap sosok Ahok sebagai pemimpin politik beretnis Cina. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat isu apa yang ditonjolkan maupun dihilangkan media *online* dalam membingkai sosok Ahok sebagai pemimpin politik sekaligus pemerintahan masyarakat beretnis Cina.

Peneliti menggunakan metode analisis *framing* Robert N. Entman yang memiliki empat elemen *framing*. Sosok Ahok dikonstruksi oleh media *online* sebagai pemimpin politik sekaligus pemerintahan yang bijaksana dan sudah biasa menghadapi isu SARA. Hal ini dilihat peneliti sebagai bentuk dukungan media *online* untuk Ahok berkaitan dengan persiapan dirinya bila harus naik menjadi Gubernur DKI Jakarta ketika Jokowi maju menjadi Calon Presiden Republik Indonesia.

Kata Kunci: Analisis *framing*, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), Politik, Etnis Cina, Media *online*

Pendahuluan

Rhoma Irama pedangdut sekaligus *da'i* (penyebar agama Islam) menuai kontroversi setelah memberikan ceramah di Masjid Al Isra, Tanjung Duren di Jakarta pada 28 Juli 2012. Pada ceramahnya kali itu, Rhoma Irama menyinggung status Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok yang beretnis Cina dan beragama Kristen. Selain Rhoma Irama, seorang pengacara yang mencalonkan diri sebagai calon presiden Republik Indonesia pada tahun 2014 juga menyinggung masalah etnisitas Ahok lewat situs jejaring sosial Twitter. Perlu diketahui, Ahok sendiri merupakan mantan Bupati Bangka Belitung Timur sejak 2005-2010, setelah menginjakkan kaki di kursi DPR dan MPR, kini Ahok menjabat sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta bersama Jokowi.

Dua fenomena di atas tidak lepas dari pemberitaan di media *online* seperti Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id. Dalam berita-beritanya, sosok Ahok diberitakan menanggapi dengan santai, mau memaafkan, dan tidak ingin memperpanjang masalah tersebut. Pemberitaan mengenai sosok Ahok merupakan pemberitaan positif melihat dirinya diposisikan oleh ketiga media *online* sebagai pihak korban dalam kontroversi SARA kali ini. Faktor lainnya juga disebabkan label *media darling* yang melekat pada Ahok. *Media darling* merupakan sosok

politisi yang dikagumi oleh jurnalis, contohnya tokoh seperti Jimmy Carter, Colin Powell, dan Nelson Mandela. *Status media darling* merupakan hasil pilihan dari media massa sendiri meski *spin-doctors* (manajer kampanye yang dibayar untuk melakukan propaganda dan menaikkan citra seorang tokoh) juga turut ambil bagian di dalam prosesnya.

Sebagai salah satu anggota masyarakat beretnis Cina di Indonesia, Ahok memilih berkarir di dunia politik dibanding meneruskan profesinya yang dulu sebagai pengusaha. Tidak dapat disangkal bila masyarakat etnis Cina di Indonesia distereotipkan lekat dengan sektor ekonomi dan perdagangan sejak zaman kolonial hingga era reformasi. Suryadinata (2008, p. 3) menyebutkan bahwa pada masa reformasi sebanyak 100 partai sudah terbentuk dimana hal ini mengindikasikan dukungan dan partisipasi masyarakat beretnis Cina di Indonesia dalam dunia politik. Bagaimanapun juga, jumlah etnis Cina yang bergerak di bidang ekonomi dan perdagangan tetap lebih besar. Namun dalam pemberitaan di Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id, ketiga media *online* ini membingkai sosok Ahok berbeda dari stigma atau stereotip yang ada di Indonesia.

