

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan Umum ialah suatu cara dalam sistem demokrasi di Indonesia untuk menentukan wakil-wakil rakyat yang akan duduk di kursi pemerintahan, juga salah satu bentuk hak asasi warga negara di bidang politik. Pemilu dilaksanakan dengan menganut asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil untuk mewujudkan kedaulatan rakyat.

Sejarah mencatat Pemilu dan Pilpres dilakukan secara langsung pasca reformasi pada tahun 2004. Waktu itu pertama kalinya masyarakat Indonesia memilih presiden dan wakil presiden secara langsung, dan para calon legislatifnya. Sebelum 2004, pemilihan umum di Indonesia dilakukan untuk memilih wakil rakyat di DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Tradisi politik ini sudah berlangsung sejak pemilu pertama di tahun 1955 dan mewakili keterwakilan inilah mereka diberi amanah untuk memilih Presiden.

Pergelaran pemilu sangat dinantikan oleh masyarakat, apalagi pada saat penghitungan suara. Salah satu penghitungan itu adalah *Quick Count*. *Quick Count* merupakan metode verifikasi hasil pemilihan umum, yang datanya diperoleh dari sampel di lapangan. Berbeda dengan teknologi *pooling*, sampel tidak diperoleh dari para responden yang ditanyai satu per satu, melainkan diperoleh dari hasil rekap resmi di lapangan (tempat pemungutan suara). Sesuai namanya *Quick Count* melakukan perhitungan suara secara cepat, namun hasil dari perhitungan tersebut tidak 100% akurat karena tidak semua TPS di ambil hasil suaranya, melainkan hanya beberapa TPS saja yang di ambil hasil suaranya untuk dijadikan sampel data. (<http://m.detik.com/news/berita/d-4514245/catat-bedanya-quick-count-real-count-dan-exit-poll>)

Quick Count memiliki pengeluaran biaya yang cukup besar, karena lembaga survei harus membayar para contributor pengumpul data suara di TPS yang

dijadikan sample agar hasil suara tersebut dapat diolah dengan metode - metode penelitian tertentu sehingga menghasilkan hasil *Quick Count* yang dapat di publikasikan kepada khalayak luas. *Quick Count* digunakan pada saat pemilihan umum presiden, kepala daerah, maupun legislatif. (<http://m.detik.com/news/berita/d-4514245/catat-bedanya-quick-count-real-count-dan-exit-poll>)

Pada pilpres 2014 hasil quick count menunjukkan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla unggul terhadap Prabowo Subianto dengan perolehan angka 52,34% - 47,66%. Dengan fenomena ini rilis hasil quick count selalu menarik untuk ditunggu oleh masyarakat sebagai referensi maupun sebagai kontrol KPU atas hasil pesta demokrasi yang telah dilakukan, Hasil tersebut bisa dijadikan gambaran selagi menunggu hasil Real Count dari KPU yang biasanya baru bisa terkumpul 100% dalam 30 hari setelah pemilu.

Salah satunya pada perhelatan pemilu 2019 tentunya terdapat hasil *Quick Count* yang dikeluarkan beberapa lembaga survei. Hasil *Quick Count* menurut lembaga survei LSI Jokowi-Ma'ruf 55,73% Prabowo-Sandiaga 44,27% data terkumpul 98,33%, Indobarometer Jokowi-Ma'ruf 54,52% Prabowo-Sandiaga 45,48% data terkumpul 97%, Charta Politica Jokowi-Ma'ruf 54,42% Prabowo-Sandiaga 45,58% data terkumpul 92,5% (<https://news.detik.com/berita/d-4515451/hasil-quick-count-nyaris-100-6-lembaga-survei-jokowi-unggul> diakas pada 19 April pukul 3:05) Data hasil *Quick Count* yang telah dipublikasikan oleh lembaga survei tersebut menuai beragam komentar dari kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden. Terlebih data tersebut dipublikasikan melalui media massa.

Penyampaian informasi hasil Quick Count ditampilkan pada media massa. Media massa merupakan perangkat – perangkat yang terorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang berjarak kepada khalayak luas dalam waktu yang singkat. Narudin, (2004:1.12) Ada tiga jenis media massa yaitu, media cetak, media elektronik, media *online*.

Media elektronik ialah informasi atau data yang dibuat, disebar, maupun diakses dengan menggunakan suatu alat elektronik, energi elektromekanikal, atau alat lain yang digunakan dalam alat komunikasi elektronik. Yang termasuk ke dalam media elektronik yaitu: televisi, radio, komputer, *handphone*, dan alat – alat lain yang mengirim dan menerima informasi dengan menggunakan elektronik (Surya, 2012).

