

TESIS

**KONSTRUKSI PEMBERITAAN PARTAI PERINDO
DI iNews
(Analisis Wacana Kritis)**

*The Construction of The Coverage of Perindo Party on
iNews
(A Critical Discourse Analysis)*

**AGUSWANDI
P1400216302**



**SEKOLAH PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2018**

TESIS

**KONSTRUKSI PEMBERITAAN PARTAI PERINDO
DI iNews
(Analisis Wacana Kritis)**

**AGUSWANDI
P1400216302**



**SEKOLAH PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2018**

TESIS
KONSTRUKSI PEMBERITAAN PARTAI PERINDO
DI iNews
(Analisis Wacana Kritis)

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh

AGUSWANDI

Kepada

SEKOLAH PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2018

TESIS

**KONSTRUKSI PEMBERITAAN PARTAI PERINDO DI iNews
(ANALISIS WACANA KRITIS)**

Disusun dan diajukan oleh

AGUSWANDI

Nomor Pokok P1400216302

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal **30 Agustus 2018**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Penasihat



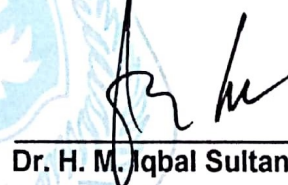
Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc.

Ketua

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,



Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.



Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si.

Anggota

Pih. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aguswandi

Nomor Induk Mahasiswa : P1400216302

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini adalah hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Makassar, 30 Agustus 2018




AGUSWANDI

ABSTRAK

AGUSWANDI. *Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di iNews - Analisis Wacana Kritis* (dibimbing oleh Hafied Cangara dan Muh. Iqbal Sultan).

Penelitian ini (1) bertujuan mengetahui bentuk konstruksi pemberitaan Partai Perindo yang ditayangkan melalui *i-News* periode Oktober 2017 s.d. Maret 2018 dan (2) mengetahui titik kecenderungan pemberitaan Partai Perindo di *iNews* dilihat dari perspektif netralitas dan keberpihakan, kepemilikan dan opini publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis wacana kritis versi Norman Fairclough. Penelitian ini dilakukan di TV *iNews*. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data utama berupa hasil rekaman pemberitaan Partai Perindo dan wawancara serta data pendukung dapat diperoleh melalui buku, jurnal, penelitian ilmiah, dan internet. Data dikumpulkan dari *official YouTube iNews* dan hasil wawancara dengan informan. Data dianalisis dengan menggunakan tiga dimensi analisis Norman Fairclough yaitu analisis teks, analisis praktik wacana, dan analisis praktik sosial budaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *iNews* melakukan konstruksi terhadap Partai Perindo melalui pemberitaan dan iklan dengan cara peningkatan intensitas dan durasi pemberitaan, *iNews* ikut menyebarkan ideologi Partai Perindo sebagai partai yang peduli masyarakat kecil dan (2) *iNews* mendukung gerakan-gerakan politik Partai Perindo dalam pemberitaan, itu dilakukan melalui pemilihan kosakata yang positif dan pemilihan narasumber dari pihak Perindo. Kepemilikan media Hary Tanoesoedibjo di *iNews* membuatnya mudah membangun opini publik untuk kepentingan politik Partai Perindo. Implikasi konstruksi tersebut adalah terbentuknya opini publik di masyarakat tentang Partai Perindo, namun belum dapat dikatakan sebagai sebuah keberhasilan karena tujuan sesungguhnya adalah pemilihan legislatif dan presiden 2019.

Kata Kunci : Konstruksi; CDA, Fairclough, Pemberitaan, *iNews*, Partai Perindo



ABSTRACT

AGUSWANDI. *The Construction of the Coverage of Perindo Party on iNews: a Critical Discourse Analysis* (supervised by **Hafied Cangara and Muh. Iqbal Sultan**)

This study aimed (1) to investigate the form of the news coverage of Perindo Party which was aired through iNews from October 2017 through March 2018; and (2) to find out the point of the tendency of Perindo Party's coverage on iNews viewed from the perspective of neutrality and alignment ownership and public opinion.

The study used the qualitative approach with Norman Fairclough's version of critical discourse analysis research. The research was conducted at iNews studio. The types and sources of the data used were the primary and secondary data. The Primary data were the main data recorded from the coverage of Perindo Party, the results of the interviews, while the supporting data were obtained from books, journals, scientific research, and from internet. The data were collected from the official You Tube of iNews and the results of the interviews with the informants. The data were then analyzed using three analytical dimensions of Norman Fairclough, namely the text analysis, practical analysis of discourse, and practical analysis of socio culture.

The research results indicated that (1) iNews had done construction for Perindo Party through coverage and advertisement by increasing the intensity and the duration of the coverage. The iNews had participated in spreading the ideology of Perindo Party as the party which paid attention to the small community; and iNews supported the political movement of Perindo Party in the coverage. This they perform through the positive word selection and the selection of the resource persons from Perindo Party. The media ownership of Hary Tanoesoedibio in iNews had made it easy to build up the public opinions for the political interest of Perindo Party. The implication of the opinion building was the formation of the public opinion in the community about Perindo Party, though it was not yet considered as a success because the real aim was the legislative and presidential elections of 2019.

Keywords: *construction, CDA, Fairclough, coverage, iNews, Perindo Party*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa terpanjatkan atas kehadiran Allah Swt. Dengan rahmat dan hidaya-Nya telah memberikan penulis kesehatan dan kesempatan serta tuntunan dalam menuntut ilmu pengetahuan hingga bisa menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di iNews” (Analisis Wacana Kritis).

Salawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad Saw. Nabi yang selalu menjadi panutan dan inspirasi dalam setiap langkah dan tindakan insan yang beriman.

Pertama dan paling utama penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kepada Ayahanda tercinta *almarhum* Mursi dan Ibunda tersayang *almarhuma* Rahmatia serta saudara (i) saya, keluarga dan kerabat dekat yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh rasa kasih sayang dan rasa sabar sehingga penulis bisa sampai pada titik ini. Gelar dan capain ini sepenuhnya saya persembahkan untukmu kedua orang tuaku yang ada di alam sana. Semoga gelar dan capaian ini Allah menghitungnya sebagai amal bakti dan pengabdian seorang anak kepada orang tuanya dan Allah memberikanmu surga di alam sana.

Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A. dan segenap Jajarannya atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk menuntut ilmu pengetahuan di Universitas Hasanuddin ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dan segenap jajaran atas kesempatan yang berikan kepada saya untuk menuntut ilmu di FISIP UNHAS.
3. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Bapak Dr. H. Muhammad Farid, M.Si yang selalu memberikan arahan dan motivasi serta pelayanan kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan pendidikan ini.
4. Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Sc selaku komisi penasehat I dan Bapak Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si selaku komisi penasehat II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran dan dukungan kepada penulis selama proses penelitian ini berjalan hingga selesai.
5. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si dan Bapak Dr. Hasrullah, MA. serta Bapak Dr. Firdaus Muhammad, MA. Selaku Komisi Penguji dalam penelitian ini yang banyak memberikan kontribusi berupa saran, kritikan, dan masukan yang sangat membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan tesis ini.

6. Segenap dosen Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang diberikan kepada penulis.
7. Segenap staf akademik Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan pelayanan sehingga proses perkuliahan dan administrasi berjalan dengan lancar.
8. Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) sebagai penyandang dana selama pendidikan di Universitas Hasanuddin. Dengan beasiswa LPDP ini, satu per satu untuk menuju cita-cita dan harapan tercapai.
9. Seluruh informan dalam penelitian mulai Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, Dr. Gun Gun Heryanto, Dr. Eriyanto, Dr. Suryadi Culla, Komisi Pemilihan Umum Sulawesi Selatan dan Wartawan atas segala informasi dan bantuannya dalam melengkapi kebutuhan data penulis.
10. Sahabat dan teman kelas Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin angkatan 2016 atas segala dukungan, motivasi dan kebersamaan kalian. 2 tahun tidak mudah untuk berpisah dengan kalian, kalian telah mewarnai hari-hari ini dengan kekhasan masing-masing.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi perbaikan dan kesempurnaan lebih lanjut dalam penelitian ini.

Ucapan terima kasih tidak cukup mewakili semua apa yang penulis dapatkan sampai hari ini, penulis hanya dapat berdoa kepada Allah Swt. Untuk membalas semua jasa dan kebaikannya dan semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi kita semua dan diri pribadi.