Untuk melihat bagaimana media *online* membingkai sebuah isu, maka digunakan metode analisis *framing*. *Framing* sendiri merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. *Framing* juga menyertakan penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapat alokasi lebih besar daripada sisi yang lain. Analisis *framing* sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini termasuk paradigma konstruksionis, dimana sebuah teks berita tidak dapat disamakan sebagai hasil fotokopi dari realitas, melainkan berita tersebut dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Dalam penelitian ini, model yang digunakan adalah analisis *framing* milik Robert N. Entman yang terdiri dari elemen *define problems* (mendefinisikan masalah), *diagnose cause* (memperkirakan masalah atau sumber masalah), *make moral judgement* (membuat keputusan moral), dan *suggest remedies* (menekankan penyelesaian).

Penelitian analisis *framing* juga pernah dilakukan oleh Kelly Kinner pada tahun 2005 dari University of Colorado di Boulder dengan judul *Aljazeera.net and BBC.co.uk : Media Framing of The Darfur Humanitarian Crisis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BBC.co.uk lebih banyak mengekspos *Non Government Organization* (NGO) yang mendeskripsikan konflik di Darfur merupakan kelanjutan dari kejahatan terhadap hak asasi manusia seperti kekejaman, pembunuhan, dan pemerkosaan. Hal ini juga disebabkan kedekatan geografis dimana reporter BBC.co.uk lebih mudah menggali data dari NGO dan kebanyakan kantor NGO berpusat di London, tempat kantor berita BBC.co.uk berada.

Sedangkan Aljazeera.net lebih banyak menekankan pada sengketa tanah dan kesulitan antara penduduk nomaden dengan para petani. Hal ini dipengaruhi oleh kedekatan geografis dimana para wartawan Aljazeera.net adalah orang-orang yang secara intim mengerti sejarah dan tantangan internal yang unik bagi Timur Tengah. Kinner sebagai peneliti juga menemukan bahwa Aljazeera.net menyebutkan kebijakan lama dari Inggris sebagai penyebab konflik (walaupun

jarang ditemukan). Di sisi lain, BBC.co.uk mengkritik pemerintahan Sudan yang merefleksikan kemampuan negara pengganti untuk memerintah (Kinner, 2005, p. 17-18).

Menurut pandangan konstruksionis, berita sebagai produk dari media dipandang bukan sebagai cerminan dari realita, tetapi juga sebagai hasil konstruksi dari media tersebut. Dengan meneliti pemberitaan sosok Ahok terkait kontroversi SARA, maka akan terlihat konstruksi realitas dari ketiga media *online* tersebut serta isu-isu apa saja yang ditonjolkan dan disembunyikan. Dengan demikian, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana pembingkai berita terhadap sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di media *online*?

Tinjauan Pustaka

Karakteristik Berita Di Media Online

Jakob Nielsen dalam Rich (2010, p. 258-259) menyebutkan beberapa panduan untuk menulis di *web*, antara lain :

- Menulis secara pendek
- Menulis untuk pembaca yang membaca berita dengan cara *scanning*, bukan membaca keseluruhan
- Menulis langsung pada poin yang penting
- Menggunakan bahasa yang umum, bukan istilah yang dibentuk sendiri
- Menyebutkan informasi yang paling penting di dua paragraf pertama

Jakob Nielsen menambahkan pula beberapa hal penting lainnya, seperti :

- Tulis pernyataan yang jelas atau grafik yang jelas, terutama jika jurnalis menggunakan *lead* berita jenis anekdot. Hal ini bertujuan agar pembaca tahu informasi apa yang ada dalam berita ketika membaca beberapa paragraf pertama.
- Menggunakan kalimat yang pendek dan simpel. Membaca sebuah tulisan di monitor komputer dibandingkan membaca di media cetak. Hindari kalimat-kalimat panjang dan kompleks dalam penulisan.
- Memakai *bullet list* atau daftar untuk membantu pembaca melakukan *scanning* ketika berita menyediakan informasi terperinci.
- Membatasi setiap paragraf berisi satu ide dan dalam sebuah berita, usahakan paragrafnya pendek.
- Menulis kalimat dengan bentuk kalimat aktif (contohnya : murid tersebut memenangkan penghargaan)

