

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Dewasa ini pertumbuhan akan informasi sangatlah cepat dengan kebutuhan komunikasi yang memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Terutama dalam proses penyampaian informasi dari satu pihak (komunikator) ke pihak lain (komunikan). Kemajuan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam menerima informasi tentang peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi. Perkembangan informasi pun berjalan begitu cepat membuat manusia semakin ingin tahu keadaan sekitarnya. Setiap peristiwa dan kejadian yang berlalu menyebar dengan cepat. Era kecepatan ini membuat persaingan media semakin ramai. Media berlomba-lomba menyajikan berita aktual dan bisa diakses dengan cepat oleh masyarakat. Oleh maka itu, dengan adanya komunikasi massa, sebuah informasi tidak hanya ditujukan kepada satu komunikan saja melainkan dapat disampaikan kepada masyarakat luas. Akan tetapi, dalam menjalankan fungsi komunikasi massa, peran media sangat dibutuhkan agar dapat memudahkan informasi sampai kepada khalayak luas. Media yang digunakan itulah yang disebut sebagai media massa. Media massa menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media massa hadir dengan berbagai informasi yang beraneka pesan, namun bukan berarti semua pesan itu diterima begitu saja oleh masyarakat.

Namun, agar masyarakat dapat menyimak dan memahami isi informasi, media massa pun merangkainya kedalam bentuk rangkuman sehingga terbentuklah berita. Berita berisikan laporan tentang suatu peristiwa opini, kecenderungan, situasi, kondisi interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus disampaikan secepatnya kepada khalayak. Maka dapat disimpulkan berita merupakan laporan dari suatu kejadian untuk disebarkan kepada masyarakat luas melalui media cetak maupun elektronik.

Pada saat ini, segala macam berita dalam media massa dapat dengan mudah dijumpai ditengah-tengah kehidupan masyarakat yang butuh akan informasi. Seiring kemajuan teknologi yang tidak pernah berhenti menjadikan media massa cetak dan elektronik mengikuti perkembangan zaman yang semakin pesat dan berkembang dengan

adanya teknologi komunikasi melalui jaringan (*internet*). Internet dapat berkembang pesat dan seolah menyingkirkan media massa lain disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan seseorang untuk mengakses internet, hampir setiap orang dapat mengakses internet dimanapun dan kapanpun, yang dibutuhkan hanyalah jaringan internet dan perangkat yang bisa mengakses internet (PC, Laptop, Handphone, dsb). Salah satu yang menandakan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi adalah lahirnya media *online*.

Media online memungkinkan orang untuk mencari dan mendapatkan informasi (konsumer), dan sebagai pembuat informasi itu sendiri (produser). Karena memungkinkan adanya interaksi maka dalam media online konsumer juga dapat bertukar informasi dengan konsumer lainnya. Melalui media *online*, berbagai jenis informasi, komunikasi, gagasan dan ide bisa tersampaikan setiap jam bahkan detik dan langsung diterima oleh khalayak. Tidak ada batasan yang ditentukan terkait jumlah yang bisa disampaikan setiap waktunya. Keunggulan dari media *online* itu sendiri selain mudah diakses dengan cepat penyampaian informasinya yang tidak terbatas dan bisa diakses untuk dibaca kembali menjadi salah satunya khalayak mulai beralih ke media *online*.

Awal munculnya media *online* yaitu dari mulai berkurangnya pembaca media cetak surat kabar dan majalah. Untuk tetap membuat perusahaannya dikenal masyarakat kebanyakan dari mereka melebarkan sayap dengan menciptakan situs-situs berita melalui media *online*. Selain media cetak yang berpindah haluan, saat ini media elektronik juga mulai merambah dunia *online* yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Oleh sebab itu, munculah perubahan baru dalam ilmu jurnalistik yang dikenal dengan jurnalistik *online*.

