

# KONSTRUKSI REALITAS DALAM PEMBERITAAN PELANTIKAN PRESIDEN JOKO WIDODO

(Analisis Framing pada Laporan Utama Majalah Tempo Majalah Gatra)

Dessita Chairani

---

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sosok Jokowi yang berbeda dari biasanya dan mengundang rasa ingin tahu dari masyarakat. Peran dan posisi media menjadi penting dalam mengkonstruksi sosok Jokowi dalam sebuah konten yang berisi pemberitaan positif maupun negatif. Konten tersebut tentunya dengan sendirinya akan membentuk opini publik di masyarakat, bagaimana masyarakat memandang Jokowi. Karenanya, media memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan produk media yang objektif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis konstruksi realitas yang dibangun media dan faktor yang mempengaruhi framing media terhadap isu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger dan Luckmann serta teori *Mediating the Message* oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analisis dan metode analisis framing yang didapat melalui observasi non-partisipan, wawancara dengan membandingkan kedua majalah, Gatra dan Tempo. Hasil penelitian adalah konstruksi realitas Tempo terhadap Jokowi lebih positif dan Gatra cenderung Netral yang dominan dipengaruhi oleh faktor ideologi. Faktor lain yaitu rutinitas medianya dan organisasi medianya. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dibahas lebih mendalam terkait objektifitas media, baik dari media cetak, online, maupun elektronik.

Kata kunci : Konstruksi realitas sosial, media, Tempo, Gatra, pelantikan presiden, Jokowi

**CONSTRUCTION OF REALITY IN INAGURATION OF PRESIDENT  
JOKOWI**  
*(Framing Analysis on Tempo and Gatra Main Report Articles)*

*Dessita Chairani*

---

**ABSTRACT**

*This research is based on the idea that Jokowi is the new figure in Indonesia that attracts curiosity of the public. This idea makes media role and position become important in constructing Jokowi's figure in media content, whether it's in positive or negative tone. Therefore, media has a responsibility to create an objective product. The purpose of this study is to look and analyze the construction of reality built by media and the factors that influence the framing that used by the media to construct reality in their product. The theory used in this study is Social Construction Theory by Peter L. Berger and Luckmann and Mediating the Message Theory by Pamela J. Anderson and Stephen D. Reese. Thus study uses descriptive qualitative analysis approach with framing analysis as its methodology, obtained through non-participant observation and depth-interviews by comparing two magazines, Tempo and Gatra. The result of this study is that Tempo uses a positive tones to construct reality towards Jokowi's figure and Gatra tend to uses a neutral tone and approach in describing the issue. This result is influenced dominantly by the ideology of the media. Another factors that also influenced the construction of reality are media routine level and organizational level. It is expected that future studies can discussed more about media objectivity, not only on print media, but also online and electronic.*

*Key words : Social Construction Theory, Media, Tempo, Gatra, presiden inaguration, Jokowi*