Nilai Berita

Eriyanto menyebutkan secara umum, nilai berita dapat dibagi menjadi lima kategori. Pertama, *prominence* dimana nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dianggap penting. Kedua adalah *human interest*, peristiwa lebih memungkinkan disebut berita bila peristiwa itu banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak. Ketiga adalah *conflict* atau *controversy* dimana peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa biasa-biasa saja. Nilai berita keempat adalah *unusual*, berita yang mengandung peristiwa tidak biasa dan jarang terjadi. Kelima, *proximity*

dimana peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibanding dengan peristiwa yang jauh, baik dari segi fisik maupun emosional pembacanya. Nilai berita inilah yang menunjukkan bagaimana peristiwa yang begitu banyak setiap hari diseleksi menggunakan prosedur tertentu (Eriyanto, 2002, p.106-107).

Analisis *Framing* Robert N. Entman

Entman menggunakan *framing* untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Penonjolan dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diingat oleh khalayak. Informasi yang menonjol kemungkinan lebih diterima oleh khalayak, lebih terasa, dan tersimpan dalam memori bila dibandingkan dengan yang disajikan secara biasa. Penonjolan ini dapat dilakukan dengan cara menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol bila dibandingkan yang lain, lebih mencolok, pengulangan informasi yang dipandang penting atau dihubungkan dengan aspek budaya yang akrab di pikiran khalayak (Entman, 1993, p.53).

Perangkat *framing* untuk Robert N. Entman terdiri atas pendefinisian masalah (*define problems*) dimana dalam bagian ini berusaha melihat bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat sebagai masalah apa. Secara luas, pendefinisian masalah menyertakan konsepsi dan skema interpretasi wartawan di dalamnya. Selain itu, elemen ini merupakan *master frame* atau bingkai yang paling utama. Kedua adalah memperkirakan masalah atau sumber masalah (*diagnose causes*). Bagian ini berusaha menganalisis penyebab peristiwa atau isu. Hal apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah dan siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah. Penyebab masalah di sini dapat berarti apa (*what*) namun juga bisa berarti siapa (*who*).

Ketiga adalah membuat keputusan moral (*make moral judgement*) yaitu nilai moral apa saja yang disajikan untuk menjelaskan masalah dan nilai moral apa yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan. Elemen ini adalah elemen *framing* yang digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang telah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, sumber masalah sudah ditentukan, maka argumentasi yang kuat dibutuhkan untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dibutuhkan adalah sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak. Keempat adalah menekankan penyelesaian (*suggest remedies*) yaitu penyelesaian yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu tersebut. Elemen ini digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan (Entman, 1993, p. 52).

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Peneliti ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis *framing*. Penelitian jenis ini melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi (Silalahi, 2009, p.27-28). Peneliti menggunakan metode analisis *framing* untuk melihat bagaimana media membingkai sebuah isu atau seorang tokoh dengan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi.

Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah berita-berita mengenai sosok Ahok terkait kontroversi SARA yang dilemparkan kepadanya di media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id. Sedangkan objek penelitiannya yaitu *frame* atau bingkai berita sosok Ahok terkait kontroversi SARA di media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id. Berita-berita akan dianalisis menggunakan metode analisis *framing* Robert N. Entman.

Analisis Data

Data-data berupa berita dari Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id akan dikumpulkan dan dianalisis peneliti dengan empat elemen *framing* Robert N. Entman. Pertama dengan elemen *define problems* (mendefinisikan masalah) akan dilihat masalah apa yang didefinisikan oleh media. Kedua, *diagnose cause* (memperkirakan masalah atau penyebab masalah) untuk melihat apa atau siapa yang menyebabkan masalah terjadi. Ketiga adalah elemen *make moral judgement* (membuat keputusan moral) dimana lewat elemen ini, peneliti dapat melihat nilai moral apa yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan. Keempat, *suggest remedies* (menekankan penyelesaian) untuk melihat penyelesaian yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu tersebut.