Makassar. 30 Agustus 2018

AGUSWANDI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Konsep.....	13
B. Tinjauan Teori dan Konsep	38
C. Tinjauan Hasil Penelitian	48
D. Kerangka Pemikiran	52
E. Defenisi Konseptual	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	58
B. Lokasi Penelitian	60
C. Sumber Data.....	60
D. Teknik Pengumpulan Data.....	61
E. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Deskripsi Umum Partai Perindo dan iNews	65
1. Partai Perindo	65
2. iNews	69
B. Hasil Penelitian	70
Analisis Teks (<i>Textuak Analysis</i>).....	71
C. Pembahasan.....	105
1. Bentuk Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo yang Tayangkan Melalui iNews	105
Analisis Diskursus (<i>Discourse Analysis</i>)	105
a. Produksi Teks	105
b. Konsumsi Teks	119
Analisis Sosialkultural Practice.....	122
2. Kecenderungan Pemberitaan Partai Perindo di iNews Dilihat dari Perspektif Netralitas dan Keberpihakan, Kepemilikan dan Opini Publik.....	131
a. Netralitas dan Keberpihakan.....	133

b. Kepemilikan dan Opini Publik	140
BAB V PENUTUP	148
A. Kesimpulan	148
B. Saran	149
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 1 : Kerangka Pikir.....	52
Gambar 2 :Tiga Dimensi Analisis Wacana Kritis Fairclough	64
Gambar 3 :Kerangka Teknik Analisis Data	64
Gambar 4 :Logo Partai Perindo	68
Gambar 5 : Logo iNews	70
Gambar 6 : Proses Produksi Teks Berita.....	107
Gambar 7 : Data Iklan Partai Perindo di MNC Group	124

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 1 : Kepemilikan Media di Indonesia	37
Tabel 2 : Matriks Hasil Analisis Teks	94
Tabel 3 : Perkembangan Kemiskinan Indonesia.....	112
Tabel 4 : Akses Media Penduduk 10 Tahun ke Atas	132

DAFTAR LAMPIRAN

Teks berita 1 sampai 12.....	
Pedoman Wawancara.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media komunikasi khususnya televisi mempunyai peranan yang sangat kuat dalam membangun citra positif baik secara individu maupun lembaga atau kelompok. Salah satu cara membangun citra dengan melalui iklan. Iklan adalah penawaran suatu produk kepada publik melalui media. Khasali dalam Chasanah menjelaskan fungsi-fungsi iklan yang dimulai dari pengenalan produk baru kepada khalayak, hingga sampai pada peningkatan citra tentang produk (Chasanah, 2013: 65).

Data survei yang dilakukan oleh Nielsen menunjukkan bahwa televisi menjadi medium utama masyarakat dalam mengkonsumsi media, televisi menempati peringkat tertinggi dengan persentase 95%, ini terjadi baik di Jawa maupun di luar Jawa. Posisi selanjutnya yaitu Internet (33%), Radio (20%), Surat Kabar (12%), Tabloid (6%), Majalah (5%) (Ariviyanti & Nurfebiaraning, 2017: 49).

Dari data di atas, maka tidak salah jika parah Partai Politik melakukan sosialisasi secara intens di televisi untuk mendapatkan nama di hati khalayak luas, apalagi partai baru yang notabenenya baru ingin memperkenalkan diri di masyarakat, termasuk di dalamnya Partai Persatuan Indonesia (Perindo) yang mengkilan diri di TV naungan MNC Group.

Sejak awal pembentukan Partai Perindo dan safari politik di berbagai daerah selalu diberitakan dan juga dalam bentuk iklan di RCTI, Global TV, MNC TV dan belakangan ini juga di iNews . Tentu tidak mengherankan jika ini terjadi karena irisan yang sangat kuat antara media MNC Group dengan Partai Perindo, sehingga dengan demikian Perindo (partai baru) begitu mudah membangun citra positif dimasyarakat hanya dalam waktu singkat dengan menggunakan kekuatan media komunikasi TV.

Kita dapat melihat hasilnya menjelang pemilihan umum presiden dan legislatif tahun 2019 mendatang, sedikit banyak telah memperlihatkan gerakan-gerakan politik yang dibangun dari masing-masing Parpol. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan 14 dari 16 partai yang mendaftar sebagai peserta Pemilu 2019. Dari 14 tersebut, ada 4 partai sebagai pendatang baru dalam kanca perpolitikan Indonesia, yaitu: Partai Garuda, Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Berkarya, dan termasuk di dalamnya Partai Persatuan Indonesia (Perindo), (Kompas.com, 18 Februari 2018).

Kehadiran partai-partai baru dalam kanca perpolitikan menambah daftar parpol yang ada di Indonesia. Indonesia adalah salah satu negara yang paling banyak partai politiknya dibanding dengan negara demokrasi lainnya. Indonesia membuka seluas-luasnya kesempatan kepada seluruh warga negara Indonesia untuk membentuk lembaga atau organisasi sehingga inilah yang memantik kelahiran partai-partai baru.

Salah satu partai yang paling memperlihatkan perkembangan sangat signifikan adalah Partai Perindo. Sebagaimana dikutip dari halaman web site resmi Partai Perindo (<https://partaiPerindo.com>) bahwa dalam jangka dua setengah tahun terhitung dari tanggal 7 Februari 2015, Partai Perindo mampu memperlihatkan kemajuan dengan melengkapi 100 persen struktur organisasi dari semua tingkatan, mulai dari pusat, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan, hingga desa/kelurahan.

Capaian tersebut tentu tidak terlepas dari peran media yang dipimpin oleh Harry Tanoesoedibjo yaitu RCTI, Global TV, MNCTV, dan iNews yang termasuk dalam naungan MNC Group. Hampir setiap media tersebut selalu menyiarkan Partai Perindo baik dalam bentuk berita maupun iklan sehingga dikenal di masyarakat luas.

Noam Chomsky dalam Subiakto (2015: 136) menjelaskan bahwa dia memperoleh sebuah kebenaran bahwa kebebasan pers kembali terhegemoni oleh kepentingan elite kapitalis yang menguasainya. Isi media mencerminkan kepentingan politik pemilik media, yang terkadang diboncengi para petualang politik yang mengaku sebagai *society*.

Cangara juga menjelaskan sejarah hubungan antara media dan politik bahwa sebenarnya sudah berlangsung sejak lama, bahkan sebelum ilmu politik berdiri sendiri sebagai sebuah disiplin ilmu setelah keluar dari Filsafat. Tahun 1880 politik baru diakui sebagai disiplin ilmu setelah berdirinya Sekolah Ilmu Politik di Columbia College. Sejak itulah banyak melahirkan studi-studi media yang berfokus pada pengaruh pers dalam

membentuk opini publik, padahal ini jauh sebelum ilmu komunikasi berdiri namun para ilmuwan sosial mulai tertarik meneliti studi efek media (Cangara, 2016: 95).

Menurut Lichtenberg (1991) dalam Cangara (2016: 95) media telah menjadi aktor utama dalam bidang politik. Ia memiliki kemampuan untuk membuat seseorang cemerlang dalam karier politiknya. Kemudian dipertegas dalam bentuk pengakuan oleh Robert W. McChesney dalam Thomas (2004) bahwa *“Innearly all variants of social and political theory that media and communication systems are cornerstones of modern societies. In political term, they serve to enhance democracy.”*

Dalam konteks Indonesia kaitannya hubungan antara media dan politik (Pemerintah), Indonesia pernah diperhadapkan dalam situasi dimana pemerintah mempunyai pengaruh dan kontrol yang sangat ketat terhadap media. Hal itu dilakukan untuk menjaga stabilitas rezim pemerintahan. Inilah yang dilakukan pemerintahan Soeharto pada masa orde baru. Segala sesuatu yang diberitakan oleh media harus melalui proses filter dari pemerintah. Pemerintahan Soeharto menerapkan berbagai kontrol yang begitu ketat kepada media baik media cetak maupun media penyiaran dengan berbagai regulasi dan aturan dan perundang-undangan. Pada era ini pemerintah betul-betul *powerful* mengatur negara termasuk kepada media yang ada di Indonesia (Subiakto & Ida, 2015: 86-87).

Penghujung rezim orde baru timbul gerakan reformasi yang di inisiasi dari berbagai pihak untuk keluar dari kekangan penguasa. Gerakan reformasi telah berhasil menjatuhkan Soeharto dari kepemimpinannya, dan juga awal lemahnya kekuatan negara sehingga terjadinya deregulasi dan liberalisme diberbagai bidang.

Gerakan reformasi berdampak baik terhadap pers Indonesia, seolah-olah ini merupakan angin segar karena media bisa bebas berekspresi dan berdemokrasi yang dahulunya media cetak maupun penyiaran harus melakukan relai dari RRI dan TVRI, kini sudah bisa langsung menerbitkan berita sendiri tanpa harus merelai dan bahkan bisa bekerjasama dengan media asing.

Masa ini media lepas kontrol dan memainkan perannya sendiri, dahulu media begitu hati-hati dan selektif dan bahkan nyaris tidak ada berita-berita miring tentang pemerintahan yang berkuasa, namun setelah memasuki era reformasi media begitu berani memberikan keritikan tajam kepada pemerintah dan bahkan kritikan terhadap orde baru. Media begitu bebas dan leluasa memberitakan apapun tentang pemerintahan dan lainnya.