Pada jurnalistik *online* proses penyampaian informasi atau pesan menggunakan internet sebagai medianya mempermudah jurnalis dalam melakukan tugasnya. Pekerjaannya semakin dibantu dengan merambahnya internet disetiap pelosok di Indonesia, serta merebaknya *handphone* yang bisa dengan mudah mengakses internet, karena secara teknis atau fisik, media *online* itu berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Maka dari itu, dapat dengan mudah dan cepat seorang jurnalis menginformasikan peristiwa teraktual yang sedang terjadi dan berkembang di tanah air contohnya kasus-kasus yang berkaitan dengan kriminalitas, kenaikan harga, hingga

kebijakan pemerintah. Salah satu produk media *online* yang gencar dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik adalah portal berita yang mana dalam tampilannya selalu menyajikan berita-berita terhangat setiap jam bahkan setiap menit. Di Indonesia, kemunculan berbagai macam portal berita terus bertambah ditengah persaingan dalam mendapatkan dan memberikan berita kepada masyarakat luas. Berikut ini adalah macam-macam portal berita yang dikenal masyarakat di Indonesia yaitu Detik.com, Kompas.com, Okezone.com, CNNIndonesia.com, Sindonews.com, Metrotvnews.com, Liputan6.com Replubika.co.id, dan lain-lain.

Dari beberapa portal berita yang dikenal yang gencar dalam menyajikan berita-berita *ter-update* adalah Detik.com merupakan media massa online populer dan digemari masyarakat di Indonesia yang berdiri sejak 9 Juli 1998, menurut data yang didapat oleh peneliti dalam sehari Detik.com biasa mencapai lebih satu juta viewers dalam sehari dan hal ini bukan angka pasti yang didapat oleh Detik.com. Seperti yang dilihat di situs Alexa.com pada tanggal 30 Maret 2017, bahwa Detik.com mendapati urutan ke-4 dari ratusan top sites yang ada di Indonesia dan merupakan situs media *online* yang banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia khusus masyarakat Jakarta.

**Tabel 1 Top Sites di Indonesia**

No	Site	Daily Time On Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1	Google.com	8:45	8.60	2.30 %	2,956,340
2	Youtube.com	9:21	5.38	8.60 %	2,306,494
3	Google.co.id	6:17	5.52	1.80 %	21,383
4	Detik.com	10:37	4.82	10.50 %	81,278
5	Tribunnews.com	7:07	3.94	29.30 %	33,264
6	Yahoo.com	4:27	3.88	5.30 %	518,491
7	Tokopedia.com	15:22	8.73	16.50 %	55,462
8	Liputan6.com	5:30	2.48	16.30 %	22,774
9	Bukalapak.com	8:13	4.56	22.50 %	36,641
10	Kompas.com	7:55	3.60	12.20 %	39,102

Detikcom sebagai media *online* terlama di Indonesia bahkan masih dinikmati sampai dengan sekarang dalam menyajikan informasi portal berita *online* terhangat baik peristiwa seperti kesehatan, olahraga, bisnis, hukum, kriminal, politik dan lainnya. Walaupun terbilang portal berita *online* terlama di Indonesia, detikcom masih mejadi kepercayaan publik masyarakat dalam memberitakan masalah yang terjadi di lingkungan. Disaji dengan pemberitaan dengan bahasa yang ringan, lugas dan tanpa prangsaka berpihak kepada siapapun. Kemudian tidak hanya Detikcom yang menyajikan portal-portal berita yang cepat dan digemari masyarakat.

Media *online* Sindonews.com adalah portal berita *online* yang berada dibawah manajemen PT. Media Nusantara Citra atau yang lebih dikenal dengan MNC. MNC merupakan perusahaan yang bergerak dibidang media dan berada dibawah kepemimpinan Hary Tanoesoedibjo yang memiliki usaha dimedia konvensional. Selain menjadi pemimpin dari berbagai macam media, Hary Tanoesoedibjo juga aktif dalam dunia politik di Indonesia. Hary Tanoesoedibjo notabeni merupakan pemilik dari Sindonews.com dimana merupakan portal berita *online* yang tentunya menyajikan pemberitaan politik. Media *online* Sindonews.com dipilih menjadi bahan penelitian karena cenderung mengarah kepada pemberitaan yang menyeluruh dalam berbagai aspek terutama politik. *Tagline* “Sumber Informasi Terpercaya” menjadi bukti bahwa Sindonews.com menyajikan informasi dari berbagai bidang yang dapat dipercaya. Berita yang disajikan sindonewscom tentu beragam dalam memberikan akses informasi secara mudah, cepat, akurat, dan berkualitas kepada masyarakat luas. Berita yang dikemas dalam portal berita ini lebih mengarah kepada khalayak yang ingin membaca berita secara cepat, akurat, dan efisien.