Temuan Data

Berita yang digunakan dalam penelitian ini merupakan berita "Ahok : Terima Kasih Pak Rhoma, Lagunya Bikin Saya Tak Berjudi & Begadang" yang diupload pada Minggu, 12 Agustus 2012 pukul 13:55 WIB, "Hadiri Tauziah, Ahok Tepis Isu SARA" yang diupload pada Sabtu, 28 Juli 2012 pukul 11:25 WIB, "Ahok : Kami Maafkan Rhoma Irama" yang diupload pada Minggu, 12 Agustus 2012 pukul 14:40 WIB, "Disebut Farhat di Twitter, Ahok : Masa Ada Orang Berpikiran Seperti Itu?" yang diupload pada Rabu, 9 Januari 2013 pukul 14:24 WIB, "Basuki : Farhat Enggak Perlu Minta Maaf" yang diupload pada Kamis, 10 Januari 2013 pukul 18:19 WIB, dan "Ahok : Zaman Sekarang Kok Masih Bicara Suku dan Ras" yang diupload Kamis, 10 Januari 2013 pada pukul 17:27 WIB.

Tabel 1. Elemen *Define Problems*

Define problems (Pendefinisian masalah)

Detik.com 12 Agustus 2012	Isu SARA yang dilemparkan Rhoma Irama
Kompas.com 28 Juli 2012	Ada isu SARA yang dilemparkan kepada Ahok
Viva.co.id 12 Agustus 2012	Penyebaran isu SARA
Detik.com 9 Januari 2013	Kicauan bernada rasis dilempar kepada Ahok
Kompas.com 10 Januari 2013	Polemik yang lahir dari kicauan Farhat Abbas

Viva.co.id 10 Januari 2013	Adanya hinaan atau pernyataan berbaur SARA dilempar kepada Ahok
----------------------------	---

Tabel 2. Elemen *Diagnose Cause**Diagnose Cause* (Memperkirakan masalah atau penyebab masalah)

Detik.com 12 Agustus 2012	Rhoma Irama yang menyebarluaskan isu SARA
Kompas.com 28 Juli 2012	Pihak yang menyebarkan isu SARA dan yang sudah mengaku di televisi
Viva.co.id 12 Agustus 2012	Rhoma Irama yang menyebarkan isu SARA
Detik.com 9 Januari 2013	<i>Tweet</i> Farhat Abbas yang bernada rasis
Kompas.com 10 Januari 2013	Kritik pedas yang disampaikan lewat <i>tweet</i> Farhat Abbas
Viva.co.id 10 Januari 2013	Farhat Abbas

Tabel 3. Elemen *Make Moral Judgement**Make Moral Judgement* (Membuat keputusan moral)

Detik.com 12 Agustus 2012	Ahok sudah biasa menghadapi isu SARA sejak di Bangka Belitung
Kompas.com 28 Juli 2012	Mengajak warga untuk melihat isu paling penting dalam Pilkada DKI Jakarta
Viva.co.id 12 Agustus 2012	Ahok sudah biasa menghadapi isu SARA sejak di Bangka Belitung
Detik.com 9 Januari 2013	Ahok khawatir dan bersimpati pada Farhat Abbas
Kompas.com 10 Januari 2013	Ahok tidak merasa tersinggung dan enggan mempermasalahkan <i>tweet</i> tersebut
Viva.co.id 10 Januari 2013	Ahok bersimpati pada Farhat Abbas

Tabel 4. Elemen *Suggest Remedies**Suggest Remedies* (Menekankan penyelesaian)