Kebebasan itu sedikit disalah artikan, karena justru menimbulkan persoalan baru dari kebebasan tersebut. Media sering kali membuat masyarakat bingung dalam pemberitaannya dan bahkan masyarakat merasah "terganggu" karena begitu bebasnya. Sehingga kebebasan media mendapat perhatian serius dari masyarakat, media kembali disoroti

karena dianggap menggelisahkan, memanas-manasi keadaan dan membingungkan masyarakat dengan berita-berita yang kontroversial (Subiakto & Ida, 2015: 91-97).

Media tidak lagi menjadi rujukan utama bagi masyarakat karena isi berita di media sudah disusupi kepentingan pemilik modal dan pemilik media, sehingga segala isi berita adalah hasil konstruksi di belakang layar untuk kepentingan suatu kelompok dan golongan. Kesalahan media dalam menterjemahkan kebebasan pers justru membawa media pada persoalan baru yang menyita perhatian masyarakat dan golongan.

Kebebasan pers menjadi bias dalam pemberitaannya sehingga kadang menjadi pemicu perpecahan dan ketidak stabilan kondisi negara. Media begitu bebas mengeksploitasi pemberitaan, tidak hanya sampai disitu, media juga sudah mulai kehilangan arah dan kiblat sebagai media. Secara terang-terangan media mendukung sebuah parpol dan kandidat, memberitakannya dalam porsi atau durasi yang lebih panjang dan penekanan berita yang memihak yang semestinya media harus independen dan mematuhi etika-etika jurnalistik yang ada.

Pemberitaan politik adalah sebuah wacana konstruksi dari pencipta berita yang bertujuan untuk mensosialisasikan dan membentuk pola pikir masyarakat dari apa yang dikonstruksi melalui iklan dan pemberitaan politik. Masyarakat yang menerima berita tersebut akan menafsirkan dalam berbagai bentuk, tergantung tingkat dan kapasitas masyarakat yang menerima.

Tesis yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Partai Nasdem Pada Masa Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2014 di Surat Kabar Kompas, Media Indonesia dan Koran Sindo, dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa setiap media mengkonstruksi isu yang sama dengan cara yang berbeda untuk mendukung ide partai dan adanya keberpihakan media yang terafiliasi dengan Partai Nasdem dalam setiap pemberitaan (Segari, 2014: vi).

Keberpihakan media dalam mengkonstruksi pemberitaan partai politik merupakan “disfungsi” sebuah media, karena sejatinya sebuah media harus independen dan tidak memihak kepada siapapun termasuk partai politik dan pemilik modal sebagaimana diatur dalam kode etik jurnalistik Pasal 1 “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk”.

Media dituntut untuk bersikap independen yang artinya memberitakan peristiwa atau fakta harus sesuai dengan yang sebenarnya dan tidak diintervensi dari pihak lain termasuk sekalipun pemilik perusahaan pers serta memberikan porsi yang sama dalam pemberitaan. (Kusmadi & Samsuri, 2012: 118-119).

Sepuluh tahun terakhir media Indonesia telah mempertontonkan perannya dalam kanca politik baik tingkat daerah sampai pada tingkat pusat. Media menjadi bagian vital dalam proses sosialisasi politik kepada masyarakat. Pemilik media memiliki kedekatan dengan partai politik sehingga dapat mempengaruhi isi media yang disampaikan. Bahkan

bukan hanya sekedar kedekatan, akan tetapi ada juga sebagai pemilik media dan juga sekaligus sebagai pemimpin Partai Politik. Keterlibatan media dalam proses kontestasi politik adalah suatu hal yang tidak bisa dipisahkan, namun yang perlu menjadi perhatian adalah ketika partai politik menjadikan media sebagai alat untuk kepentingannya dan bahkan sebaliknya media berpihak kepada salah satu partai atau kandidat.

Pemilihan presiden Indonesia 2014 cukup jelas memperlihatkan kepada kita semua, tidak hanya Parpol yang berkualitas namun sejumlah media juga ikut berkualitas. ini didasari atas kepemilikan media dan kepemimpinan partai dengan orang yang sama. Salah satu media yang memperlihatkan kondisi tersebut adalah MNC Group. Hal itu terjadi diduga karena keterlibatan Harry Tanoesoedibjo (Harry Tonoe) dalam kualisi partai yang pada saat itu Harry Tonoe sebagai pemilik media MNC Grup dan juga kedekatan dengan beberapa partai politik.

Hasrullah (2014: 44) dalam bukunya *Opium Politik dan Dramaturgi* menjelaskan manuver politik yang diambil oleh Harry Tanoe dengan bergabung ke partai Hanura setelah meninggalkan Partai Nasdem. Ini bukan soal perpindahan dari partai satu kepartai lain namun lebih melihat peran kehadiran Harry Tanoe sebagai pemilik media MNC Group. Harry Tanoe dikenal sebagai penguasa dunia pertelevisian di Indonesia sehingga sangat mempuni dalam membentuk citra politik yang dilakoninya.

Harry Tanoe dikenal sebagai raja media dan ketika masih bergabung dengan Partai Nasdem, iklan politik tentang dirinya dan Partai Nasdem terekspos dengan baik disemua media miliknya. Bahkan tidak jarang melakukan *blocking time* di jam tayang utama (*prime time*) baik pagi, siang dan malam. Efek dari pemberitaan yang terus menerus itu, dari paradigma opini politik telah berhasil menaikkan nama Partai Nasdem dengan berada di posisi keempat sebagai Partai pendatang baru (Hasrullah, 2014: 44).

Diperjelas oleh Walter Lippmann (1922) dalam Hasrullah (2014), bahwa proses pembentukan opini publik telah bekerja secara sistematis dari apa yang ada di kepala khalayak. Serbuan informasi melalui media tidak hanya mengubah khalayak tetapi mampu mengubah sikap dan perilaku (Hasrullah, 2014: 44-45).

Seorang kritikus media, Herman dan Chomsky (2000) mengakatan bahwa dia sebenarnya khawatir pada gerak masyarakat yang kapitalis liberal, yang mulai “kongkalikong” dengan model propaganda baru. Yang ditakutkan Herman dan Chomsky bilamana para elit kekuasaan dan elit bisnis berkolaborasi untuk mengatur isi media (Subiakto & Ida, 2015: 163).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk konstruksi pemberitaan Partai Perindo yang ditayangkan melalui iNews periode oktober 2017 – maret 2018?
2. Bagaimana titik kecenderungan pemberitaan Partai Perindo di iNews dilihat dari perspektif netralitas dan keberpihakan, kepemilikan dan opini publik ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Secara umum, penelitian ini dilakukan untuk memahami dan menguraikan secara mendalam tentang fenomena pertelevisian di Indonesia khususnya iNews dalam memberitakan Partai Perindo dimana didalamnya Hary Tanoesoedibjo selaku Ketua Umum Partai juga sekaligus sebagai CEO MNC Grup. Masalah ini akan dianalisis secara kritis sehingga dapat melihat dan menemukan apa yang terjadi dibalik konstruksi pesan sebelum tampil di layar kaca.

b. Tujuan Khusus

Penelitian ini secara khusus dilakukan untuk tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memahami dan mendeskripsikan bentuk konstruksi pemberitaan Partai Perindo yang ditayangkan melalui iNews pada periode oktober 2017 – maret 2018

2. Untuk memahami dan mendeskripsikan titik kecenderungan pemberitaan Partai Perindo di iNews dilihat dari perspektif netralitas dan keberpihakan, kepemilikan dan opini publik

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini berguna pengembangan wawasan keilmuan di bidang komunikasi dalam perspektif kajian komunikasi politik yang dianalisis secara kritis tentang fenomena media, pemilik modal dan politik di Indonesia. Bagian dari penelitian ini telah mengkaji secara kritis bagaimana pemilik modal disebuah media yang juga punya kekuatan dalam politik untuk mengkonstruksi pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi dan kajian komunikasi politik dan juga disiplin ilmu lainnya.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis bermanfaat untuk pemerintah, akademisi, masyarakat, dan pertelevisian di Indonesia. Bagi pemerintah, penelitian dapat menjadi bahan acuan dalam merevisi regulasi penyiaran di Indonesia karena dalam penelitian ini telah membahas dan mendeskripsikan bagaimana kondisi media dan kepemilikan media seseorang yang juga sekaligus sebagai pemilik modal dan pimpinan partai politik. Bagi akademisi, dapat menjadikan rujukan yang ingin mengambil konsentrasi komunikasi politik secara khusus dan komunikasi pada

umumnya. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat mengedukasi masyarakat dalam mengkonsumsi berita politik baik berupa iklan ataupun program televisi sehingga masyarakat dapat selektif dan mampu mengambil kesimpulan program mana dan media mana yang layak untuk ditonton.