Hadir ditengah kalangan khalayak media *online*, Detikcom dan SindoNewscom bertekad memberikan warna baru di ranah media *online* di Indonesia. Detikcom sendiri tergolong portal berita yang sudah memiliki khalayak pembaca yang sangat luas diseluruh Indonesia, begitu pula dengan Sindonewscom sebagai portal berita *online* secara resmi berdiri pada 4 Juli 2012 sebagai portal berita terbaru tetapi memberikan warna tersendiri dengan berbagai macam berita terhangat dan terkini. Pemberitaan yang berimbang dan independen menjadi keniscayaan di tengah berkembang media partisan karena kepentingan politik maupun bisnis. Berimbang adalah memberikan porsi yang



sama bagi pihak yang terkait, tidak berat sebelah dan memberikan asas keadilan. Sedangkan independen maksudnya pengelolaan redaksi bebas dari tekanan atau intervensi manapun.

Pemberitaan seputar pilkada serentak 2017 akan dilaksanakan diberbagai tempat hampir di seluruh Indonesia. Pelaksanaan pemilihan kali ini hanya memilih pemimpin di daerahnya masing-masing wilayah. KPU (Komisi Pemilihan Umum) pada pilkada kali ini diikuti 101 daerah dari tingkat provinsi, kabupaten, dan kota. Penyelenggaran Pilkada tersebut terdiri dari atas 7 Provinsi, 76 Kabupaten, dan 18 Kota. Ketujuh Provinsi tersebut adalah Aceh, Bangka Belitung, DKI Jakarta, Banten, Gorontalo, Sulawesi Barat dan Papua Barat. Pada pemilihan kali ini Provinsi Aceh, merupakan daerah yang paling banyak menggelar Pilkada Serentak 2017 dengan satu pemilihan Gubernur dan 20 pemilihan Bupati dan Walikota. Proses pemilihan Kepala Daerah (baik itu tingkat Kabupaten, Kota, dan Provinsi) dalam lingkup wilayah atau kawasan tertentu yang dilakukan secara serentak dalam waktu yang bersamaan.

Di tahun politik 2017 ini, media massa berlomba-lomba dalam memberitakan pilkada serentak dari media massa baik itu dari media cetak, televisi, radio dan yang lebih cepat sekalipun media *online*. Media massa diramaikan dengan berbagai pemberitaan seputar dunia politik pada pilkada kali ini. Pada pilkada kali ini, tensi pemberitaan memang begitu kencang, apapun yang ada kaitannya dengan partai politik, pasti akan *blow up* oleh media dengan segencar-gencarnya, entah itu masalah pribadi, masalah *internal* partai, ataupun masalah yang belum jelas kebenarannya. Maka tak heran, perang komentar yang berbau politik pun bertebaran di semua media massa, termasuk media *online*.

Sejak reformasi, sudah tiga kali diadakan Pilkada di Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta. Pilkada di DKI Jakarta yang dipilih langsung oleh masyarakat pertama kalinya diadakan pada 8 Agustus 2007, dan yang berhasil menduduki kursi jabatan Gubernur DKI Jakarta adalah Fauzi Bowo dan Prijanto sebagai wakilnya. Pada saat itu hanya ada dua calon gubernur, yakni Fauzi Bowo berpasangan dengan Prijanto dan Adang Daradjatun berpasangan dengan Dani Anwar.

