

BERANI, TEGAS, BENAR: ANALISIS *FRAMING* OKEZONE.COM., MEDIAINDONESIA.COM, DAN KOMPAS.COM TERHADAP AHOK DALAM ISU REKLAMASI

Oleh: Achmad Supardi

Universitas Presiden, Cikarang, Kabupaten Bekasi
achmadsupardi@president.ac.id

Abstrak

Media massa tidak pernah objektif dalam memberitakan sebuah hal. Ideologi dan kepentingan memainkan peran penting dalam membentuk bingkai pemberitaan mereka. Makin dekatnya Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017 membuat gubernur saat ini, Basuki Tjahaja Purnama berada dalam sorotan. Basuki hampir selalu masuk dalam pemberitaan media massa terutama dalam kaitannya dengan penyelidikan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam kasus suap terkait pembahasan peraturan daerah (Perda) mengenai pulau reklamasi di Teluk Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian aplikasi teori *framing* menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam melihat bagaimana Okezone.com, MediaIndonesia.com and Kompas.com membingkai Basuki dalam isu pulau reklamasi. Penelitian ini menemukan bahwa Okezone.com membingkai Basuki sebagai pemimpin yang profesional yang tidak mengedepankan kepentingan pribadinya menjelang Pilgub. Sementara itu, MediaIndonesia.com membingkai Basuki sebagai pemimpin baik yang sedang berperang dengan sekelompok preman politik sementara Kompas.com membingkai Basuki sebagai pemimpin yang baik dan karena kebaikannya itulah ia menjadi sasaran serangan-serangan politik.

Kata kunci: *framing* , Basuki Tjahaja Purnama, proyek pulau reklamasi, pemimpin

Abstract

Mass media are never truly neutral when reporting an issue. Ideology and interest play a significant role in shaping media's frames. The approaching of Jakarta Gubernatorial Election put the incumbent, Basuki Tjahaja Purnama under spotlight. The popular governor was once again hit in the frontpages and primetimes at the height of Jakarta Bay Reclamation Project inquiry by Indonesia's Corruption Eradication Commission. This research employed Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki's *framing* model in investigating how Okezone.com, MediaIndonesia.com and Kompas.com framed Basuki on the reclamation issue. The reviewed texts were Basuki-related news items on the issue of Jakarta Bay Reclamation Project published by the three media right after the arrest of a Jakarta House of Representative member and a developer's high-rank official which brought this issue to national attention. This research found that Okezone.com depicted Basuki through his rudeness, but it turned out that it made Basuki look good in the context of fighting corrupt acts (rudeness seen as boldness). MediaIndonesia.com framed Ahok as a clean leader who is in a war against some political thugs, while Kompas.com framed Basuki as brave and committed leader who put public interest ahead of his own popularity.

Keywords: *framing* , Basuki Tjahaja Purnama, Jakarta Bay Reclamation Project, leader

Pendahuluan

Paper ini mendiskusikan bagaimana media massa *online* yang berbeda membingkai Gubernur Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta,¹ Basuki Tjahaja Purnama (secara luas dikenal dengan panggilan Ahok) dalam isu reklamasi Teluk Jakarta (selanjutnya akan disebut reklamasi saja). Reklamasi adalah isu yang penting dibahas karena ia mencerminkan *power relations* antara Gubernur Jakarta, DPRD Jakarta (berikut faksi-faksi yang ada di dalamnya), partai politik, dunia bisnis, LSM dan lembaga-lembaga kemasyarakatan. Reklamasi ini juga memicu debat baik di media massa maupun media sosial. Berbagai pihak memperdebatkan isu ini dalam berbagai perspektif, mulai dari lingkungan, penegakan hukum, kesetaraan perlakuan antara masyarakat mampu dan tidak mampu, nasib nelayan, melebarnya kesenjangan sosial dan lainnya. Karena luasnya spektrum isu ini dan besarnya daya tarik isu ini terhadap berbagai kalangan masyarakat,

maka isu reklamasi ini menjadi sangat penting dan menarik pula bagi media massa.

Reklamasi di Teluk Jakarta adalah program lama yang sudah digagas sejak masa Presiden Suharto dengan dikeluarkannya Keputusan Presiden No 52/1995 tentang Reklamasi Pantai Utara Jakarta pada 13 Juli 1995. Pada tahun 2007 Pemerintah Indonesia mengeluarkan 2 undang-undang (UU), yakni UU No. 26/2007 tentang Penataan Ruang dan UU No. 27/2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau Kecil. Meski demikian, isu reklamasi menjadi isu yang sangat panas di masa Pemerintahan Gubernur Ahok karena di masa dialah sejumlah izin prinsip dijalankan hingga menjadi izin pelaksanaan pada tahun 2014.

Tabel 1 di bawah menunjukkan 17 pulau reklamasi berikut jenis izin dan pemilik izinnya.

¹ Selanjutnya akan disebut Jakarta saja.

Tabel 1. Jenis Izin dan Penerima
Izin 17 Pulau Reklamasi

Nama pulau reklamasi dan luasnya (dalam ha)	Penerima izin	Jenis izin (sampai dengan 6 Juni 2016)	Catatan
A (79 Ha)	PT Kapuk Naga Indah (anak perusahaan PT Agung Sedayu Group)	Izin prinsip	
B (380 Ha)	PT Kapuk Naga Indah (anak perusahaan PT Agung Sedayu Group)	Izin prinsip	
C (276 Ha)	PT Kapuk Naga Indah (anak perusahaan PT Agung Sedayu Group)	Pelaksanaan reklamasi	Permit was given by Jakarta Governor, Fauzi Bowo in 2012
D (312 Ha)	PT Kapuk Naga Indah (anak perusahaan PT Agung Sedayu Group)	Pelaksanaan reklamasi	Permit was given by Jakarta Governor, Fauzi Bowo in 2012
E (284 Ha)	PT Kapuk Naga Indah (anak perusahaan PT Agung Sedayu Group)	Izin prinsip	
F (190 Ha)	PT Jakarta Propertindo	Izin pelaksanaan	Permit was given by Jakarta Governor, Basuki Tjahaja Purnama in 2014
G (161 Ha)	PT Muara Wisesa Samudera (anak perusahaan PT Agung Podomoro Group)	Pelaksanaan reklamasi	Permit was given by Jakarta Governor, Basuki Tjahaja Purnama in 2014
H (63 Ha)	PT Taman Harapan Indah	Izin pelaksanaan	
I (405 Ha)	PT Pembangunan Jaya Ancol dan PT Jaladri Kartika Eka Paksi	Izin pelaksanaan	Permit was given by Jakarta Governor, Basuki Tjahaja Purnama in 2014
J (316 Ha)	PT Pembangunan Jaya Ancol	Izin prinsip	
K (32 Ha)	PT Pembangunan Jaya Ancol	Izin pelaksanaan	Permit was given by Jakarta Governor, Basuki Tjahaja Purnama in 2014
L (481 Ha)	PT Manggala Krida Yudha dan PT Pembangunan Jaya Ancol	Izin prinsip	
M (587 Ha)	PT Manggala Krida Yudha dan PT Pelindo II	Izin prinsip	
N (411 Ha)	PT Pelindo II (New Tanjung Priok)	Pelaksanaan reklamasi	
O (344 Ha)	PT Jakarta Propertindo	Izin prinsip	
P (463 Ha)	PT Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Marunda, Pemprov DKI Jakarta	Izin prinsip	
Q (369 Ha)	PT Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Marunda, Pemprov DKI Jakarta	Izin prinsip	