Detik.com 12 Agustus 2012	Ahok berterimakasih atas ceramah Rhoma Irama melalui media lagu dangdut
Kompas.com 28 Juli 2012	Memilih Ahok (dan Jokowi) bila ingin Jakarta baru
Viva.co.id 12 Agustus 2012	Ahok berterimakasih pada Rhoma Irama atas lagunya yang memberi pengaruh bagus
Detik.com 9 Januari 2013	Ahok tidak berniat memperpanjang masalah
Kompas.com 10 Januari 2013	Farhat Abbas telah meminta maaf dan memuji bahwa Ahok besikap bijaksana
Viva.co.id 10 Januari 2013	Farhat Abbas dituduh melakukan tindak pidana dan dilaporkan ke pihak berwajib

Analisis dan Interpretasi

Robert N. Entman menekankan bahwa konsep *framingnya* berbicara mengenai pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang sedang

diwacanakan (Eriyanto, 2002, p. 187-188). Dari hasil temuan data di atas, peneliti menganalisis setiap berita sesuai elemen *framing* Robert N. Entman dan hasilnya berikut ini :

Ahok adalah Pemimpin Pemaaf dan Tidak Mendendam

Fakta yang ditonjolkan oleh Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id adalah sosok Ahok yang memaafkan, tidak dendam, tidak melaporkan pihak yang menyebarkan isu SARA, dalam hal ini adalah Rhoma Irama. Selain itu Ahok juga ditonjolkan menanggapi dengan santai, tidak tersinggung, serta enggan untuk membesar-besarkan polemik dari *tweet* Farhat Abbas. Dalam berita tersebut, Detik.com dan Viva.co.id menggunakan kalimat langsung dalam penulisan beritanya. Granato (2002, p.41) menyebutkan bahwa kutipan langsung penting untuk menerangkan kepribadian dari subjek karena kutipan tersebut menunjukkan pilihan kata dan pola dari bacaan. Bagaimana sumber berbicara dapat memperlihatkan kepada pembaca subjek utama secara lebih efektif dibandingkan hanya eksposisi atau deskripsi dari penulis tentang subjek utama. Dengan memasukkan kutipan langsung pernyataan Ahok, maka Detik.com dan Viva.co.id berusaha untuk menunjukkan emosi atau perasaan yang dirasakan Ahok kepada pembaca. Dalam hal ini, Ahok memaafkan dan tidak ingin memperpanjang masalah yang bersangkutan dengan SARA.

Pada berita periode Juli-Agustus 2012, sosok Ahok ditonjolkan bukannya memperlmasalahkan isu SARA yang dilemparkan padanya, namun media *online* memilih memberitakan sosok Ahok yang berterimakasih pada Rhoma Irama atas lagu-lagu dangdutnya yang membawa pengaruh baik pada Ahok sejak dirinya tinggal di Bangka Belitung. Bahkan penonjolan yang dilakukan Detik.com diperkuat dengan penulisan dua kali perihal Ahok yang berterima kasih pada Rhoma Irama dalam berita yang sama. Sosok Ahok juga dikonstruksi sebagai pihak yang sudah terbiasa pada isu SARA sejak ia di Bangka Belitung dulu. Hal ini ingin menunjukkan adanya usaha pembauran yang dilakukan oleh Ahok agar pembaca yang mayoritas merupakan masyarakat Indonesia mengerti, walaupun Ahok dari etnis Cina namun ia tidak seperti tudingan SARA yang dilemparkan padanya. Walaupun ia beretnis Cina dan beragama Kristen, namun Ahok sudah terbuka dengan berbagai budaya dan agama. Detik.com bahkan memberikan penonjolan pada kata “terutama Islam”.