Menurut Eriyanto, (2002:11) “Ada dua esensi dari *framing*. Kesatu, bagaimana peristiwa itu dimaknai. Bersinambungan dengan bagian mana yang diliput dan bagian mana yang tidak diliput. Kedua, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat dan gambar untuk mendukung gagasan”. *Framing* yang dimaksud untuk memfokuskan berita pada hal yang dianggap penting dan menarik untuk diberitakan oleh media dari keseluruhan peristiwa yang terjadi. *Framing* dilakukan dengan menonjolkan aspek dari sebuah peristiwa atau realitas, akibatnya ada aspek yang tidak diperhatikan atau dimasukkan dalam pemberitaan.

Framing dapat menimbulkan efek tertentu bagi realitas sosial dan khalayak media. *Framing* dapat menekankan suatu aspek dalam sebuah peristiwa dan mengabaikan aspek yang lain dalam peristiwa yang sama. *Framing* juga mampu mempengaruhi persepsi khalayak. Hal tersebut dilakukan dengan cara meninggalkan ingatan terhadap cara pandang khalayak dalam melihat suatu peristiwa. Namun di sisi lain, *framing* juga dapat menyederhanakan peristiwa yang kompleks menjadi realitas yang mampu dipahami secara sederhana khalayak.

Media televisi yang menarik bagi penulis untuk diteliti yaitu TV One dan Metro TV dalam program acara Kabar Petang Dan Metro Hari ini. Acara tersebut menayangkan pembahasan Quick Count pemilu 2019 yang di hadiri oleh para tim pemenangan capres dan cawapres kubu no 01 dan 02, membahas soal hasil *Quick Count* yang di lakukan lembaga survei dengan meminta pendapat dari tim pemenangan capres dan cawapres yang mereka dukung.

TV One merupakan stasiun televisi berita yang didirikan pada 14 Februari 2008, pukul 19.30 WIB, didirikan oleh Abdul Latief dan pada saat ini dimiliki oleh

Bakrie Grup dipimpin oleh Abu Rizal Bakrie. Diresmikan oleh mantan presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono di Istana Presiden. Memiliki berbagai program acara berita diantaranya *One Pride* Indonesia MMA, Indonesia *Lawyers Club*, Damai Indonesiaku, Apakabar Indonesia Pagi, Kabar Siang, Kabar Petang, Apa Kabar Indonesia Malam. TVOne merupakan salah satu televisi di Indonesia yang mengedepankan program acara berita dari pada program acara lain, dengan tagline “Kami Kabarkan, Anda Putuskan”.

Metro TV didirikan pada 25 November 2000 di Jakarta, didirikan oleh PT Media Televisi Indonesia dan dimiliki oleh Media Grup pimpinan Surya Paloh terdapat berbagai program acara berita diantaranya Selamat Pagi Indonesia, Metro Xin Wen, Metro siang, Metro Bisnis, Metro Hari Ini, Dunia Hari Ini, Metro Malam. Sama dengan TV One, Metro TV lebih mengedepankan program acara berita agar dapat memberikan informasi mengenai peristiwa – peristiwa yang terjadi di Indonesia. Metro Tv memiliki tagline “*Knowledge to Elevate*”.

Dampak luas media massa dengan jangkauan yang luas tentu banyak khalayak yang terpapar oleh informasi tentang *Quick Count* yang telah dirilis berbagai lembaga survei. Hasil *Quick Count* tersebut menimbulkan beragam komentar dari masyarakat luas, ditambah dengan komentar kedua calon presiden dan wakil presiden mengenai hasil quick count tersebut menambah banyak perdebatan pada khalayak ramai.

Apalagi pemberitaan hasil quick count yang disajikan di kedua media tersebut memiliki perbedaan yang signifikan. Terlihat Metro TV yang dipimpin oleh Surya Paloh yang mengusung Joko Widodo sebagai Presiden secara terang – terangan lebih mengedepankan pemberitaan tentang Joko Widodo dari pada pemberitaan mengenai Prabowo Subianto yang dilihat seperti menyudutkan paslon no urut 2, sedangkan TV One yang dimiliki oleh Abu Rizalbakrie berusaha bersikap netral dalam pemilu 2019 ini.



Gambar 1.1 Metro TV lebih mengedepankan berita tentang Joko Widodo

Pasangan nomer urut 01 Joko Widodo-KH Ma'aruf Amin menanggapi hasil *Quick Count* dengan sikap yang rendah hati dengan menyeruh para pendukungnya agar tetap sabar menunggu hasil penghitungan resmi dari KPU, Berbeda dengan pasangan 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno berkomentar bahwa hasil *Quick Count* yang berada di media massa tersebut belum bisa di percaya karena masih menunggu hasil dari KPU, sedangkan hasil *Quick Count* yang dilakukan pihak Prabowo hasil menunjukkan bahwa Prabowo menang dan dia menyebutkan hasil ini merupakan real count dari 320.000 TPS.