Sumber: diolah penulis dari Adzkia 2016 dan Rudi 2015

Menurut Ahok, reklamasi adalah program lama dan ia hanya melanjutkan. Ahok mengatakan dirinya atas nama Pemprov DKI Jakarta mengusulkan kenaikan kewajiban pengembang yang diberi izin pelaksanaan di pulau-pulau reklamasi. Selain itu ia juga meminta agar para pengembang ini dikenai kewajiban menyediakan 20% dari lahan pulau reklamasi untuk ruang terbuka hijau (RTH) dan memberikan 5% dari

lahan mereka yang ada di daratan utama Jakarta untuk fasilitas publik seperti untuk pembuatan jalan inspeksi sungai. (Hutabarat 2016). Usulan peningkatan kewajiban pengembang ini dimasukkan disampaikan Ahok dalam pembahasan Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) Rencana Tata Ruang Kawasan Strategis Pantai Utara Jakarta (RTRKSPJ) dan Raperda Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-pulau Kecil (RZWP3K)² (Putera 2016).

Isu reklamasi ini makin menarik setelah Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menangkap tangan Ketua Komisi D DPRD DKI Jakarta, Mohamad Sanusi yang menerima suap dari Presiden Direktur Agung Podomoro Land, Ariesman Widjaja yang disampaikan bersama asistennya, Trinanda Prihantoro. Banyak pihak berpendapat bahwa pembahasan sebuah rancangan peraturan daerah pasti melibatkan baik legislatif maupun eksekutif, karena itu sebagian pihak mencurigai Ahok terlibat dalam

² Demi kemudahan, Raperda ini selanjutnya akan disebut "Raperda Zonasi" saja.

kasus ini (lihat Persada and Aprianto 2016, Fakhri 2016). Sejumlah berita berspekulasi saat Ahok dipanggil oleh KPK menjadi saksi bagi kasus yang menjerat M. Sanusi. Banyak pula berita yang mencari keterkaitan antara Ahok dengan pihak pe-ngembang. Di sini media dalam pertaruhan, apakah mereka bisa tetap objektif dalam pemberitaannya, tergoda untuk cenderung menyerang Ahok, atau ikut arus opini publik yang melihat Ahok sebagai sosok yang tegas dan bersih sehingga pemberitaannya menjadi tidak objektif. Selama ini memang banyak pemberitaan yang menggambarkan Ahok sebagai pemimpin yang baik dan bersih (lihat Paat 2016, Haidar 2016). Penelitian ini merupakan penelitian pada level aplikasi teori, dalam hal ini penerapan teori *framing* untuk meneliti pembingkai media massa terhadap seorang tokoh pada isu tertentu.

Metode Penelitian

Penelitian ini meneliti pembingkai yang dilakukan media massa, dalam hal ini Okezone.com, MediaIndonesia.com, dan Kompas

.com terhadap Ahok dalam isu reklamasi di Teluk Jakarta. Bahan yang diteliti hanya berita, tidak termasuk tajuk rencana (*editorial*). Pada tajuk rencana, media massa menampilkan pendirian atau sikapnya tentang suatu isu dengan jelas. Sebaliknya, pada pemberitaan mereka, media massa ingin tampak objektif. Pesan tersembunyi atau kecenderungan pembelaan/sikap tidak ditampakkan dengan jelas dalam berita. Karena itu masyarakat cenderung menganggap berita sebagai produk yang objektif. Menyadari hal itu, penelitian *framing* ini menjadi penting karena membongkar bagaimana sebenarnya sikap sebuah media terhadap suatu isu.

Dipilihnya Okezone.com, media indonesia.com, dan Kompas.com karena ketiganya dianggap mewakili posisi yang berbeda dalam pemberitaan reklamasi ini. Harry Tanoe menjadi figur publik yang menolak reklamasi dengan keras. Hasil pencarian di google.com dengan kata kunci reklamasi dan Harry Tanoe menghasilkan 133.000 hasil dalam waktu 0,33 detik. Dalam halaman

pertama saja terlihat berita dari Okezone.com tentang penolakan Hary Tanoe terhadap reklamasi berikut artikel yang mempertanyakan sikap Hary Tanoe ini, salah satunya dimuat di Kompasiana. Hal ini menunjukkan bahwa Hary Tanoe, pemilik MNC Group yang salah satunya adalah Okezone.com, cenderung negatif terhadap Ahok dalam kasus reklamasi ini. Sementara itu, figur publik lainnya yang juga memiliki jaringan media massa, Surya Paloh, terlihat cenderung membela Ahok. Hasil pencarian dengan kata kunci reklamasi, Surya paloh menghasilkan 296.000 hasil dalam waktu 0,28 detik. Pada halaman pertama (dengan tingkat relevansi tertinggi), menunjukkan Surya Paloh membela Ahok dalam kasus reklamasi ini. Kompas.com turut diteliti karena media ini juga edisi koran mereka, Kompas selama ini dianggap relatif objektif.

Kriteria Berita yang Diteliti:

1. Berbicara tentang reklamasi
2. Fokus tentang Ahok
3. Dimuat pada periode 1-7 April 2016. Periode ini dipilih

karena merupakan minggu pertama sejak penangkapan KPK terhadap Ketua Komisi D DPRD DKI Jakarta, M. Sanusi dan Presiden Direktur Agung Podomoro Land, Ariesman Widjaja beserta anak buahnya, Trinanda Prihantoro. Penangkapan pejabat dan pebisnis ini membuat isu reklamasi menjadi sorotan yang menarik perhatian masyarakat secara nasional (Puspitasari 2016). Ketua KPK Agus Rahadjo mengatakan Sanusi ditangkap karena menerima suap dari PT Agung Podomoro Land untuk memuluskan proyek reklamasi pantai Jakarta. Sejak peristiwa inilah pembicaraan tentang reklamasi di pantai utara Jakarta menjadi membesar dan mulai dikaitkan dengan Ahok. Periode 1 minggu pertama dipilih karena inilah masa "paling hangat" dan "paling genting" di mana media massa belum mendapatkan gambaran yang sepenuhnya tentang

kasus yang diangkat/diberitakan. Dalam periode ini media massa dalam tahap "mencari berita", atau secara ideal, mereka dalam tahap "mencari dan memverifikasi kebenaran" namun belum secara tegas/pasti mendapatkannya. Dalam periode ini biasanya pemberitaan sebuah perusahaan media banyak dipengaruhi oleh "keyakinan" atau "anggapan" media itu sendiri yang biasanya dipengaruhi oleh ideologi dan/atau kepentingan (pemilik) media tersebut. Dengan kata lain, periode 1 minggu pertama ini menunjukkan "warna asli" keberpihakan atau cara pandang sebuah perusahaan media terhadap sebuah isu. Dengan alasan demikian, periode ini dipilih.