Pada pemberitaan kontroversi Ahok dengan Farhat Abbas, Ahok dibingkai sebagai sosok pemimpin yang menanggapi dengan santai, tidak membesar-besarkan isu tersebut, serta tidak merasa tersinggung. Pada elemen penyebab masalah pun ketiga media menempatkan Farhat Abbas yang melakukan tudingan SARA pada Ahok lewat jejaring sosial Twitter. Reese (2001, p. 147) menyebutkan pembingkaiian terhadap sebuah topik, baik individual, kelompok, dan organisasi dapat menentukan peran (*roles*) sebagai protagonis, antagonis, atau penonton. Ketika sebuah ide, topik, aksi, atau kejadian yang tidak terlalu dikenal publik yang telah dibingkai, maka interpretasinya akan diatur oleh *frame* tersebut. Berdasarkan teori tersebut, peneliti melihat bahwa media *online* mengkonstruksi Farhat Abbas sebagai pihak yang berada di posisi antagonis karena ia melakukan tudingan SARA lewat Twitter. Setiap media pun menggunakan kata yang berbeda-beda untuk menggambarkan apa yang dilakukan Farhat Abbas.

Penonjolan oleh Viva.co.id dilakukan dengan pemilihan kata ‘hinaan’. Detik.com pada edisi Rabu 9 Januari 2013, menyebut kicauan bernada rasis Farhat Abbas. Selain itu Kompas.com juga menggunakan kata “kicauan” pengacara publik Farhat Abbas, tanpa menyinggung unsur rasisme atau SARA.

Lewat penggunaan pemilihan kata yang dilakukan oleh Kompas.com, maka peneliti melihat adanya kecenderungan Kompas.com untuk meredam dan tidak membesar-besarkan isu SARA dalam kontroversi Ahok ini. Bahkan Kompas.com juga menyebut nama Ahok dengan Basuki dalam beritanya. Kata ‘Ahok’ itu sendiri muncul sebagai kalimat keterangan saja. Peneliti melihat hal ini dipengaruhi oleh prinsip yang dipegang oleh Kompas.com, yaitu ideologi Kompas.com itu sendiri. Sebuah ideologi didefinisikan oleh Raymond Williams (1977, p. 109), dalam Shoemaker dan Reese (1996, p. 213) sebagai sistem makna yang relatif formal dan sistem terartikulasi, nilai-nilai dan kepercayaan, seperti hal yang dapat dikonsepsikan sebagai “worldview” atau “class outlook”. Media mampu mentransmisi ideologi dengan menggambarkan tema budaya yang dikenal masyarakat secara umum. Tema-tema ini dipilih dengan selektif dan dikonstruksi menjadi struktur yang berkaitan dalam sebuah berita.

Selain itu dalam berita-berita kontroversi Ahok dengan Farhat Abbas ini, peneliti melihat adanya sindiran yang diberikan oleh Ahok dengan pernyataan langsung dalam berita, seperti : "Masa masih ada orang yang berpikiran seperti itu. Saya pikir itu seperti itu sudah masa lalu saja," , "Masih muda tapi kok bicaranya seperti itu. Sudah lah, kasihan dia sudah dikecam banyak orang. Dituntut juga lagi," , "Zaman seperti ini kok masih bicara suku ras,". Namun walaupun Ahok memberikan sindiran pada Farhat Abbas, namun tetap dukungan diberikan pada Ahok. Hal ini memperkuat posisi Ahok sebagai *media darling* di media online karena apapun yang dilakukan oleh *media darling*, baik ia melakukan kesalahan, namun media akan berusaha mengolah pemberitaan hingga publik dapat bersikap menerima dan mau memaklumi kesalahan yang dilakukan *media darling* tersebut.

Ahok Sudah Terbiasa Dengan Isu SARA

Pada pemberitaan periode Juli-Agustus 2012, Kompas.com memberitakan Ahok yang datang ke acara buka puasa bersama dan mendengarkan tauziah yang dibawakan oleh Ketua Umum PP Muhammadiyah Din Syamsuddin. Taziah sendiri adalah komunikasi secara lisan atau oral di depan orang banyak, dapat digolongkan pula sebagai *public speaking*. Namun istilah tauziah ini belum ada dan belum diakui dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Romeltea.com, 2012). Kompas.com berusaha membingkai sosok Ahok walaupun ia beragama Kristen dan beretnis Cina, namun dirinya juga dapat mengikuti kegiatan agama Islam dengan turut serta mendengarkan tauziah karena ia memang sudah lekat dengan perbedaan SARA sejak di Bangka Belitung. Detik.com menjelaskan bahwa Ahok terbuka untuk belajar mengetahui semua agama dan budaya, termasuk Islam. Penekanan “terutama Islam” diberikan oleh Detik.com karena menurut hasil survei Alexa.com, diperkirakan dari total seluruh pengunjung Detik.com, 94% merupakan masyarakat Indonesia. Di Indonesia sendiri, menurut sensus tahun 2000, 88,22% atau 177,52 juta dari total penduduk Indonesia sebanyak 201,24 juta merupakan pemeluk agama Islam. Dengan menyebutkan