Sementara itu, pada Pilkada DKI Jakarta keempat ini (tahun 2017) ada tiga pasangan calon yang ikut memperebutkan kursi gubernur. Di antaranya yakni pasangan

Agus Harimurti Yudhoyono – Sylviana Murni, Basuki Tjahja Purnama – Djarot Saiful Hidayat, Anies Baswedan – Sandiaga Uno.

Setelah digelar Pilkada DKI Jakarta pada 15 Februari 2017, akhirnya pada tanggal 4 Maret 2017 Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Jakarta mengumumkan, calon yang berhasil masuk pada putaran kedua adalah pasangan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) berpasangan dengan Djarot Saiful Hidayat dan Anies Baswedan berpasangan dengan Sandiaga Uno. Pilkada digelar kembali di putaran kedua karena tidak ada calon yang suaranya mencapai 50 persen ke atas dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT). Pada putaran kedua, siapa yang prosentasenya paling tinggi adalah pemenangnya.

Melihat paslon sama-sama kuat yang berasal dari latar belakang pernah menjabat di suatu pemerintahan membuat media *online* Detikcom yang dimana gencar dalam memberitakan seputar issue politik pilkada di DKI Jakarta. Di putaran kedua dilaksanakan mulai pada tanggal 7 Maret 2017 dengan pemungutan suara pada tanggal 19 April 2017. Pada massa tenggang kali ini begitu cepat hanya berkisar kurang dari satu bulan, kedua calon gubernur sangat gencar menarik simpati pendukung melalui berbagai kegiatan. Oleh maka itu media *online* berlomba-lomba dalam memberitakan kedua pasangan paslon Gubernur DKI Jakarta kali ini. Media *online*, sangatlah berperan penting dalam mempromosikan di salah satu paslon.

Seperti pada pemberitaan di Detik.com dimana media tersebut memberitakan “Ketum PAN: Kami Deklarasi Dukung Anies-Sandi Minggu Depan” sedangkan pada portal berita *online* Sindonews.com memberitakan “Pekan Depan PAN Deklarasi Dukung Anies-Sandi” dimana kedua media *online* tersebut menggambarkan perbedaan pada memberi informasi pada masyarakat. Perbedaan *framing* pada media massa dalam menulis atau melaporkan sebuah peristiwa, dapat muncul akibat perbedaan *angle* atau sudut pandang media massa. Selain itu, perbedaan *framing* ini juga dapat terjadi akibat kebijakan redaksi masing-masing media massa atas laporan sebuah peristiwa.

Seperti pada penelitian berjudul Analisis Framing Pemberitaan Bom Sarinah di Kompas.com dan Merdeka.com, hasilnya adalah Kompas.Com mengangkat citra positif polri dalam menangani kasus bom Sarinah dan narasumber hanya dari pihak kepolisian. Sedangkan Merdeka.Com tidak “berat” kepada pihak tertentu, dengan mengambil beberapa narasumber berita, seperti dari masyarakat sekitar dan kepala BNPT (Sinaga,

2006:1). Dari hasil penelitian di atas, dua media online tersebut sama-sama memberitakan satu topik yaitu bom Sarinah, namun berbeda dalam membingkai berita tersebut. Perbedaannya terletak pada pemilihan narasumber beritanya.

Seperti juga pada penelitian berjudul “ hasilnya adalah Kompas.com lebih netral dalam memberitakan isu perbandingan antar Prabowo dengan Jokowi pada Pilpres 2014 sedangkan di Replubika *Online* lebih mengangkan perbandingan Ical (Aburizak Bakrie) dalam persaingan menjelang pilpres 2014. (Suryono, 2014). Dari hasil penelitian di atas, dua media online tersebut sama-sama memberitakan satu topik yaitu membingkai berita calon presiden jelang pemilu presiden 2014. Sedangkan Seperti pada penelitian berjudul “Analisis Framing Pembingkai Berita Tentang Proses Evakuasi Kecelakaan Pesawat Rusia Sukhoi Superjet 100 pada Media Online Detik.com dan Kompas.com”, juga menghasilkan perbedaan framing. Frame Detik.com dalam melihat peristiwa proses evakuasi kecelakaan lebih cenderung pada gambaran situasi proses evakuasi. Sedangkan Kompas.com melihat peristiwa ini sebagai masalah tanggungjawab tim SAR (Tresnaningati, 2014:1). Perbedaan framing pada media massa dalam menulis atau melaporkan sebuah peristiwa, dapat muncul akibat perbedaan angle atau sudut pandang media massa. Selain itu, perbedaan framing ini juga dapat terjadi akibat kebijakan redaksi masing-masing media massa atas laporan sebuah peristiwa.