Berita terpilih untuk diteliti:

Okezone.com

1. "Ini Alasan Ahok Dukong Reklamasi Pulau" diterbitkan pada 4 April 2016, 11:35 WIB

2. "Soal Reklamasi Pulau, Ahok Sebut DPRD Gila" diterbitkan pada 4 April 2016 - 13:06 WIB
3. "Ahok Tak Persoalkan Pembahasan Raperda Reklamasi Dihentikan" diterbitkan pada 5 April 2016 - 14:10 WIB
4. "Pembahasan Raperda Terancam Berhenti, Ahok: Reklamasi Jalan Terus" diterbitkan pada 7 April 2016 - 11:31 WIB

MediaIndonesia.com

1. "Ahok Akui Ada Lobi Terkait Raperda Reklamasi" diterbitkan pada 4 April 2016 - 10:29 WIB
2. "Ahok Sebut Isu Reklamasi Sarat Dipolitisasi" diterbitkan pada 4 April 2016 - 12:30 WIB
3. "Ahok Siap Bantu KPK Bongkar Skandal Suap Raperda Reklamasi" diterbitkan pada 4 April 2016 - 12:43 WIB
4. "Belum Ada IMB di Pulau Reklamasi Teluk Jakarta" diterbitkan pada 5 April 2016 - 19:24 WIB

Kompas.com

1. "Ahok Tulis Kata "Gila" di Draf Raperda Reklamasi Usulan Taufik" diterbitkan pada 4 April 2016 – 12:22 WIB
2. "Ahok: Setelah Sumber Waras Gagal, Sekarang Reklamasi untuk Hajar Saya" diterbitkan pada 4 April 2016 - 12:05 WIB
3. "Ini Alasan Ahok Naikkan Kewajiban Pengembang Reklamasi Jadi 15 Persen" diterbitkan pada 4 April 2016 – 11:37 WIB
4. "Ahok Sebut Distopnya Pembahasan Raperda Reklamasi Untungkan Pengembang" diterbitkan pada 5 April 2016 – 12:26 WIB

Dalam model *framing* Pan dan Kosicky, semua pihak yang dikutip pernyataannya dan dimunculkan dalam pemberitaan disebut aktor. Hal ini bisa diterima dalam konteks model pemberitaan saat itu (1990-an) di mana mayoritas berita mengutip dua pihak atau lebih yang berseberangan dalam satu item berita yang sama. Drama menjadi

salah satu *news value* yang paling sering muncul. Yang dimaksud 'drama' adalah peletakan gambaran dan komentar dari dua pihak atau lebih yang berseberangan tentang suatu isu dalam sebuah artikel berita yang sama. Namun di masa media *online* seperti sekarang ini, muncul kecenderungan untuk memuat berita sepotong-sepotong. Satu tema berita dibagi ke dalam beberapa item berita yang dimuatnya tidak bersamaan, namun berurutan sesuai sesuai waktu diperolehnya lanjutan berita tersebut. Di masing-masing item berita itu hanya ditampilkan satu sudut pandang dari satu aktor utama saja atau aktor yang menjadi fokus dari item berita tersebut (Anggoro 2012). Karena itu *news value* 'drama' tidak bisa diperoleh hanya dengan membaca satu item berita. *News value* drama hanya teridentifikasi ketika kita membaca sejumlah item berita dalam satu tema yang sama. Menyadari hal itu dalam penelitian ini 'aktor' dipilah menjadi dua, yakni aktor utama dan aktor penyerta. Aktor utama adalah aktor yang paling banyak atau bahkan satu-

satunya yang dikutip dan diberitakan, sementara aktor penyerta adalah mereka yang ditulis dan diletakkan sebagai konteks atau perbandingan saja.

Penelitian ini, sebagaimana judulnya, berdasarkan pada teori dan metode *framing* di bawah payung paradigma penelitian konstruktivisme. Paradigma penelitian ini percaya bahwa apa yang kita anggap sebagai “realita” belum tentu merupakan realita yang sebenarnya. Apa yang kita lihat, baca, dengar bahkan alami sendiri ternyata belum tentu yang sebenarnya. Hal ini karena realita bisa dibentuk (Berger and Luckmann 1967).

Media massa adalah salah satu (tunggal sebagai sebuah kategori, meski media adalah plural) alat sekaligus aktor yang sangat kuat dan berpengaruh dalam membentuk realita. Misalnya, media massa yang terus menerus memberitakan aksi kedermawanan tokoh X, membuat tokoh X dikenal oleh publik sebagai “dermawan”. Hal ini terjadi karena pemberitaannya berfokus pada aksi-

aksi kedermawanannya. Seandainya mayoritas berita menuliskan pula bahwa apa yang ia dermakan masih sangat-sangat kecil dibanding total kekayaan tokoh X, bisa jadi ia tidak sepenuhnya dikenal sebagai derma-wan. Ada kemungkinan dia malah dikenal sebagai tokoh yang pelit. Nah, pemilihan satu aspek dari realita untuk ditonjolkan dan mengabaikan (bahkan menyembunyikan) aspek-aspek yang lain adalah *framing* atau pemingkai.

Bagaimana media massa membingkai suatu hal (bisa juga orang atau peristiwa) adalah pilihan subjektif dan sengaja. Banyak peneliti dan teoritis yang yakin bahwa kerja-kerja jurnalistik takkan pernah benar-benar objektif karena “semua jurnalis adalah bias karena pengaruh pengalaman hidup yang dialami maupun kepercayaan-kepercayaan dan nilai-nilai yang dipegangnya, mengingat para jurnalis tersebut adalah manusia sebagaimana orang-orang lain” (Willis 1991 dalam Johnson-Cartee 2005: 117). Selain itu, media massa menyampaikan beritanya melalui bahasa yang menurut Morley (1976:

246 dikutip dalam Johnson-Cartee 2005: 117), “takkan pernah bebas nilai”. Hal apa yang akan diberitakan dan bagaimana ia diberitakan adalah bagian dari *agenda-setting*, yakni kekuatan sekaligus kebiasaan media dalam mengarahkan pikiran audiens tentang suatu hal. Apa yang dianggap penting oleh media massa biasanya dianggap penting pula oleh masyarakat. Ketika hal ini terjadi, maka pemerintah yang tak ingin dituduh mengabaikan opini public akan menganggapnya penting pula. Pada akhirnya apa yang menjadi agenda media akan menjadi agenda publik dan akhirnya menjelma menjadi agenda kebijakan. Masalahnya adalah, sebagaimana dikatakan Tuggle (1998: 67 dikutip dalam Johnson-Cartee 2005: 117), “para jurnalis, sebagaimana kebanyakan orang, cenderung menstereotipekan orang, isu, dan situasi. Stereotipe-stereotipe ini, akhirnya, akan mempengaruhi proses *gatekeeping*, di mana jurnalis memutuskan apa itu berita dan bagaimana berita semestinya dipersembahkan”. Karena itu, mencari tahu bagaimana

media massa membingkai Ahok menjadi menarik sekaligus penting.

Pan and Kosicky melihat bahwa bahasa adalah alat utama bagi media massa dalam melakukan pembingkai-an. Pilihan kata, kalimat dan struktur bahasa secara umum memiliki pengaruh yang besar terhadap proses *meaning-making* di benak masyarakat. Karena itu model analisis bingkai yang ditawarkan oleh Pan and Kosicky fokus pada analisis terhadap struktur bahasa dalam berita tertulis (*written news piece*). Mereka mengusulkan 4 struktur untuk dianalisis, yakni sintaksis, skrip, tematis, dan retorik.