Bagi praktisi pertelevisian, penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman yang ideal tentang regulasi yang semestinya dianut oleh media sehingga media tidak hanya mementingkan rating dan keuntungan, tapi juga harus menerapkan fungsi-fungsi media sebagaimana mestinya dan yang terpenting bahwa media mampu menjaga independensi dalam setiap pemberitaannya meskipun pimpinan dan pemilik modal media tersebut adalah bagian dari partai politik tertentu.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Konstruksi

Azis dalam tesisnya (2015: 52) menjelaskan bahwa istilah konstruksi pertamakali diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman pada tahun 1966 melalui bukunya "*The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*". Dalam bukunya tersebut dikatakan bahwa proses sosial itu melalui tindakan dan intraksinya, dimana dalam intraksinya dilakukan secara terus menerus melahirkan sebuah realitas yang dimiliki dan dialaminya secara bersamaan yang sangat bersifat subjektif.

Segala sesuatu tentang konstruksi adalah subjektif, karena konstruksi adalah hasil pembentukan yang dilakukan oleh individu maupun lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam pandangan paradigma konstruktifis beranggapan bahwa realitas sosial itu adalah hasil konstruksi. Fenomena sosial yang terjadi disekitar kita dapat diyakini bahwa itu adalah suatu realitas yang sudah dikonstruksikan, oleh karena itu dapat difokuskan bagaimana peristiwa atau realitas itu di konstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.

Salah satu alat konstruksi yang paling utama adalah bahasa, menurut Roger (1999) dalam Hamad (2004) dalam Hakim mengatakan bahwa bahasa merupakan sistem klarifikasi. Ini bisa diartikan bahwa bahasa dapat menggambarkan realitas dunia, memberi kemungkinan sesuatu untuk mengontrol dan mengatur pengalaman pada realitas sosial. Inilah yang mengakibatkan bahasa dapat dikonstruksi atau bahkan dalam bentuk yang tidak lazim yaitu memanipulasi fakta melalui bahasa (Hakim, 2008: 48).

Menurut Fowler dalam Eriyanto (2000) dalam Hakim (2008:), fungsi bahasa terbagi atas empat bagian, yaitu:

Pembuat Klasifikasi. Bahasa menjadi pengklasifikasi atas suatu realitas yang pada akhirnya akan membedakan dengan realitas yang lain. Klasifikasi perlu dilakukan karena begitu kompleksnya realitas yang terjadi sehingga dibutuhkan penyederhanaan dan abstraksi. Klasifikasi menyediakan arena untuk mengontrol informasi dan pengalaman.

Membatasi Pandangan. Menurutnya bahwa pada dasarnya bahasa mempunyai fungsi membatasi, karena kita diajak untuk memikirkan yang apa yang dipikirkan dan bukan yang lain. Kosakata sangat mempengaruhi bagaimana kita memahami sesuatu karena khalayak tidak terlibat secara langsung dalam sebuah peristiwa.

Pertarungan Wacana. Pemilihan diksi kata haruslah dipahami dalam konteks pertarungan wacana. Setiap pihak dalam menanggapi suatu pemberitaan mereka memiliki pandangan yang berbeda-beda

bahkan mereka mempunyai klaim membenaran dan kejelasan terhadap suatu masalah. Hasil dari klaim itu berusaha agar pendapatnya yang dianggap benar dalam menentukan pengaruh opini publik. Dengan pemilihan kosa kata dan diksi kata akan berusaha agar khalayak menerima apa yang diwacanakan.

Marjinalisasi. Landasan dasar Roger Fowler dan kawan-kawannya dalam pemilihan bahasa bukan saja pada tatanan kata-kata, kalimat serta proposisi, akan tetapi lebih dari pada itu bahwa kata, kalimat dan proposisi membawa tujuan atau ideologi tersendiri karena itu bahasa tidak bisa dipandang sebagai sesuatu yang netral melainkan bahasa berisi tentang ideologi yang dapat membuat pandangan umum untuk membenarkan diri dan mengucilkan pihak lain.

2. Pemberitaan

Tidak ada definisi paten tentang berita, namun beberapa pandangan dalam Dan Nimmo (2011) mendefinisikan bahwa berita adalah peralihan dari apa yang dikatakan dan dilakukan oleh wartawan dan melukiskan berita seperti yang didiktekan oleh organisasi media. Jenis pandangan ini melibatkan dua pertimbangan yaitu: *pertama* adalah bahwa berita dipengaruhi oleh faktor ekonomi bisnis media. *Kedua* adalah pertimbangan yang berkaitan dengan teknologi. Dengan kemampuan teknologi berita dapat disajikan dalam bentuk audio dan visual sehingga pengaruhnya dapat sampai dengan cepat kepada khalayak. (Nimmo, 2011: 216)

Tidak ada kriteria yang secara pasti memberikan definisi apa yang dimaksud dengan berita, karena berita bukanlah hal atau produk yang tetap, melainkan berita adalah suatu proses pembuatan berita.

Gulati dkk dalam Lynda Lee Kaid menjelaskan bahwa semua berita adalah hasil konstruksi atas realitas. Dalam proses konstruksi berita tersebut melibatkan banyak pihak untuk melakukan negosiasi seperti dari kubu media melibatkan wartawan, editor, dan pemilik sementara dari pihak kampanye melibatkan calon, staf kampanye, dan aktivis partai (Kaid, 2015: 305).

Dalam pemberitaan ada dua bias yang bermain yaitu bias partisan dan bias struktural. Bias partisan dinilai tidak terlalu meluas dalam kampanye modern dan juga tidak terlalu kuat, namun bias struktural berakar pada norma-norma jurnalistik yang sangat mewarnai liputan atau pemberitaan politik.

Selain dari kedua bias di atas, beberapa para ilmuwan sosial menemukan bahwa konstruksi berita memiliki banyak pengaruh halus, termasuk di antaranya penentuan agenda (*agenda setting*) yang menunjukkan isu-isu kampanye (Cohen, 1963; Iyengar, 1991; McCombs dan Shaw, 1972; Mutz, 1989; Weaver, 1981); pendasaran (*praming*) yang menunjukkan pembaca berita pada interpretasi tertentu tentang peristiwa yang kemudian membentuk evaluasi mereka tentang pejabat politik dan calon (Iyengar dan Kinder, 1978; Krosnick dan Kinder, 1990); pembentukan citra calon, baik positif maupun negatif (Bennett, 2001;

Hacker, 1995; Hollihan, 2001; Nimmo, 1976; Sniderman, Glaser, dan Griffin, 1990), (Kaid, 2015: 306).

Dari defenisi dan pandangan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan berita adalahapa yang disiarkan oleh media televisi setelah melalui proses konstruksi berita atas realitas yang ada. Konstruksi dapat dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak media itu sendiri dan pihak luar yang mempunyai kepentingan.Pihak yang berkepentingan dapat dilakukan oleh pemilik modal, pengiklan, partai politik dan lain sebagainya.

3. Media Massa Televisi

Pengertian komunikasi massa secara sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Aridianto yaitu: *massa communication is messages communicated through a mass to a large number of people* (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sebagian besar orang-orang).

Komunikasi massa menurut Nurudin adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen (Nurudin, 2009: 9).

Sementara Hafied Cangara (2016) bahwa komunikasi massa sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesanya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film (Cangara, 2016: 41).

Lain halnya menurut Devito dalam Effendy (2001) dalam Hakim (2008: 9) bukunya yang berjudul, *Community: An Introduction to The Study of Commucation*. Dia menyampaikan dua hal dalam buku terkait komunikasi massaa. *Pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada banyak orang (massa), kepada khalayak yang luar biasa banyak. Ini tidak berarti bahwa khalayak itu meliputi seluruh masyarakat yang membaca atau menonton televisi, namun yang dimaksudkan bahwa khalayak itu besar dan sulit untuk didefenisikan. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio atau visual yang didefenisikan bentuknya seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, buku dan berita.

Dari beberapa defenisi di atas saya simpulkan bahwa komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media (televisi) yang suda mengalami perkembangan teknologi kepada masyarakat luas secara massal kemudian mendapatkan tanggapan balik dari khalayak yang menontonya.

Sebetulnya media massa terdiri berbagai macam media, seperti radio, televisi, surat kabar, buku dan lainnya, namun yang akan lebih banyak dibahas dalam penelitian ini adalah media massa televisi.

Sebelum melihat seperti apa fungsi komunikasi massa, terlebih dahulu kita melihat ciri-ciri komunikasi massa seperti apa. Ciri-ciri komunikasi massa ada tuju, yaitu sebagai berikut (Nurudin, 2009: 19-31):

a. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga

Komunikator atau sumber informasi dalam komunikasi massa tidaklah dilakukan secara perseorangan, melainkan dilakukan secara kelompok yang tergabung dalam sebuah lembaga. Dalam lembaga itu terdapat berbagai unsur dan komponen yang mempunyai peran dan fungsi masing-masing untuk mendukung proses pengolahan, penyimpanan, menuangkan ide, gagasan, symbol, lambang menjadi sebuah pesan yang dapat disebar luaskan kepada khalayak.