Selama ini, DKI Jakarta merupakan wilayah yang diperebutkan oleh partai-partai besar. Mengingat DKI Jakarta adalah daerah yang sentral dan sangat strategis untuk partai-partai besar meninggikan namanya di publik. Hal itu dikarenakan banyaknya perusahaan-perusahaan pers yang ada di Jakarta. Secara tidak langsung pemberitaan mengenai Pilkada tersebut akan menyedot perhatian media massa. Dengan demikian, hal itu memberikan keuntungan bagi partai-partai untuk berpromosi.

Kurang lebih 40 berita per hari yang di tayangkan oleh Detikcom dan SindoNews.com mengenai Pilkada DKI Jakarta pada putaran kedua sejak dimulainya masa kampanye pada tanggal 7 Maret 2017 sampai dengan 17 April 2017. Berita yang disajikan Detikcom kali ini terkait beberapa partai politik dari pilkada putaran pertama berpindah haluan untuk mendukung di salah satu paslon putaran kedua. Hal ini yang membuat partai politik, mengambil langkah strategi politiknya tetapi tidak dengan Partai Demokrat yang sempat mengusung Agus Harimurti di putaran pertama hanya non blok

tidak berpihak diantara salah satu paslon. Pada dasarnya, polemik paslon Gubernur DKI Jakarta kali sangatlah kuat dikaitkan dengan sejumlah issue-issue masalah sara dan racism diantara paslon di media *online*. Dan disini peran media online seharusnya menyaring adanya pemberitaan berkaitan dengan sara dan rasisme di kalangan masyarakat. Seperti yang kita tahu perhelatan pesta demokrasi di Pilkada DKI Jakarta 2017 ini sama-sama kuat bila dilihat dari putaran pertama yang dimana paslon nomor dua dan tiga berjibaku mendapatkan suara terbanyak tetapi akhirnya hanya mendapatkan berbeda lima persen suara dari pasangan nomor dua. Bila dilihat dari perkembangannya pada masa kampanye putaran kedua ini paslon nomor tiga mengalami peningkatan baik dari strategi masa sebelum kampanye pilkada putaran kedua dan begitu nomor urut dua yang dimana strategi dalam berkampanye itu masih senyap-senyap kepada masyarakat.

Dengan begitu melihat fenomena unik tersebut peneliti ingin menganalisa pemberitaan menyangkut pilkada putaran kedua tersebut di Detikcom dan SindoNews.com. Di era arus informasi ini kepercayaan publik atas informasi yang akurat dan dapat dipercaya menjadi acuan. Era digital yang membuat warga berperan memproduksi informasi melalui akun-akun personal di media sosial, menyebabkan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi berubah. Tidak lagi mengandalkan media sebagai sumber utama, namun langsung berinteraksi dengan pelaku-pelaku langsung. Pada posisi seperti ini, peran media yang kredibel sangat dibutuhkan, mengingat semakin banyak simpang siur informasi langsung dari masyarakat. Media akan berperan mengakurasi informasi, dan melakukan croscek atau apa yang berkembang di sosial media.

Detikcom dan Sindonewscom hadir sebagai situs berita portal yang memiliki tagline jujur, berimbang,dan independen. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana media *online* Detikcom dan Sindonewscom dalam mengemas persoalan yang terjadi dan menjadi berita serta informasi yang layak untuk disampaikan ke masyarakat luas. Terlebih lagi Detikcom dan SindoNewscom tergolong media *online* yang sudah memiliki khalayak pembaca yang sangat luas diseluruh Indonesia dan merupakan media *online* yang bersifat independen sehingga dapat memberikan pemberitaan yang netral kepada masyarakat.