Struktur sintaksis

Struktur sintaksis lebih berkaitan dengan bagaimana urutan sebuah peristiwa (atau “hal”) disampaikan. Hal ini karena apa yang disampaikan pertama biasanya dianggap paling penting dan berpotensi menarik perhatian lebih besar. Apalagi, dalam teknik menulis *straight news* yang mengadopsi model piramida terbalik, elemen-elemen berita yang paling penting ditaruh di awal sehingga terselamatkan dari proses pemotongan ketika *space* yang disediakan

lebih sedikit dibanding materi yang diberitakan. Struktur sintaksis juga melihat dengan sungguh-sungguh apa yang dipakai sebagai penutup karena bagian ini juga berpotensi besar untuk “membekas” di benak pembaca. Yang juga masuk dalam struktur sintaksis adalah konteks. Setiap topik bahasan bisa dibahas dalam konteks tertentu. Nah, konteks manakah yang dipilih? Ini bukan sebuah kebetulan, namun disengaja dengan maksud tertentu.

Struktur Skrip

Struktur kedua adalah skrip. Berita adalah sebuah cerita. Untuk menjadi menarik dan tampak penting, berita harus muncul seperti sebuah pertunjukan. Ada plot dan karakterisasi/penokohan. Dalam struktur ini yang diperhatikan adalah unsur apa dari *who*, *what*, *when*, *where*, *why* dan *how* yang dikedepankan dan ditekankan? Berita biasanya memiliki lebih dari 1 *news values* yang membuatnya layak muat. *News values* manakah yang diutamakan dalam berita yang kita bahas? Bagaimana tokoh utama dan tokoh penyerta dalam berita tersebut

ditampilkan? Karakter seperti apa yang coba ditampilkan?

Struktur Tematis

Struktur ketiga, tematis, lebih berkait dengan tema apa yang tampak mengemuka dalam berita tersebut? Tema besar apa yang diusung dan dengan sub-sub tema apa saja sebuah isu coba ditampilkan? Tema biasanya diketahui dengan melihat pada aspek kausalitas yang dimunculkan dalam sebuah berita juga hipotesis dan pembuktian yang ditampilkan.

Struktur Retoris

Sementara, struktur terakhir, yakni retoris, berkait dengan pilihan-pilihan kata yang dipakai. Hal ini karena kata memiliki “rasa” yang berbeda dan “dampak” yang berbeda pula ketika dibaca. Karena itu pada struktur retoris ini diperhatikan leksikon (kata khusus dalam konteks berita yang ditulis), metafora, dan kata ganti (*modifier*). Paduan elemen-elemen ini membentuk makna yang berbeda seandainya berita tersebut menggunakan leksikon, *modifier* dan metafora yang berbeda pula.

Penelitian ini sedikit memodifikasi langkah *framing* yang ditawarkan Pan dan Kosicky. Kedua pencipta model *framing* Pan dan Kosicky ini mengubah kalimat-kalimat dalam sebuah berita menjadi proposisi. Penelitian ini tidak menggunakan proposisi dan memilih menampilkan kalimat demi kalimat berita sepenuhnya sebagaimana ia adanya saat dipublikasikan. Alasan keputusan ini adalah untuk mengurangi subjektivitas. Peneliti percaya bahwa mengubah kalimat-kalimat berita menjadi proposisi adalah sebuah proses subjektif pula³.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Berita 1 Okezone.com

Berita ini memiliki tema besar “Ahok bekerja secara profesional” yang didukung dengan sub-sub tema “Ahok siap menerima akibat dari keputusannya (tidak membekukan kebijakan reklamasi pulau)”

³ Subjektivitas hingga tataran tertentu dalam penelitian kualitatif dapat diterima karena dalam penelitian kualitatif, peneliti (berikut semua subjektivitas yang melekat padanya) menjadi salah satu instrumen penelitian. Penelitian kualitatif tidak mengklaim objektivitas mutlak sebagaimana penelitian laboratorium atau penelitian kuantitatif secara umum.

karena “Ahok hanya melanjutkan kebijakan terdahulu (sejak masa sebelum dia)” dimana “Ahok tidak mengutamakan popularitas dirinya” dan hanya berusaha “taat hukum”. Tema besar dan sub-sub tema ini didukung oleh pilihan retorik seperti penggunaan kata “bumerang” yang menggambarkan Ahok siap menerima akibat buruk dari kebijakannya yang tidak populis. Berita ini menampilkan kata “bongkar” dalam bentuk kutipan langsung yang menunjukkan Ahok sebagai sosok yang berani membongkar kasus dan tidak takut akan risikonya. Penggambaran Ahok sebagai sosok yang berani demi melayani rakyat ini diperkuat dengan skrip yang hanya menampilkan aktor utama (Ahok) dengan menampilkan *newspeg* Pilgub DKI Jakarta 2017 dan adanya aturan-aturan tentang reklamasi yang sudah muncul sejak sebelum Ahok. Dengan demikian Ahok tampak sebagai pemimpin yang berani mengambil kebijakan tidak populis meski itu berisiko membuatnya potensial ditinggalkan sebagian calon pemilihnya dalam Pilgub mendatang. Penggambaran

tentang diri Ahok ini diperkuat kembali dengan struktur sintaktik yang membuka berita dengan pernyataan Ahok (bahwa kebijakan tidak membekukan reklamasi bisa berakibat buruk baginya secara politis). Ditutupnya berita dengan mengingatkan kembali pembaca terhadap kasus penangkapan KPK atas Ketua Komisi D DPRD DKI yang menerima suap dari pengusaha menunjukkan “kekontrasan” dengan pribadi Ahok.

Berita 2 Okezone.com

Tema besar dalam berita ini adalah “Ahok bekerja untuk rakyat”. Tema besar ini secara tematis diperkuat dengan sub-sub tema seperti bahwa “Ahok dan DPRD DKI Jakarta berbeda posisi (dalam hal menaikkan kewajiban pengembang pulau reklamasi)”, bahwa “Ahok berpikir untuk rakyat”, “Ahok berani bertarung untuk kepentingan rakyat” dan ia adalah “sosok yang cerdas dan jeli” hingga bisa memenangkan pertarungannya. Perbedaan posisi antara Ahok dan DPRD DKI Jakarta dikuatkan dengan pemilihan retorik seperti dikutipnya pernyataan Ahok

bahwa ia menulis kata “gila” dalam draf Raperda yang diajukan DPRD DKI Jakarta. Pilihan kata “ngotot” menunjukkan gambaran Ahok tentang DPRD yang ia sebut begitu membela kepentingan pengembang dengan cara memberikan pengembang kewajiban yang lebih rendah dari yang diusulkannya. Penggunaan leksikon “tim ahli” menunjukkan keputusan Ahok menaikkan kewajiban pengembang bukan berasal dari pemikirannya sendiri, namun dijustifikasi oleh pihak yang berkompeten. Struktur skrip dalam berita ini menunjukkan Ahok sebagai tokoh yang logis dan berani yang berbuat demi kepentingan rakyat. Sebaliknya, pihak lawan, yakni DPRD DKI Jakarta digambarkan sebagai pihak yang longgar kala berhadapan dengan pengembang. Perujukan terhadap salah satu anggota DPRD DKI Jakarta sebagai tersangka kasus suap menjadikan polarisasi karakter kedua pihak (Ahok dan DPRD DKI Jakarta) makin runcing di mana Ahok berada dalam penilaian yang positif. Penggambaran tentang diri Ahok ini diperkuat dengan struktur

sintaktik yang membuka berita dengan perbedaan posisi antara Ahok dan DPRD DKI Jakarta. Secara sintaktik, pernyataan Ahok banyak dikutip secara langsung yang sifatnya menjelaskan situasi sekaligus menyerang posisi DPRD DKI Jakarta. Dengan demikian berita ini mengkontraskan posisi Ahok sebagai tokoh yang berani dan membela kepentingan rakyat banyak dengan DPRD DKI Jakarta yang longgar terhadap pengembang.