Komponen-komponen yang ada dalam lembaga tersebut terintegrasi dalam satu tujuan yang sama dan memiliki keterkaitan antara komponen satu dengan komponen yang lain, sehingga di antaranya saling mempengaruhi satu sama lain. Jika ada satu komponen yang tidak bekerja atau tidak menjalankan fungsinya maka komponen yang akan ikut merasakan dampaknya.

Sehingga dengan demikian bahwa komunikator atau sumber informasi komunikasi massa adalah lembaga itu sendiri tanpa mengecualikan orang-orang yang ada di dalamnya.

Menurut Alexis. S Tan (1981) dalam Nurudin (2009: 20) komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke

sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Komunikator yang dimaksudkan dalam komunikasi massa dapat berupa televisi, radio, surat kabar, majalah dan penerbit buku.

b. Komunikasikan dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Untuk menjelaskan bagaimana ini kita memulai dengan menjawab beberapa pertanyaan dasar, siapa penonton televisi, siapa pembaca surat kabar, siapa pendengar radio, dan siapa pengguna internet. Jawaban dari pertanyaan tersebut akan menggambarkan komunikasi komunikasi massa seperti apa.

Mengambil satu contoh kasus, jika liga 1 Indonesia main dan disiarkan oleh satu stasiun televisi nasional, yang menonton tidak mungkin hanya diri sendiri atau keluarga yang menonton, akan tetapi semua lapisan masyarakat Indonesia ikut menonton di waktu yang bersamaan, channel yang sama selama radius siaran televisi terjangkau.

Inilah yang dikatakan bahwa komunikasi komunikasi massa itu beragam atau heterogen, karena yang menonton itu dari beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan, agama atau kepercayaan yang juga berbeda, namun mereka semua adalah komunikasi televisi.

c. Pesannya Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak diperuntuk hanya untuk orang tertentu atau kelompok tertentu, melainkan pesanya harus bersifat umum karena komunikasi massa adalah heterogen.

Televisi adalah media ditujukan dan dinikmati oleh banyak orang, maka pesannya harus bersifat umum termasuk dalam pemilihan kata-kata dan kalimatnya yang populer bukan kata-kata ilmiah, kata ilmiah merupakan monopoli kelompok tertentu.

Adapun pengkhususan yang dilakukan oleh televisi adalah pengsegmentasian khalayak melalui program siaran televisi. Seperti program talkshow tentang politik maka segmentasi khalaknya adalah orang yang mengerti tentang politik, begitupun dengan radio, surat kabar, majalah dan lainnya, namun kesemuanya masi bersifat umum.

d. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Ketika membaca berita di surat kabar tentang kasus E-KTP yang melibatkan Setya Novanto dan hingga terbentuknya pansus KPK oleh DPR-RI sebagai upaya untuk menormalisasi peran fungsi KPK. Pro kontra dalam kasus tersebut tidak bisa dielakkan, yang pro terhadap KPK mengatakan bahwa pembentukan pansus sebagai upaya untuk melemahkan KPK dan menumpulkan kekuatan KPK. Disisi lain yang kontra atau pro kepda DPR-RI mengatakan bahwa pembentukan pansus sebagai upaya penguatan KPK. Khalayak yang membaca Koran tersebut tidak dapat memberikan komentar pada saat itu juga, maka inilah yang

disebut komunikasi satu arah, karena arus informasi hanya media ke khalayak tidak dengan sebaliknya. Bisa saja memberikan respon atau komentar namun sifatnya tunda. Artinya kita memberikan komentar hari ini terhadap berita di kolom atau rubrik surat kabar, besoknya baru diterbitkan komentar kita di kolom yang dikomentari.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan beragam, sehingga komunikasi dalam media tidak hanya bersifat satu arah saja, melainkan dapat terjadi komunikasi dua arah. Misalnya, dalam program talkshow yang mendiskusikan topik tertentu, pihak media membuka layanan interaktif melalui telepon. Masyarakat dapat memberikan pandangan dan komentarnya terhadap topik yang dibicarakan, maka terjadilah komunikasi dua arah antara penelpon dengan pembawa acara.

Dari kasus di atas, apakah mengaburkan definisi komunikasi massa bahwa bersifat satu arah. Ternyata tidak demikian, definisi tetap berlaku bahwa komunikasi massa hanya terjadi satu arah, adapun komunikasi dua arah tadi hanya terjadi antara penelpon dan pembawa acara tidak dengan yang lainnya.

e. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Jika kita sedang menonton salah satu program siaran salah satu televisi nasional Indonesia, maka di waktu bersamaan tanpa kita sadari begitu banyak ribuan dan bahkan jutaan orang yang juga menonton program siaran yang kita nonton.

Inilah salah satu ciri khas komunikasi massa, informasi itu disebarkan oleh satu stasiun penyiaran kemudian diterima atau dinonton secara bersamaan oleh khalayak yang terjangkau oleh radius siaran televisi.

Serempak dalam hal ini tentu bersifat relatif, kita lihat media cetak surat kabar pukul 5 pagi dapat dibaca di tempat terbit, akan tetapi di luar tempat terbit baru bisa di baca pukul 6 pagi. Tapi ini hanya persoalan teknis, yang sebenarnya dapat membaca koran yang sama pada hari itu juga.

Kesulitan itu saat ini dapat diatasi dengan cara memakai sistem cetak jarak jauh. Banyak media massa memakai sistem tersebut dengan cara menempatkan percetakannya di beberapa kota untuk mengatasi percepatan pendistribusian surat kabarnya, sehingga dalam waktu yang bersamaan kita dapat membaca informasi yang ada di surat kabar.

f. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Kesuksesan media massa dalam menyampaikan informasi kepada khalayak sangat didukung oleh kemampuan dan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksudkan adalah pemancar bagi media elektronik (televisi dan radio). Tanpa pemancar tidak akan mungkin informasinya tersebar keseluruh televisi-televisi masyarakat di seluruh penjuru. Bahkan dewasa ini media elektronik sangat terbantu dengan adanya satelit yang dengan begitu cepat dapat mengirim informasi.

Surat kabar juga demikian membutuhkan satelit, karena media surat kabar tak jarang tidak menggunakan sistem cetak jarak jauh (SCJJ) di beberapa kota untuk mempercepat distribusi surat kabarnya. Tanpa bantuan satelit dan segala perangkat pendukung lainnya akan mempersulit proses pengiriman file yang akan masuk dipercetakan.

g. Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*

Fungsi *Gatekeeper* dalam lembaga komunikasi massa sangat diperlukan dalam penyebaran informasi. *Gatekeeper* juga sering disebut sebagai penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang. *Gatekeeper* inilah yang berfungsi untuk menambah dan mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi semua informasi yang disebar lebih mudah dipahami.

Fungsi dari *Gatekeeper* sangat penting, sebagaimana kita ketahui bersama bahwa begitu banyak informasi dari berbagai bentuk peristiwa dan kejadian yang diliput para reporter sebagai bahan mentah informasi untuk diolah menjadi informasi yang layak konsumsi di ruang publik.

Gatekeeper yang dimaksud adalah antara lain, reporter, editor, manajer pemberitaan, penanggung jawab rubrik, kameramen, sutradara, lembaga sensor film, komisi penyiaran Indonesia dan lainnya yang kesemuanya memengaruhi bahan-bahan yang akan dikemas dalam pesan-pesan dari media massa masing-masing.

Fungsi Komunikasi menurut Harold D. Lasswell dalam Hafied Cangara (2016) mengemukakan tiga fungsi komunikasi yaitu: 1) manusia dapat mengontrol lingkungannya, 2) beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, 3) melakukan transmisi warisan sosial kepada generasi berikutnya (Cangara, 2016: 67).

Lain halnya fungsi komunikasi menurut Effendy yang dibagi dalam empat poin, yaitu:

- a. *To Inform*, fungsi utama media massa adalah menyampaikan informasi. Orang menonton televisi, mendengarkan radio dan membaca surat kabar untuk mendapatkan informasi. Media dianggap berhasil membuat khalayak ketergantungan informasi dan menjadikan seperti kebutuhan pokok dalam sehari-hari.

- b. *To Educate*, selain berfungsi sebagai sumber informasi, media massa juga berfungsi memberikan pendidikan kepada khalayak. Fungsi pendidikan media dapat dilakukan melalui program siaran dan berita yang mendidik dan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan keterampilan khalayak.
- c. *To Intertaint*, media massa juga berfungsi memberikan hiburan kepada khalayak. Hiburan disinilah tentulah bukan hiburan semata, akan tetapi hiburan yang bersifat positif dengan tetap memperhatikan konten dan konsep hiburannya.
- d. *To Influencce*, salah satu fungsi media adalah kemampuannya mempengaruhi khalayak untuk mengikuti apa yang ditampilkan media di layar kaca.