Maka dari itu, peneliti menggunakan metode analisis *framing* karena dalam metode ini dapat dipandang sebagai penekanan pada penonjolan teks komunikasi, sehingga informasi yang disajikan lebih bermakna dan menarik bagi khalayak. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana suatu peristiwa dipahami dan dibingkai oleh suatu media (Eriyanto 2011, hlm.10). Maka analisis *framing* dapat diartikan sebagai metode untuk melihat cara bercerita (*Story telling*) media atau peristiwa. Adapun macam-macam teori *Framing* menurut buku Analisis *Framing* karya Eriyanto, antara lain dari Murray Edelman, Entman, William A. Gamson & Andre Modigliani, serta Pan & Kosicki.

Faktor yang mempengaruhi *framing* yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam hasil *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan dari proses penekanan isinya (berita). Analisis *framing* akan berguna untuk memahami penggambaran berita terkait pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran kedua di Detikcom dan SindoNewscom. Selain itu, dibanding analisis lainnya, dengan menggunakan analisis *framing* penelitian ini bisa mengetahui cara Detikcom dan SindoNewscom dalam mengonstruksi *framing* realitas pada pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua melalui partai politik baik makna yang tertulis maupun tidak tertulis.

Melalui pertimbangan data diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh apakah benar Detikcom dan SindoNewscom mem-*framing* pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua. Media terkadang melakukan *framing* pemberitaan dengan hanya berpihak pada satu sisi saja sesuai dengan sudut pandang media atas suatu realita. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui seperti apa media *online* Detik.com dan Sindonewscom dalam membingkai pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua. Untuk itu peneliti memilih masalah “Konstruksi Berita Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua Di Media *Online*”

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, yaitu: ‘Bagaimana konstruksi *framing* media *online* Detikcom dan Sindonewscom dalam pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua?’

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti meneliti di Detikcom dan Sindonewscom dengan menggunakan analisis *framing* adalah ingin mengetahui bagaimana konstruksi pembingkai berita pada media tersebut yang terkait Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Dalam Penelitian ini peneliti menjelaskan manfaat dari penelitian yang dilakukan dan terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat dalam hal pengembangan wawasan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang Jurnalistik *Online* khususnya pada analisis *framing*.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi institusi Detikcom dan Sindonewscom yang diteliti atau institusi lain untuk mempelajari hal-hal yang masih belum diperhatikan oleh mereka, terkait pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua.

## **I.5 Sistematis Penulisan**

Untuk mempermudah proses analisa dan memberikan gambaran secara langsung. Sistematika Penulisannya adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdapat penyusunan uraian mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan. Dimana hal-hal yang menjadi pertimbangan utama mengapa peneliti memilih judul, pokok permasalahan maupun hal-hal yang ingin diketahui oleh peneliti.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Kajian Teoritis yang berisikan definisi konsep, teori-teori yang relevan digunakan sebagai bahan pemikiran dan memberikan arah dalam melakukan penelitian. Dimana bab dua ini dijelaskan untuk memberikan gambaran serta pemahaman mengenai landasan-landasan yang digunakan untuk kepentingan analisis dan pengolahan data yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan serta permasalahan penelitian.

## **BAB III METODOLOGI PENDEKATAN**

Bab ini berisikan metode penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, penentuan *key informan* dan *informan*, teknik keabsahan data, metode analisis data, waktu dan lokasi penelitian, dan fokus penelitian. Maka pada bab ini peneliti akan menguraikan tata cara pengolahan data penelitian yang sesuai dengan topik penelitian, pendekatan penelitian.

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan yang ditulis mulai dari profil singkat media Detikcom dan Sindonewscom, hingga menganalisa lima berita dari Detikcom dan Sindonewscom terkait kasus Berita Pilkada DKI Jakarta Putaran Kedua tahun 2017 pada media *online* Detik.com dan Sindonews.com dengan menggunakan teori model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari analisis data dan saran yang diajukan untuk perbaikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