Berita 3. Okezone.com

Pada berita ketiga, tema besarnya adalah “Ahok menunjukkan DPRD DKI Jakarta tidak kooperatif dan mendahulukan kepentingan mereka sendiri”. Hal ini didukung oleh sub-sub tema yang menunjukkan “DPRD tidak mendukung Raperda baru yang sebenarnya menguntungkan pemerintah dan rakyat” dengan cara “Fraksi PDIP menghentikan pembahasan raperda tersebut”. Meski tidak ada struktur retorik yang menonjol, namun tema ini didukung oleh struktur skrip dan sintaktik.

Struktur sintaktik berita ini dibuka dengan kutipan sikap Ahok yang mengaku tidak mempersoalkan bila DPRD benar-benar menghentikan pembahasan raperda terkait reklamasinya. Referensi bahwa perda lama lebih menguntungkan pengusaha dibanding raperda yang diusulkan Ahok menguatkan kesan bahwa Ahok bekerja demi kepentingan rakyat. Ditutupnya berita dengan menyebut bahwa pembahasan raperda ditunda setelah salah satu anggota DPRD DKI Jakarta ditangkap KPK karena menerima suap dari pengembang membuat posisi Ahok makin positif. Hal ini didukung oleh Struktur skrip yang didominasi oleh karakterisasi tokoh utama (Ahok) sebagai pemimpin yang cerdas dan kritis.

Berita 4. Okezone.com

Berita keempat memiliki tema besar “Ahok berperang dengan DPRD DKI Jakarta” dengan sub-sub tema “Ahok jalan terus tanpa dukungan DPRD” dimana perang ini “berdampak pada legalitas properti yang sudah dibangun di pulau reklamasinya”. Struktur retorik menunjukkan Ahok teguh pada pendirian-

nya dengan dimuatnya kutipan mengandung kata “jalan terus”. Berita ini juga menggunakan kata “tak kunjung” dalam konteks bahwa DPRD DKI Jakarta tak kunjung mensahkan Raperda terkait reklamasi hingga properti di pulau reklamasi menjadi berstatus ilegal. Pilihan retorisnya terkesan menyudutkan DPRD DKI Jakarta. Struktur tematis dan retorik sejalan dengan struktur skrip yang menggambarkan Ahok sebagai pemimpin yang tegas dan berani didukung oleh struktur sintaktik dimana berita dibuka dengan parafrase pernyataan Ahok bahwa proyek reklamasi tetap jalan terus meski pembahasan dua raperda yang membatasinya terancam dihentikan DPRD DKI Jakarta. Dengan *closing* berita yang menyajikan kasus penangkapan KPK terhadap Ketua Komisi D DPRD DKI Jakarta dan pengusaha yang menyuapnya, sosok Ahok menjadi sangat positif.

Berita 1 MediaIndonesia.com

Berita ini memiliki tema besar “Ahok menuduh ada ketidakberesan dalam pembahasan Raperda

Zonasi” yang didukung oleh sub-sub tema “Ahok menuduh ada permainan dalam pembahasan Raperda Zonasi” dimana Ahok “bersikap tegas terhadap permainan ini”, termasuk bahwa ia “mengancam memenjarakan anak buahnya yang terbukti terlibat dalam permainan ini” dan Ahok adalah pribadi yang “cerdas dan berpihak pada rakyat” hingga tak mudah dibohongi. Bukan hanya struktur tematis yang memberi ruang bagi Ahok untuk menyerang DPRD DKI Jakarta, struktur retoriknya pun demikian. Leksikon berkonotasi negatif bertebaran dalam berita ini yang merujuk pada DPRD DKI Jakarta seperti “lobi”, “tawar-menawar”, dan adanya “jatah preman”. Sebaliknya, secara retorik Ahok digambarkan secara sangat positif. Ia digambarkan mengatakan perbuatan DPRD DKI Jakarta “gila” dan bahwa Ahok siap memenjarakan anak buahnya yang terbukti “bersekongkol” dengan DPRD DKI Jakarta. Secara sintaktik, berita ini dibuka dengan parafrase tuduhan Ahok bahwa pembahasan raperda terkait reklamasi diwarnai permainan dan tawar-menawar. Parafrase

ini selalu diikuti dengan kutipan langsung dari Ahok yang sifatnya adalah “bukti” tuduhannya terhadap DPRD DKI Jakarta tersebut. Struktur skrip sangat mendukung dengan dominasi karakterisasi atas Ahok sebagai pemimpin yang lurus dan tegas yang sedang berhadapan dengan DPRD DKI Jakarta yang suka memperjualbelikan pasal dengan harga tertentu.

Berita 2. MediaIndonesia.com

Berita ini memiliki tema besar “Ahok posisikan diri sebagai korban”. Hal ini ditunjang oleh sub-sub tema, yakni “Ahok menuduh lawan menjatuhkannya dengan isu rekla-masi” namun Ahok tetap pada pendiriannya dan “tidak peduli citra diri” sekalipun mendekati Pilgub DKI Jakarta 2017. Struktur retorik dalam berita ini memberi Ahok peluang menjelaskan bahwa ia tidak “mencari muka” demi menjaga popularitasnya jelang Pilgub 2017. Hal ini senada dengan struktur skrip yang menggambarkan Ahok sebagai target serangan politik”. Keberpihakan berita ini terhadap Ahok sangat terlihat pula pada struktur

sintaktik dimana judul dan lead sangat memberi tempat kepada Ahok untuk menggambarkan dirinya sebagai korban politisasi isu reklamasi. *Closing* berita yang berupa kutipan langsung dari Ahok bahwa ia tidak mau melanggar undang-undang hanya demi menjaga popularitas pribadi makin meneguhkan keberpihakan ini.

Berita 3. MediaIndonesia.com

Artikel ini mengusung tema utama “Ahok pemberantas korupsi” yang didukung oleh sejumlah sub tema, yakni bahwa “kasus reklamasi adalah skandal” dimana Ahok “sebagai korban fitnah di dalamnya” dan “Ahok siap membongkarnya”. Posisi Ahok sebagai pemberantas korupsi ini dikuatkan oleh struktur retorik yang menunjukkan Ahok siap bantu KPK “bongkar” skandal suap reklamasi yang oleh KPK disebut “*grand corruption*”. Sebaliknya leksikon yang dipakai untuk menggambarkan pihak lawan sangat negatif, seperti “ditangkap tangan” yang menunjukkan bahwa kesalahannya tak terbantahkan. Judul dan *lead* yang menunjukkan Ahok siap mem-

bantu KPK bongkar skandal suap reklamasi dibantu oleh kutipan-kutipan langsung dari Ahok tentang hal yang sama menunjukkan struktur sintaktik yang berpihak pada Ahok. Masih struktur sintaktik, penempatan peristiwa penangkapan Ketua Komisi D DPRD DKI Jakarta dan seorang pengembang terkait kasus suap di bagian konteks dan *closing* meneguhkan posisi Ahok sebagai pejuang pemberantas korupsi. Sementara itu, struktur skrip dalam berita ini didominasi oleh karakterisasi tokoh utama tentang dirinya sendiri sebagai pejuang anti korupsi dan karakterisasi terhadap tokoh penyerta (DPRD DKI Jakarta dan pengembang) sebagai pelaku tindak pidana korupsi.