”terutama Islam” maka media *online* berusaha menanamkan bahwa Ahok terbuka pada berbagai macam budaya dan ada usaha pembauran yang dilakukan Ahok.

Pada pemberitaan bulan Januari 2013, Detik.com dan Viva.co.id menonjolkan Ahok yang bersimpati dan khawatir dengan Farhat Abbas yang dikecam banyak orang. Setelah Ahok terpilih sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta, isu SARA masih beredar namun kedua media *online* memberitakan bahwa Ahok tidak mempermasalahkan dan malah bersimpati serta khawatir pada pihak yang sudah menyebarkan isu SARA, yaitu Farhat Abbas. Dengan menyindir Farhat Abbas, Viva.co.id berusaha menunjukkan sosok Ahok yang sudah berpikir terbuka pada keanekaragaman suku dan ras di Indonesia, berbeda dari Farhat Abbas yang masih mempermasalahkan kecinaan Ahok.

Peneliti melihat, ketiga media *online* ingin membiasakan pembaca untuk beradaptasi dengan sikap Ahok, walaupun ia memberikan sindiran pada Farhat Abbas, namun hal itu dilakukan Ahok untuk tujuan yang benar. Media *online* terus melakukan adaptasi terhadap sosok Ahok sebagai pemimpin beretnis Cina yang dapat berbicara secara terus terang (*blak-blakan*). Lagi-lagi untuk mempersiapkan Ahok nantinya, bila Jokowi maju menjadi calon Presiden atau Wakil Presiden RI 2014, dan Ahok naik menjadi Gubernur DKI Jakarta. Etnis Cina di Indonesia sendiri selalu lekat dengan sektor ekonomi dan bisnis, dan yang bergabung di dunia politik jumlahnya tidak sebanyak pebisnis atau pengusaha. Namun kini, masyarakat Jakarta menghadapi sebuah realita bahwa ada pemimpin politik di tingkat ibu kota yang beretnis Cina.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penonjolan ini, yang pertama adalah nilai berita *prominence* dimana nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dianggap penting (Eriyanto, 2002, p. 106). Sosok Ahok merupakan tokoh yang dianggap penting karena ketika berita dinaikkan (*diupload ke web*). Popularitas Ahok menjadi nilai berita yang menjual dan dimanfaatkan oleh ketiga media *online* untuk meningkatkan jumlah hit atau *page views* mereka. Nilai berita yang kedua adalah *conflict* atau *controversy* dimana peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa biasa-biasa saja (Eriyanto, 2002, p. 106). Dalam pemberitaan ini, isu SARA, atau lebih tepatnya kecinaan Ahok yang disinggung oleh Rhoma Irama menimbulkan kontroversi karena isu SARA telah menjadi hal yang sensitif di Indonesia.

Ketiga media *online* juga melakukan seleksi isu dimana pemberitaan mengenai dukungan terhadap Rhoma Irama dan Farhat Abbas tidak ditemukan dalam satu berita yang sama. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik dari berita di media *online*, singkat dan lugas. Tetapi, bagaimanapun juga salah satu kewajiban wartawan atau jurnalis adalah menulis berita dengan berimbang (*cover both side*). Media *online* melakukannya pula dengan *hyperlink* berita-berita terkait dalam satu halaman yang sama di *portal news*. Namun peneliti tetap menemukan di berita-berita *hyperlink* pemberitaan bernada positif untuk sosok Ahok dan pemberitaan mengenai pihak lainnya, dalam konteks ini Rhoma Irama dan Farhat Abbas,

kuantitasnya tidak sebanyak pemberitaan mengenai Ahok. Peneliti melihat kuantitas karena karakteristik dari berita media *online* yang singkat, padat, jelas. Sehingga untuk perkembangan berita dapat ditemukan pada berita *hyperlink*.