4. Konstruksi Media Massa terhadap Realitas Sosial

Media diyakini sebagai lembaga yang sangat mempunyai dalam mengkonstruksi realitas sosial, karena sebagian besar masyarakat juga meyakini bahwa apa yang tampilkan oleh media adalah realitas yang sebenarnya. Proses konstruksi itu tentu tidaklah seketika terbentuk begitu saja, melainkan melalui beberapa proses tahapan sehingga hasil konstruksi nantinya sesuai yang diinginkan.

Kita akan melihat seperti apa terhadap konstruksi media massa melalui iklan televisi. Fenomena iklan televisi itu lahir melalui tahapan iklan televisi, biro iklan, kepentingan dibalik penayangan iklan televisi dan ruang sosial yang melahirkan iklan televisi (Bungin, 2015: 131).

Seperti yang saya kemukakan di atas bahwa iklan televisi itu tidak lahir begitu saja melainkan melalui proses panjang. Tidak banyak yang mengetahui bahwa iklan yang mereka saksikan di televisi dengan durasi yang pendek ternyata itu sangat membutuhkan banyak waktu untuk dan proses yang rumit dan panjang. Karena di dalam pembuatannya tidak sekedar berisikan gambar dan video serta narasi, melainkan pemilihan sudut panjang, suara, narasi, warna dan lain menjadi pertimbangan utama agar yang mau dikonstruksikan tercapai sesuai yang diinginkan (Bungin, 2015: 131).

Secara sederhana, awal kelahiran sebuah iklan dimulai dari perusahaan yang ingin memasarkan produknya kepada masyarakat. Sebagian besar kalangan perusahaan meyakini bahwa iklan adalah salah satu langkah yang mampu menginformasikan produk ke semua masyarakat terutama melalui iklan televisi. Mendekati apa yang disampaikan oleh Vestergaard dan Schoder dalam Bungin (2015) bahwa dengan 'ideologi periklanan', bahwa pengetahuan tentang sebuah produk harus ditransfer ke masyarakat, karena pengetahuan itu mendorong perilaku pembelian (Bungin, 2015: 131).

Keputusan yang diambil perusahaan untuk beriklan di televisi tidak terlepas dari konstruksi sebelumnya bahwa iklan harus memilih saluran yang tepat dan memiliki kemampuan mengkonstruksi yang kuat. Alasan memilih televisi sebagai tempat periklanan yang tepat didukung sebuah fakta bahwa kesukaan individu untuk melihat reproduksi dunianya melalui televisi, dengan kata lain bahwa produksi keseharian masyarakat itu lahir pemaknaan yang disaksikan di televisi.

Dari apa yang telah digambarkan di atas belumlah cukup untuk menjelaskan konstruksi realitas sosial secara utuh, untuk memahami lebih dalam tentang tahapan konstruksi iklan atas realitas sosial paling tidak terdiri lima tahapan, yaitu tahapan menyiapkan materi konstruksi iklan; tahap sebaran konstruksi; tahap pembentukan konstruksi; tahap konfirmasi; dan tahap perilaku keputusan konsumen. Kelima tahapan tersebut akan dijelaskan dalam skema dibawa ini (Bungin, 2015: 135)

5. Media Massa dan Konstruksi Realitas Politik

McNair dan Brian dalam Ibnu Hamad menjelaskan bahwa peristiwa politik selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan. Ini terjadi karena dua faktor yang saling berkaitan. *Pertama*, dewasa ini politik berada di era mediasi (*politics in the age mediation*), yaitu media massa, sehingga keduanya mustahil dipisahkan antara kehidupan politik dan media massa dan bahkan aktor politik senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan agar kegiatannya di liput. *Kedua*, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pertanyaan para aktor

politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik itu bersifat rutin belaka, seumpamanya rapat partai atau pertemuan seorang tokoh politik dengan para pendukungnya(Hamad, 2004: 1).

Liputan politik cenderung lebih kompleks dibanding dengan liputan lainnya. Liputan politik memiliki karakter pembentukan opini publik, baik seperti harapan politisi maupun dari wartawan. Utamanya politisi, liputan-liputan politik diharapkan bisa mempengaruhi sikap khalayak dan ikut terlibat dari apa yang dibicarakan oleh aktor politik, karena aspek pembentukan opini itu adalah suatu hal yang penting karena dapat berdampak pada capaian aktor politik (Hamad, 2004: 2).

Pada umumnya media massa dalam melakukan pembentukan opini publik melakukan tiga hal, yaitu: menggunakan simbol-simbol politik (*language of politic*); melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*); dan melakukan fungsi agenda media (*agenda setting function*). Ketika media melakukan ketiga hal tersebut, maka bisa saja media dipengaruhi berbagai faktor internal media seperti kebijakan redaksional tertentu mengenai suatu kekuatan politik, kepentingan politik para pengelola media, relasi media dengan kekuatan politik tertentu, dan faktor eksternal bisa berupa tekanan pasar pembaca atau pemirsa, sistem politik yang berlaku, dan kekuatan lainnya. Dengan demikian, boleh jadi satu peristiwa politik bisa menimbulkan opini publik yang berbeda-beda tergantung dari masing-masing media melaksanakan tiga tindakan di atas tadi(Hamad, 2004: 2-3).

Karl Popper dalam Dan Nimmo mengemukakan bahwa ada satu teori opini publik yang seluruhnya dibangun di sekitar komunikator politik, yaitu “teori pelopor mengenai opini publik”. Ia menegaskan bahwa para pemimpin menciptakan opini publik karena mereka “berhasil membuat beberapa gagasan mula-mula di tolak, kemudian dipertimbangkan, dan akhirnya di terima”, karena itu “di sini opini publik dipahami sebagai sejenis tanggapan publik terhadap pemikiran dan usaha para aristokrat pikiran itu yang menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan argumen-argumen baru(Nimmo, 2011: 29).

6. Media TV dan Pencitraan

a. Media Televisi

Media televisi adalah salah satu jenis media massa yang banyak dinonton oleh masyarakat. TV memadukan 3 unsur sekaligus dalam waktu yang bersamaan, yaitu suara, gambar dan gerakan sehingga semakin menambah daya tarik untuk melihatnya.

Unde dalam bukunya *Televisi dan Masyarakat Pluralistik* mengatakan bahwa pembicaraan tentang televisi sudah cukup lama dan pada umumnya jatuh pada kesimpulan bahwa media televisi adalah media yang melebihi kemampuan media massa yang lainnya dalam mengubah minset dan perilaku masyarakat (Unde, 2015: 11).

Cangara dalam bukunya menjelaskan bahwa media televisi telah menyita hampir seluruh waktu masyarakat. Amerika dalam penelitian menunjukkan bahwa masyarakatnya menggunakan waktu untuk

menonton sekitar 6-7 jam dalam sepekan. Anak-anak di Australia hampir setiap pagi terlambat datang ke sekolah karena malamnya digunakan untuk menonton TV. Indonesia sendiri mengalami peningkatan pada anak-anak di waktu hari libur bahkan bisa melebihi delapan jam perhari. Cangara menjelaskan lebih lanjut bahwa itu disebabkan karena kemampuan media televisi dalam menyatukan dua unsur yaitu audio dan visual serta didukung dengan kemampuan grafis. Selain itu televisi kini bisa menembus ruang dan waktu termasuk sekalipun masyarakat yang tinggal di daerah-daerah(Cangara, 2016: 156).

Dengan kemampuan itu media televisi dapat mengagendakan sebuah wacana menjadi agenda publik. Kita dapat melihat dari contoh berikut bahwa 'Revlon' adalah merek yang tidak terkenal sebelum mensponsori sebuah program acara TV \$64.000 *Question* tahun 1950. Hanya butuh waktu satu malam, Revlon menjadi istilah umum dan pemahaman masyarakat bahwa ini adalah produk dan sukses. Sementara 2004, Procter dan Gamble menghabiskan \$1,7 miliar untuk beriklan di televisi, General Motors menghabiskan \$1,3 miliar dan Jhonson & Jhonson menghabiskan \$629 juta(Vivian, 2015: 225).

Jika dilihat dari contoh kasus di atas, maka tidak heran jika para aktor politik dan partai politik menggunakan televisi sebagai media untuk bersosialisasi dan berkampanye dalam mendapatkan dukungan. Pemilihan presiden tahun 2004, manajer kampanye tidak lagi merekrut relawan dan simpatisan untuk bergabung dalam tim kampanye, melainkan

sibuk mencari dana agar bisa memasang iklan di televisi. Di Negara-negara bagian dan juga di daerah, media televisi telah menjadi media kampanye yang efektif. Maka tidak heran jika seorang kritikus sosial Michael Novak mengatakan “Televisi adalah pembentuk geografi jiwa. Televisi membangun struktur ekspektasi jiwa secara bertahap. Televisi melakukan hal itu persis seperti sekolah memberikan pelajaran secara bertahap, selama bertahun-tahun. Televisi mengajari pikiran yang belum matang dan mengajari mereka cara berfikir” (Vivian, 2015: 225-226).