Berita 4. MediaIndonesia.com

Berita ini memiliki tema besar “Ahok bersikap tegas terhadap pembangunan tanpa IMB” didukung dengan sub tema “Ahok siap segel bangunan tanpa IMB” dan “nasib pulau reklamasi dan status pembangunannya”. Tema ini memberi impresi bahwa Ahok tegas dalam penegakan aturan. Hal ini dite-

gaskan dengan struktur retorik yang dibumbui dengan leksikon “segel” untuk menunjukkan ketegasan Ahok dan leksikon “kebobolan” yang menunjukkan pengakuan Ahok bahwa anak buahnya masih belum sepenuhnya jeli dalam menegakkan aturan. Struktur skrip didominasi oleh karakterisasi atas tokoh utama (Ahok) sebagai sosok yang jeli dan tegas. Pembukaan berita dengan ketegasan Ahok meminta pembangunan properti di pulau reklamasi yang tak ber-IMB agar disegel masih cukup koheren dengan penutupan berupa pernyataan langsung Ahok bahwa anak buahnya tidak selalu jeli dalam mengimplementasikan peraturan. Berita ini masih memberi impresi positif terhadap Ahok meski tidak secara langsung memusatkan bahasannya pada konflik antara Ahok dan DPRD DKI Jakarta.

Berita 1 Kompas.com

Tema besar berita ini adalah “Ahok sebut DPRD DKI Jakarta ‘gila’” dengan sub-sub tema “Ahok berani dan heroik” serta “DPRD mengajukan penurunan kewajiban

pengembang dari 15 persen menjadi 5 persen” yang mengindikasikan perbedaan posisi antara Ahok dan DPRD. Perbedaan posisi ini makin jelas dalam struktur retorik dimana Ahok digambarkan melalui leksikon yang menggambarkan keberaniannya seperti “mencoret-coret” usulan DPRD yang dianggapnya tidak masuk akal dan keberaniannya menyebut usulan itu “gila”. Kedua leksikon ini diungkap berkali-kali dalam berita yang menunjukkan adanya penekanan. Senada, struktur skrip pun didominasi oleh karakterisasi terhadap Ahok sebagai pemimpin yang tegas dan berani sementara lawannya, Ketua DPRD DKI Jakarta, M. Taufik, digambarkan sebagai tokoh yang mencari keuntungan sendiri. Meski demikian, secara sintaksis, berita ini tidak secara frontal menempatkan Ahok atau pernyataannya di bagian pembuka. Ia menempatkan pernyataan Ahok di bagian tengah dan *closing*. Meski tidak frontal, namun Ahok tetap di-*frame* secara positif.

Berita 2 Kompas.com

Berita ini memiliki tema besar “Ahok posisikan diri sebagai pihak yang diserang” yang didukung oleh sub-sub tema “Ahok diserang berkali-kali” namun ia “tidak gentar” karena dirinya “taat hukum”. Struktur retorik mendukung gambaran ini dengan digunakannya metafora seperti Ahok di-“hajar”, di-“hantam” oleh lawan-lawannya yang lalu ditegaskan oleh Ahok bahwa para lawan tersebut “mempolitisasi” reklamasi demi menjegalnya dalam Pilgub 2017. Ahok sendiri diberi kesempatan menjelaskan dan leksikon yang dipilih untuk diungkap oleh Kompas.com adalah pernyataan Ahok bahwa dirinya tidak “gendeng” mengorbankan kepentingan rakyat hanya demi mengejar popularitas. Struktur skrip sesuai dengan dua struktur lainnya karena ia membuat karakterisasi Ahok sebagai “pemimpin yang lurus” dan menjadi “sasaran serangan politik”. Bingkai Ahok sebagai korban serangan politik ini makin dikuatkan oleh struktur sintaksis dimana pernyataan Ahok sebagai korban serangan politik ini dijadikan judul

yang memiliki efek sangat kuat bagi pembaca yang diperkuat dengan dimuatnya kutipan-kutipan langsung dari Ahok yang sifatnya makin meneguhkan tema besar.

Berita 3 Kompas.com

Berita ini bertemakan “Ahok bekerja cerdas untuk kepentingan rakyat” dengan dua sub tema, yakni bahwa “Ahok sosok yang cerdas dan taktis” dan bahwa kebijakan reklamasi bukanlah kebijakan yang salah karena “sudah ada preseden” sebelumnya. Struktur retorik mendukung dengan dipilihnya leksikon “ngotot” (yang menunjukkan ke-sungguhan dan upaya lebih Ahok agar pengembang membayar konsesi lebih besar terhadap Pemprov Jakarta) dan leksikon “otak” yang menunjukkan Ahok bekerja dengan logika. Struktur skrip menempatkan Ahok sebagai aktor utama yang semua pernyataan langsungnya dikutip pada posisi yang strategis untuk menjelaskan sehingga tercipta karakterisasi Ahok sebagai pemimpin yang cerdas dan berbuat untuk rakyat. Struktur sintaksis menguatkan tema besar dengan menem-

patkan sikap Ahok di judul dan *lead* yang semuanya diperkuat dengan kutipan langsung. Berita ditutup dengan memberikan gambaran peristiwa bahwa gugatan terhadap reklamasi ternyata kalah secara hukum. *Closing* ini berpihak pada Ahok yang menginginkan reklamasi jalan terus.

Berita 4 Kompas.com

Berita ini memiliki tema besar bahwa “DPRD DKI pro pengembang” didukung dengan sub tema “Sikap DPRD untungkan pengembang”. Pro pengembang, dalam konteks sebuah persaingan, sebenarnya pilihan yang netral (bukan benar atau salah). Namun, struktur retorik mengarahkan pembaca agar sikap pro pengembang ini dinilai secara negatif dengan menjadikan “operasi tangkap tangan” sebagai satu-satunya leksikon yang ditemukan. Operasi tangkap tangan ini membuktikan kesalahan yang tak bisa lagi disangkal. Siapa yang terkena operasi tangkap tangan? Anggota DPRD dan pengembang. Dengan demikian, sikap “pro pengembang” memiliki citra yang negatif. Hal ini diperkuat oleh

struktur sintaksis yang memberikan ruang kepada Ahok untuk “menuduh” DPRD DKI Jakarta sebagai tidak pro rakyat karena tak mau menaikkan konsesi yang harus dibayar oleh pengembang. Struktur skrip mendukung tema besar dengan melakukan karakterisasi terhadap Fraksi PDIP di DPRD DKI Jakarta sebagai pihak yang secara tak langsung menguntungkan pengembang karena mereka menghentikan pembahasan Raperda Zonasi. Padahal, Raperda usulan Ahok adalah untuk meningkatkan konsesi yang harus dibayar oleh pengembang. DPRD DKI pun dibuat terlihat negatif.