Simpulan

Dari pemberitaan di ketiga media *online*, sosok Ahok dibingkai sebagai pemimpin politik beretnis Cina yang pemaaf dan tidak pendendam. Walaupun ia menjadi korban dalam kasus isu SARA, baik dengan Rhoma Irama maupun Farhat Abbas, namun Ahok tetap mau memaafkan dan tidak dendam dengan perbuatan keduanya. Selain itu sosok Ahok juga dibingkai sudah terbiasa dengan isu SARA. Hal ini terlihat dari pernyataan-pernyataan Ahok dalam berita yang menyatakan bahwa isu SARA memang sudah terjadi sejak ia terjun ke dunia politik. Lewat *framing* yang dilakukan oleh ketiga media *online*, maka Ahok memang menjadi salah satu tokoh *media darling*. Dengan pemberitaan positif pada sosok Ahok, maka media lagi-lagi berusaha untuk mendukung Ahok dan mencari dukungan dari pembacanya.

Pembingkaiian yang dilakukan oleh Detik.com, Kompas.com, dan Viva.co.id merupakan salah satu upaya untuk membentuk suatu pemikiran menjadi wajar di benak pembaca. Tujuan ketiga media *online* ini adalah agar sosok Ahok, yang merupakan pemimpin politik beretnis Cina menjadi wajar di benak pembacanya. Selama ini masyarakat beretnis Cina di Indonesia selalu lekat dengan profesi di dunia bisnis dan ekonomi. Langkah ini diambil media *online* sehubungan dengan wacana Jokowi yang dikabarkan maju dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia pada tahun 2014.

Daftar Referensi

- Entman, R. (1993). *Framing : Towards Clarification of A Fractured Paradigm*. In Journal of Communication 43 (4), 1993, 51-58.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta : LKiS Yogyakarta.
- Granato, Len. (2002). *Newspaper Feature Writing*. Australia : University of New South Wales Press Ltd.
- Kinner, Kelly. (2005, May). *Aljazeera.net and BBC.CO.UK : Media Framing of The Darfur Humanitarian Crisis*.
- Louw, S. (2010). *The Media and Political Process*. London : Sage Publications Ltd. Retrieved March 4, 2013 from <http://books.google.co.id/books?id=QDiqJZZtR7kC&pg=PA64&dq=media+darling&hl=en&sa=X&ei=Vb0sUYeAH4nKrAe06YBg&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q=media%20darling&f=false>
- Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. Jr., Grant, August E. (2001). *Framing Public Life : Perspectives on Media and Our Understanding of The Social World*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Rich, Caroline. (2010). *Writing and Reporting News : A Coaching Method*. United States of America : Wadsworth.

- Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. (1996). *Mediating The Message : Theories of Influences on Mass Media Content 2nd ed.* United States of America : Longman Publisher.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial.* Bandung : PT Refika Aditama.
- Suryadinata, L. (2002). *Elections and Politics In Indonesia.* Singapore : Institute of Southeast Asian Studies. Retrieved March 20, 2013 from
<<http://books.google.co.id/books?id=kPju6sMoq5IC&printsec=frontcover&dq=Leo+Suryadinata&hl=en&sa=X&ei=gFRJUYNWAcuIrAe86YGoCg&ved=0CDkQ6AEwAg>>
- Suryadinata, L. (2008). *Ethnic Chinese in Contemporary Indonesia.* Singapore : Institute of Southeast Asian Studies.