Dari fungsi dan karakteristik media massa telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999, Bab II pasal 3.1, tentang fungsi media massa yaitu sebagai berikut: (Pureklolon, 2016: 146-147).

1. Media Informasi

Media menyediakan berbagai informasi yang terjadi disekitar dan lingkungan dan di luar lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

2. Fungsi Pendidikan

Media memberikan tayangan dan informasi yang bersifat mendidik dan mengandung hal-hal yang dapat menambah wawasan masyarakat.

3. Fungsi Hiburan

Media juga berfungsi untuk menghibur yang dapat mengisi waktu senggang masyarakat dengan tayangan bersifat humoris untuk mengimbangi berita-berita berat.

4. Fungsi Kontrol Sosial

Media berfungsi menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah. Media menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah dan begitupun sebaliknya,

5. Fungsi Ekonomi

Lembaga pers adalah lembaga komersil dan membutuhkan kestabilan ekonomi untuk keberlangsungan produksitifitas industrinya.

b. Pencitraan

Membangun citra itu penting baik untuk cintra diri (*branding personal*) maupun secara kelembagaan. Pencitraan bertujuan untuk menanamkan identitas positif kepada masyarakat sehingga mampu menarik perhatian dan pujian dari orang di luar dari lingkungannya.

Kata pencitraan berasal dari kata citra, banyak bahasa memberikan defenisinya tentang citra, yaitu sebagai berikut:

Huddleston dalam (Buchari Alma, 2008: 55) mengatakan bahwa citra adalah "image is a set beliefs the personal associate with an Image as acquired trough experience" yang artinya citra adalah serangkain

kepercayaan dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman.

Frank Jefkins dalam (Soemirat & Adrianto, 2007: 114) mendefenisikan bahwa citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman.

Kaitannya dengan citra politik pasti bertujuan untuk mengkonstruksi seseorang, pejabat, partai, ormas dan lainnya untuk meningkatkan elektabilitas dan popularitasnya.

Burhan Bungin (2018: 181) mengatakan bahwa sering kali partai politik bekerjasama dengan media massa atau bahkan membuat sebuah tim media sosial yang bekerja untuk kepentingan agenda politik politik para politisi. Media telah menjadi jendela orang-orang politik untuk mengkonstruksi citra dan membangun keyakinan politik masyarakat.

Banyak yang memanfaatkan pencitraan untuk membangun dan menjatuhkan seseorang. Citra dapat dikemas dengan positif baik untuk tujuan politik, perusahaan, menangani krisis dan sebagainya. Begitupun sebaliknya citra dapat dikemas dengan negatif untuk menjatuhkan lawan politik, bisnis, organisasi, tergantung konteks yang diinginkan oleh sipembuat citra.

c. Hubungan antara media televisi dan pencitraan

Pencitraan dapat terjadi apabila ada media yang digunakan sebagai wadah menkonstruksi teks, bahasa, gambar sebagai alat pencitraan. Salah satu media yang digunakan adalah media televisi.

Televisi dianggap sebagai media yang paling efektif untuk melakukan pencitraan karena banyak dinonnton oleh masyarakat semua umur dan kalangan. Pada tahun 1981, Ted Turner memprediksi berakhirnya era koran dalam waktu 10 tahun. 10 tahun telah berlalu (1991) prediksi Turner benar adanya, kini televisi telah menjadi media paling berjaya. Ada yang beranggapan kalau Turner terlalu berlebihan dalam prediksinya, akan tetapi yang dinyatakannya benar, terbukti usaha yang lakukan televisi untuk pembaca dan pengiklan di koran dan media massa lainnya untuk beralih ke TV(Vivian, 2015: 226).

Dalam konteks politik, media banyak digunakan untuk membangun citra tokoh yang dipersiapkan untuk menjadi pemimpin atau bahkan membangun persepsi masyarakat tentang partai politik yang baru didirikan. Membangun citra maka tidak bisa dipisahkan hubungan antara media, politik, dan masyarakat.

Media sebagai wadah penyebarluasan hasil konstruksi citra yang dibentuk partai politik atau bahkan media pengkonstruksi terhadap partai politik lalu kemudian masyarakat sebagai penerima konstruksi dan memberikan persepsi dan tanggapan terhadap apa yang diterimahnya.

7. Industri Media dan Pemilik Modal

Setelah percetakan tenar, tahun 1920 an, radio merupakan alat komunikasi utama. Tentu memiliki sumber daya yang terbatas, karena hanya memiliki satu *bandwith* tetap. Tidak ada keraguan bahwa pemerintah yang akan mengaturnya (Chomsky, 2017: 223).

Pada tahun 1960-an, televisi dan radio di komersialisasikan oleh beberapa negara, kosentrasi kekuasaan swasta seperti yang terjadi di Amerika Serikat memotong fungsi pelayanan publik dari radio dan televisi dan pada saat yang sama, ada sedikit ruang untuk radio dan televisi publik.

Pasang surut perkembangan industri media sudah dilewati dan kini telah menghadapi tantangan baru di era digitalisasi media atau sebutan populernya adalah *New Media*. Pada zamannya media massa (cetak, radio, televisi) telah mengalami puncak kejayaan. Dengan kehadiran media baru menjadi tantangan tersendiri bagi media konvensional (lama) untuk menyesuaikan diri dari perkembangan zaman dengan melakukan menyempurnaan berbasis teknologi canggi dan terbarukan.

Industri media di Indonesia sangat menjajikan karena masyarakatnya begitu heterogen. *Multichanel News* (edisi 6 maret 1995) pernah menggambarkan Indonesia kedepan dengan penuh optimis sejak akhir 1980-an: (Armando, 2016: 143-144).

“Indonesia adalah sebuah pasar yang hampir sempurna bagi televisi *multichannel*... ia adalah negara dengan jumlah penduduk terbesar kelima di dunia... Ekonomi negara ini tumbuh dengan kecepatan rata-rata 4,5 persen per tahun. Dan pemerintah telah sejak lama menunjukkan komitmen untuk membangun jaringan telekomunikasi untuk mempersatukan 17.508 pulau di negara itu.

Bila, sebagaimana dipercaya sebagian besar ekonomis Indonesia, kita bisa mengasumsikan kehadiran tiga persen kelas menengah, penduduk Indonesia mempersembahkan sebuah pasar yang menggiurkan dari kurang lebih 5,28 juta penduduk. Mereka adalah pengunjung *shopping mall* dan *department store* yang besar dan berisi lengkap di Jakarta... Kota ini memiliki kehidupan malam mengasyikkan. Film-film internasional dikunjungi banyak penonton.”

Industri media di Indonesia hanya dimiliki oleh sekelompok orang saja, satu orang mempunyai lebih dari satu media, mari lihat daftar pemilik media televisi yang ada di Indonesia:

Pemilik Media/Modal	Nama Koorporasi	Media
Harry Tanoesoedibjo	MNC Group	RCTI, Global TV, MNC TV, iNews
Abu Rizal Bakri	Viva Group	TVOne, ANTV, DMA
Surya Paloh	Media Group	Metro TV
Eddy Kusnadi Sariaatmadja	Surya Citra Media (SCM)	SCTV, Indosiar
Chairul Tanjung	Trans Corp	Trans TV, Trans 7
Jakop Oetama	Gramedia Group	Kompas TV
Wishnutama Roan Y.	Indika Group	Net TV

Tabel 1: Kepemilikan Media di Indonesia

Sumber: <https://www.google.co.id/amp/s/rizaldiimamr.wordpress.com/2015/10/05/kepemilikan-group-media-di-indonesia/amp/> yang di akses 04 Maret 2018

Dari data di atas telah memperlihatkan kepada kita bahwa terjadi kolongmerasi media penyiaran. Padahal jika mau merujuk pada regulasi

Undang-Undang maupun Peraturan Pemerintah itu tidak terlaksana. Yaitu tentang ketentuan batasan kepemilikan media. Namun perusahaan media selalu saja mempunyai alasannya untuk lepas dari aturan tersebut setiap mendapatkan teguran atau peringatan dari KPI. (PP No. 50 Tahun 2005 Pasal 32)

Sehingga jika mau diamati secara mendalam bahwa kepemilikan media dalam industri media di Indonesia bukan saja berorientasi pada keuntungan financial melainkan ada kepentingan-kepentingan lain yang ingin dicapai, salah satunya adalah kepentingan politik bagi para pemilik media yang terintegrasi dengan partai politik baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada tahun 1983 pernah diprediksikan 50 orang yang akan menguasai media (televisi, Radio, film, surat kabar, majalah) hingga penerbitan di Amerika dan Eropa. Di tahun 1997 setelah melalui proses panjang, para baron yang menguasai media dari 50 orang tadi menjadi 10 orang. Kemudian pada tahun 2000 menurut Robert W. McChesney, penguasa media menjadi 3 orang *holdings* besar. Tiga orang tersebut disebut sebagai *The Holy Trinity of the Global Media System*. Sehingga timbul kekhawatiran bagi Chesney bahwa apa jadinya jika kemampuan media sebagai produksi budaya, informasi politik, ekonomi hanya dikendalikan oleh beberapa orang saja (Subiakto & Ida, 2015: 162-163).