Perbandingan *Framing* Ketiga Media

Okezone.com

Secara umum Okezone.com membingkai Ahok sebagai sosok yang profesional, bekerja untuk rakyat tanpa mendahulukan kepentingan pribadinya. Untuk itu ia berani berhadapan dengan DPRD DKI Jakarta yang digambarkan tidak kooperatif dan diindikasikan “ada main” untuk kepentingan mereka

sendiri. Hal ini terlihat dari tema besar keempat berita yang masing-masing menunjukkan: Ahok bekerja untuk rakyat; Ahok bekerja profesional; Ahok menunjukkan DPRD DKI Jakarta tidak kooperatif dan mendahulukan kepentingannya sendiri; Ahok berperang dengan DPRD DKI Jakarta.

Secara retorik, keempat berita Okezone.com ini juga menguntungkan Ahok. “Jalan terus”, sebuah leksikon yang menunjukkan penekanan sikap tokoh utama (Ahok) bahwa ia terus dengan kebijakannya yang menurutnya demi kepentingan rakyat. Hal ini sejalan dengan struktur tematis yang menunjukkan Ahok sebagai pemimpin yang bekerja untuk rakyat dan berani “berperang” untuk itu. Keempat berita ini dipenuhi dengan penggambaran negatif oleh aktor utama (Ahok) terhadap lawannya, yaitu DPRD DKI Jakarta. Ahok menyebut DPRD DKI Jakarta gila, nakal, dan ngotot dalam mengupayakan kepentingannya sendiri. Dengan terus-menerus menyajikan *background* peristiwa berupa ditangkapnya salah satu anggota DPRD

DKI Jakarta karena menerima suap dari pengembang terkait pembahasan Raperda Rencana Zonasi dan Wilayah Pesisir Pantai Utara (RZWP3K) dan Raperda Rencana Tata Ruang (RTR) Kawasan Strategis Pantai Utara Jakarta menjadikan Ahok berada di atas angin. Ahok tampak sangat heroik memerangi sekelompok orang yang berbuat jahat (korupsi) untuk kepentingannya sendiri. Kelompok ini digambarkan dengan leksikon negatif, yakni “dicokok” yang berarti ditangkap langsung dan tidak terhormat.

Di pihak lain, keempat berita ini dipenuhi dengan penggambaran yang sangat positif tentang Ahok. Ahok digambarkan sebagai pemimpin yang siap mem-“bongkar” kasus korupsi (atas penyelewengan), meski langkah itu memunculkan “risiko” dan bisa menjadi “bumerang” bagi dirinya.

Satu-satunya hal yang bisa dianggap negatif hanyalah penggambaran karakter Ahok sebagai pribadi yang biasa berbicara kasar, seperti saat ia mengatakan bahwa perluasan wilayah Jakarta ke arah

utara (pantai) terjadi karena reklamasi (disengaja), bukan karena tanah tersebut “beranak” sendiri. Namun penggambaran pribadi ini bersifat marginal (tidak menonjol) dalam keseluruhan 4 berita yang ditampilkan.

MediaIndonesia.com

Keempat berita yang dimuat MediaIndonesia.com membingkai Ahok sebagai pihak yang sedang terlibat perang. Tema-tema besar yang mengemuka yakni: “Ahok menuduh ada ketidakberesan dalam pembahasan Raperda Zonasi”; “Ahok pemberantas korupsi”; “Ahok posisikan diri sebagai korban”; dan “Ahok bersikap tegas terhadap pembangunan tanpa IMB” menunjukkan bahwa peperangan itu adalah seputar penyikapan terhadap keinginan Ahok untuk meningkatkan kewajiban pengembang yang memperoleh izin pengelolaan pulau reklamasi. Tema-tema ini tampak sangat positif dalam memandang Ahok dimana ia digambarkan sebagai pemberantas korupsi. Kesan adanya perang sangat kuat dimunculkan dengan menempatkan Ahok

sebagai korban dan memberi suara kepadanya untuk melontarkan tuduhannya bahwa ada ketidakberesan dalam proses pembahasan Raperda Zonasi.

Struktur tematis ini didukung dengan sangat kuat oleh struktur retorik yang menggambarkan DPRD DKI Jakarta secara sangat negatif, diwarnai dengan leksikon (mereka melakukan) “lobi”, “tawar-menawar”, dan adanya “jatah preman”. Dikutipnya pernyataan KPK bahwa korupsi terkait reklamasi ini adalah “*grand corruption*” makin membuat posisi DPRD DKI Jakarta terpuruk. Sebaliknya, leksikon untuk menggambarkan Ahok sangat positif. Ia digambarkan berani dengan menyebut DPRD DKI Jakarta “gila” dan ia terus menegakkan aturan tanpa “mencari muka” hanya demi menjaga popularitasnya jelang Pilgub 2017.

Struktur skrip sangat mendukung Ahok dengan adanya karakterisasi dirinya sebagai pemimpin yang lurus dan tegas yang sedang dijadikan sasaran oleh mereka yang rugi akibat “kelurusan” Ahok. Struktur skrip didominasi oleh karak-

terisasi tokoh utama tentang dirinya sendiri sebagai pejuang anti korupsi dan karakterisasi terhadap tokoh penyerta (DPRD DKI Jakarta dan pengembang) sebagai pelaku tindak pidana korupsi.

Struktur sintaktik mendukung keseluruhan *frame* besar ini dengan menjadikan parafrase pernyataan Ahok sebagai mayoritas pembuka berita. Tak hanya ditempatkan di pembukaan (judul dan *lead*), pernyataan Ahok juga ditempatkan di *closing*. Artinya, benak pembaca disapa dengan pernyataan Ahok dan ditutup dengan pernyataan Ahok pula. Judul dan *lead* yang menunjukkan Ahok siap membantu KPK bongkar skandal suap reklamasi dibantu oleh kutipan-kutipan langsung dari Ahok tentang hal yang sama menunjukkan struktur sintaktik yang berpihak pada Ahok.

Kompas.com

Secara umum, 4 berita Kompas.com ini membingkai Ahok sebagai pemimpin baik yang karena kebajikannya, karena pembelaannya terhadap kepentingan publik, justru membuatnya menjadi sasaran dari

serangan politik. Ahok dibingkai secara positif, sementara DPRD DKI Jakarta dibingkai secara negatif sebagai pihak yang pro pengembang. Struktur retorik yang dipakai untuk menggambarkan Ahok sebagai sasaran serangan politik ini misalnya (sebagai korban) “hantam” dan “hajar”. Meski demikian, Ahok adalah sosok yang berani melawan dengan melabeli DPRD “gila”. Sementara DPRD DKI Jakarta diwakili oleh retorik yang negatif, seperti sebagai tersangka yang tertangkap dalam “operasi tangkap tangan”. Penggambaran Ahok dan DPRD DKI Jakarta yang sangat berbeda ini diperkuat oleh struktur skrip yang menggambarkan Ahok dengan karakteristik “pemimpin yang lurus, cerdas, dan berani”. Sementara, meski tidak menonjol, namun keempat berita Kompas.com memberikan karakteristik negatif terhadap DPRD DKI Jakarta sebagai pihak yang pro pengembang demi kepentingan mereka sendiri. Secara sintaksis, Ahok paling banyak diberi tempat di judul, *lead*, dan pernyataan langsung Ahok ditempatkan sebagai penjelas dan argumen

penguat, sementara pihak DPRD DKI Jakarta tidak diberikan posisi yang setara dalam menyampaikan opini versi mereka.