Perbedaan pendapat antara kedua calon tersebut membuat pergolakan ditengah masyarakat lebih spesifik lagi pada kedua kelompok pendukung pasangan capres cawapres. Media massa sebagai alat untuk menyebarkan informasi yang memiliki jangkauan yang luas memiliki peran penting dalam hal menyampaikan

suatu informasi. Bagaimana kedua media ini memframing berita ini dan menyajikannya kepada khalayak luas yang bisa membuat opini masyarakat terhadap pasangan capres dan cawapres tersebut.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Adinda Vembi pada pemberitaan pemilu 2014 di media TVOne dan Metro TV dapat disimpulkan bahwa TVOne yang dimiliki oleh Aburizal Bakrie yang mengukung pasangan capres dan cawapres nomer urut 1 Prabowo-Hatta, dalam membingkai berita menonjolkan Prabowo-Hatta dan seolah – oleh menjatuhkan pencitraan dari pasangan Jokowi-JK. Narasumber yang dihadirkan dalam pemberitaannya pun adalah orang – orang yang mendukung pasangan Prabowo-Hatta, dari pasangan Jokowi-JK ada juga dihadirkan namun tidak sebanding dengan narasumber yang dihadirkan dari pihak Prabowo-Hatta. Jika dilihat pemberitaan hasil *quick count* terlihat sangat jelas perbedaan angka yang diumumkan oleh TV One jika dibandingkan dengan Metro TV.

Pihak Metro TV membingkai berita mengenai hasil *quick count* pemilu 2014 secara keseluruhan lebih memperlihatkan sisi positif dari pasangan Jokowi-JK dibandingkan dengan Prabowo-Hatta. Metro TV yang dimiliki oleh Surya Paloh memang mengukung pasangan capres dan cawapres nomer urut 02 yaitu Jokowi-JK. Dalam setiap pemberitaan diperlihatkan pernyataan-pernyataan yang mengenai pencitraan Jokowi-JK dan seolah – olah menjatuhkan pencitraan dari Prabowo-Hatta. Selain itu dalam pemberitaannya bukan hanya kalimat-kalimat yang dilontarkan oleh hanker, tetapi juga dari headline pun terlihat sekali Metro TV berada dikubu pasangan Jokowi-JK, selain itu juga narasumber yang dihadirkan semuanya berada di pihak Jokowi-JK. Narasumber yang didatangkan dari Prabowo-Hatta tidak sebanding dengan banyaknya narasumber yang didatangkan dari tim Jokowi-JK.

Fenomena ini menarik perhatian penulis untuk meneliti bagaimana framing yang dilakukan kedua media televisi ini sebagai salah satu televisi nasional di Indonesia. Penelitian ini penulis beri judul “**Analisis Framing Pemberitaan Hasil Quick Count Pemilu 2019 di Media Tv One dan Metro Tv**”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena diatas peneliti memiliki pertanyaan yang menjadi pokok masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana pemberitaan mengenai hasil *Quick Count* Pemilu Presiden 2019 di media TV One dan Metro Tv ?
2. Bagaimana media TV One dan Metro TV membangun konstruksi sosial melalui pemberitaan hasil *Quick Count* ?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Mendeskripsikan pemberitaan hasil *Quick Count* di media TV One dan Metro TV.
2. Untuk mendapatkan gambaran media TV One dan Metro TV melakukan framing konstruksi sosial.

I.4 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, di dalam penelitian ini terdapat manfaat secara akademis dan praktis:

I.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *framing* pemberitaan setelah hasil *Quick Count* pemilu presiden 2019 di media TVOne dan Metro TV, Penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan mengenai pbingkaian berita dalam media televisi, dalam hal ini dapat menjadi landasan pemikiran atau referensi bagi penelitian selajutnya yang berkaitan dengan pbingkaian berita pada media televisi sehingga menambah wawasan bagi mahasiswa program studi ilmu komunikasi khususnya mengenai *framing* media televisi agar menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait *framing* media televisi.

I.4.2 Manfaat Praktis

Dapat memberikan informasi mengenai idealisme televisi pesan yang disampaikan oleh media televisi yaitu TV One dan Metro TV agar masyarakat menilai sendiri bagaimana media televisi tersebut memberikan informasi.

I.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan proposal ini, pembahasannya diklasifikasikan secara sistematis ke dalam (tiga) bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang dari penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara akademis dan praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisi uraian teori – teori dasar berkaitan dengan penelitian, definisi konseptual dan hipotesis. Diantaranya adalah mengenai penelitian terdahulu, konsep – konsep penelitian, teori dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai bagaimana penelitian dilakukan dengan cara dan prosedur penelitian dalam bidang ilmu komunikasi. Didalamnya terdapat metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi buku yang dipakai dalam penyusunan skripsi untuk melengkapi pengumpulan data dan proses pengerjaan penelitian.