Cara ketiga media ini dalam membingkai Ahok dalam kaitannya dengan isu reklamasi menunjukkan bahwa realitas (dalam hal ini sosok Ahok) adalah hasil konstruksi. Okezone.com mengkonstruksi sosok Ahok sebagai pemimpin yang baik (fokus pada diri Ahok), sementara MediaIndonesia.com lebih mengkonstruksi sosok Ahok sebagai pihak yang berperang sementara Kompas.com mengkonstruksi realitas Ahok sebagai sasaran serangan politik. Terlihatnya konstruksi ini membuktikan bahwa bahasa memang tidak pernah bebas nilai (Morley 1976: 246 dalam Johnson-Cartee 2005: 117).

Kesimpulan

Ketiga media membingkai Ahok dalam posisi dan kapasitasnya sebagai Gubernur DKI Jakarta yang sedang berhadapan dengan DPRD DKI Jakarta dalam membahas tentang Perda terkait reklamasi. Meski para pemilik atau grup media

mereka berbeda derajat kedekatannya dengan Ahok, namun ketiganya membingkai Ahok sebagai sosok pemimpin yang baik. Ketiga media menjadi operasi tangkap tangan terhadap Ketua Komisi D DPRD DKI Jakarta, M. Sanusi dan Presdir Agung Podomoro Land, Ariesman Widjaja sebagai konteks berita, menjadikan sosok Ahok makin positif. Meski demikian, perbedaan pembedaan di antara ketiganya tetap terlihat. Secara umum Okezone.com membingkai Ahok sebagai sosok yang profesional, bekerja untuk rakyat tanpa mendahulukan kepentingan pribadinya. Untuk itu ia berani berhadapan dengan DPRD DKI Jakarta yang digambarkan tidak kooperatif dan diindikasikan “ada main” untuk kepentingan mereka sendiri. MediaIndonesia.com lebih bersemangat dalam membingkai Ahok. Ia membingkai Ahok sebagai pihak yang sedang terlibat perang. Peperangan itu adalah seputar pelaksanaan reklamasi dan kewajiban pengembang dengan “lawan” adalah DPRD DKI Jakarta yang dikarakterisasi secara negatif. Sementara

itu, Kompas.com membingkai Ahok sebagai pemimpin baik yang karena kebaikannya justru membuatnya menjadi sasaran dari serangan politik.

DAFTAR PUSTAKA

Adzkia, A.(2016). “Pembangunan 17 Pulau Reklamasi Jakarta Terancam Macet”.

CNN Indonesia. [Online]. Retrieved from

<http://www.cnnindonesia.com/nasional/20160406104353-20->

[22030/pembangunan-17-pulau-reklamasi-jakarta-terancam-macet/](http://www.cnnindonesia.com/nasional/20160406104353-20-22030/pembangunan-17-pulau-reklamasi-jakarta-terancam-macet/) on

Sunday, June 5th 2016

Anggoro, A.S. (2012). *Detik.com: Legenda Media Online*. Jakarta: MocoMedia

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1967). *The social construction of reality: A treatise in*

the sociology of knowledge. Garden City, N.Y: Doubleday.

Birdieni, B., Yanti, F. L., Utami, P.K., and Sianturi, H. R. P. (2016). “Peta 17 Pulau

Buatan”. *Gatra*, No 23 Year XXII, Retrived online from

<http://www.gatra.com/fokus-berita-1/195237-peta-17-pulau-buatan> on

Friday, June 10th 2016.

Fakhri, F. (2016). “Terima Rp 6 Miliar dari Agung Podomoro, Prof Romli: Ahok

Lakukan Gratifikasi”. *Okezone.com*. [Online]. Retrieved from

<http://news.okezone.com/read/2016/06/03/337/1406083/terima-rp6->

[miliar-dari-agung-podomoro-prof-romli-ahok-lakukan-gratifikasi](http://news.okezone.com/read/2016/06/03/337/1406083/terima-rp6-miliar-dari-agung-podomoro-prof-romli-ahok-lakukan-gratifikasi) on

Friday, June 10th 2016.

Golding, P. And Elliott, P. R. C. (1979). *Making the news*. London: Longman.

Haidar, F. (2016). “Ahok Dinilai Pemimpin yang Berani”. *Rakyat Merdeka Online*

Jakarta. [Online]. Retrieved from

<http://www.rmoljakarta.com/read/2016/05/14/26198/Ahok-Dinilai->

[Pemimpin-yang-Berani-](http://www.rmoljakarta.com/read/2016/05/14/26198/Ahok-Dinilai-Pemimpin-yang-Berani-) on Friday, June 10th 2016.

- Hutabarat, L. B. C. (2016). "Ahok Akui Ada Lobi Terkait Raperda Reklamasi". *MediaIndonesia.com*. [Online]. Retrieved from <http://www.mediaindonesia.com/news/read/38197/ahok-akui-ada-lobi-terkait-raperda-reklamasi/2016-04-04> on Thursday, March 10th 2016.
- Johnson-Cartee, K. S. (2005). *News Narratives and News Framing: Constructing Political Reality*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield
- Paat, Y. (2016). "Dukung Ahok, Kalkulasi Politik Nasdem Dinilai Cerdas". *Beritasatu.com*. [Online]. Retrieved from <http://www.beritasatu.com/nasional/349015-dukung-ahok-kalkulasi-politik-nasdem-dinilai-cerdas.html> on Friday, June 10th 2016.
- Pan, Z. and Kosicki, G. M. (1993). "Framing analysis: an approach to news discourse". *Political Communication*. 10. pp 55-75. London: Taylor and Francis. Retrieved online from https://www.researchgate.net/publication/248988086_Framing_Analysis_An_Approach_to_News_Discourse on Thursday, April 14th 2016.
- Persada, S. and Aprianto, A. (2016). "Terbongkar: Suap Reklamasi Diduga Terkait Pilkada Jakarta". *Tempo.co*. [Online]. Retrieved from <https://m.tempo.co/read/news/2016/04/11/064761468/terbongkar-suap-reklamasi-diduga-terkait-pilkada-jakarta> on Friday, June 10th 2016.
- Puspitasari, M.A. (2016). "Kronologi Penangkapan Sanusi dan Bos Podomoro oleh KPK". *Tempo.co*. Retrieved from <https://m.tempo.co/read/news/2016/04/01/063759049/kronologi-penangkapan-sanusi-dan-bos-podomoro-oleh-kpk> on Thursday, March 10th 2016.

Putera, A.D. (2016). "Mencermati Poin Perdebatan Pemprov dan DPRD DKI dalam

Raperda Reklamasi". Kompas.com. [Online]. Retrieved from <http://nasional.kompas.com/read/2016/04/05/08331931/Mencermati.Poin.Perdebatan.Pemprov.dan.DPRD.DKI.dalam.Raperda.Reklamasi> on Friday, June 10th 2016.

Rudi, A. (2015). "Ini 9 Pengembang yang Terlibat Proyek Reklamasi 17 Pulau di Teluk Jakarta". Kompas.com. [Online]. Retrieved from <http://megapolitan.kompas.com/read/2015/10/20/14455331/Ini.9.Pengembang.yang.Terlibat.Proyek.Reklamasi.17.Pulau.di.Teluk.Jakarta> on Thursday, March 10th 2016.

Wijaya, C. A. (2016). "Agung Podomoro Land CEO named graft suspect". *The Jakarta Post*. [Online]. Retrieved from <http://www.thejakartapost.com/news/2016/04/02/agung-podomoro-land-ceo-named-graft-suspect.html> on Friday, June 10th 2016.