B. Tinjauan Teori dan Konsep

1. Teori Ekonomi Politik (Vincent Mosco)

Teori ekonomi politik media yang dipelopori oleh Vincent Mosco mengatakan dalam bukunya *The Political Economic of Communication* (1996) menyatakan bahwa definisi ekonomi politik adalah: *the study of relations, particularly the power relations,, that mutuality constitute the production, distribution, and consumption of resources*. Dengan kata lain, pendekatan ini berdasarkan pada pengertian ekonomi politik sebagai studi mengenai relasi sosial, khususnya yang menyangkut relasi kekuasaan, baik dalam produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya dalam ekonomi politik komunikasi. Sumber daya dalam konteks ini adalah media yang bisa berupa surat kabar, majalah film, buku, kaset, internet dan sebagainya. (Moscow, 1996)

Untuk memahami relasi yang dibangun dalam penelitian ini bahwa media sejauh ini menempati posisi yang sangat strategis dalam mengkampanyekan kepentingan dan ideologi. Media hari ini dan sebelumnya di yakini sebagai alat yang paling strategis untuk menanamkan kepentingan dan ideologi yang ingin dibangun baik dalam konsep kepemilikan (ekonomi) dan konsep kekuasaan (politik). Vincent Mosco mempunyai tiga tahap dalam mengungkap apa yang terjadi di balik layar media, yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi.

Komodifikasi adalah upaya yang dilakukan oleh media massa dalam merubah segalanya agar dapat dijadikan sebagai alat penghasil

keuntungan. Komodifikasi dapat dilakukan terhadap konten, audiens, dan pekerja. Komodifikasi konten dilakukan untuk menarik perhatian penonton yang biasanya dilakukan dalam bentuk periklanan dan program televisi. Komodifikasi terhadap pekerja adalah proses filterisasi pekerjaan yang sudah dilakukan sehingga disini ditentukan boleh dan tidaknya sesuatu dipublikasikan maka disinilah terjadi manipulasi konten.

Spasialisasi adalah upaya yang dilakukan oleh pemilik media untuk mengatasi jarak dan waktu, dengan memanfaatkan teknologi, agar dapat memaksimalkan kerja dalam rangka peningkatan keuntungan. Dalam kajian ini terdapat dua konsep yaitu *horizontal integration* yaitu upaya perusahaan memperlebar sayap perusahaan dalam berbagai bidang dan *Vertical integration* yaitu upaya pengawasan yang dilakukan pemilik media terhadap anak mediana.

Strukturasi adalah berkesinambungan dengan bentuk *vertical integration* pada spasialisasi, tetapi lebih kepada agen dan struktur, Giddens (1984), yang saling mempengaruhi dalam kegiatan produksi di media massa akibat perbedaan akses antara pekerja dan pemilik modal, sehingga menentukan kuasa siapa yang berpengaruh pada saat bekerja.

Integrasi teori Vincent Mosco dengan yang mau di teliti bahwa ingin melihat dan mendeskripsikan ekonomi, politik dan media yang dikendalikan satu orang kunci kebijakan dimana dia yang menentukan ekonomi media, menentukan konten media terkait kepentingannya dalam bidang politik.

2. Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial (*Social Construction Theory*) tidak bisa dilepaskan dari bangunan teoritik yang telah dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Peter L. Berger merupakan sosiolog dari New School for Social Reserach, New York dan Thomas Luckman adalah seorang sosiolog dari University of Frankfurt, sejatinya teori ini di rumuskan oleh kedua akademisi tersebut sebagai suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai pengetahuan.

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) populer pada saat diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang dituangkan dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Bungin, 2015: 13).

Menurut Suparno (1997) dalam Bungin (2015: 13) Menelusuri asal usul istilah konstruksi sosial itu berawal dari filsafat yang berpadangan konstruktivisme dengan memunculkan pemikiran konstruktif kognitif. Menurut Von Glasersfeld, defenisi tentang konstruktif kognitif dimulai pada abad lahirnya filsafat konstruktivisme sebagaimana yang ditulis oleh Mark Baldwin yang dikaji secara mendalam dan lebih luas kemudian di lanjutkan oleh Jean Piaget. Namun beberapa penelusuran secara

mendalam, sebenarnya pokok pikiran ini mulai ada yang diperkenalkan oleh Giambattista Vico.

Dipandang dari perspektif aliran filsafat, Bertens (1993) dalam Bungin (2015: 3) mengatakan bahwa gagasan konstruktivisme telah ada dari zaman Sokrates dimana dalam penemuannya menemukan jiwa dalam tubuh manusia dan sejak Plato menemukan akal budi dan ide. Bertens melanjutkan penjelasannya bahwa gagasan itu semakin diperkuat dan jelas setelah Aristoteles memperkenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi dan lainnya. Aristoteles mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahkan kunci pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah fakta.

Suparno (1997) dalam Bungin (2015) menjelaskan tiga bentuk konstruktivisme yaitu konstruktivisme radikal, konstruktivisme hipotetis, dan konstruktivisme biasa (Bungin, 2015: 13-14).

Konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh akal pikiran kita dan bentuk itu tidak selamanya representasi dunia nyata. Aliran ini mengesampingkan sebuah hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Bagi konstruktivisme radikal beranggapan bahwa pengetahuan tidak merefleksikan suatu realitas ontologis obyektif, namun realitas itu dibentuk dari pengalaman, bukan pengetahuan.

Konstruktivisme Hipotetis mengatakan bahwa pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari sebuah struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki.

Konstruktivisme Biasa menggabungkan dari kedua pandangan sebelumnya dan memahami bahwa pengetahuan adalah gambaran dari realitas itu, kemudian pengetahuan individu dipandang sebagai suatu gambaran yang dibentuk dari realitas objek dalam dirinya sendiri (Bungin, 2015: 14).

Berger dan Luckman dalam Bungin (2015) menjelaskan realitas sosial dengan cara memisahkan pemahaman antara 'kenyataan' dan 'pengetahuan'. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang lebih spesifik (Bungin, 2015: 14-15).

3. Teori Public Sphere

Teori Public Sphere dipopulerkan oleh Jurgen Habermas, seorang filsuf dan sosiolog dari Jerman. Habermas ada salah seorang kritikus sosial yang cukup terkenal dan konsep pemikirannya banyak digunakan orang. Teori ruang publik pertama kali diperkenalkan Habermas pada tahun 1962 melalui bukunya *The Structural of the Public Sphere*. Di dalam bukunya menggambarkan Transformasi dan

kehancuran virtual rasionalitas ruang publik yang tengah berkembang pada abad 19 dan 20 di Inggris, Prancis, dan Jerman.

Menurut Habermas bahwa ruang publik berkembang dengan pesat pada masa itu seharusnya mampu mengedepankan proses rasional. Akan tetapi pada kenyataannya justru terjadi pengekangan dan dominasi.

Konsep ruang publik merupakan bagian yang sangat penting dalam setiap negara demokrasi. Demokrasi dapat berjalan dengan baik apabila ada ruang publik yang setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan gagasan pemikirannya.

Secara defenitif Habermas menjelaskan bahwa ruang adalah yang terletak di antara komunitas ekonomi dan negara tempat publik melakukan diskusi yang rasional, membentuk opini mereka, serta menjalankan pengawasan terhadap pemerintah.

Teori ruang publik ini mempunyai tiga asumsi dasar yaitu, akses yang mudah terhadap informasi, tidak ada perlakuan istimewa (*privilege*) terhadap peserta diskusi (partisipan), dan peserta atau partisipan mengemukakan alasan rasional dalam berdiskusi mencari konsensus.

a. Akses yang mudah terhadap informasi

Kembali kepada konsep demokrasi bahwa setiap individu berhak mendapatkan, menyimpan, membuat dan menyebarluaskan informasi. Inilah yang coba dibangun di erah perkembangan teknologi media massa sehingga sangat memungkinkan masyarakat dapat mengakses informasi

yang diinginkan. Berbeda di awal-awal perkembangannya, untuk mengaksesnya hanya mampu dilakukan oleh segelintir orang dan kelompok masyarakat atau biasa juga disebut kaum borjuis. Namun muncul sebuah persoalan baru media hari ini bahwa media hanya dimiliki segelintir orang yang bisa saja mengatur isi siaran yang belum tentu dibutuhkan masyarakat.

b. Tidak ada perlakuan istimewa (*privilege*) terhadap peserta diskusi (partisipan)

Tidak ada anggota masyarakat atau kelompok yang diistimewakan sekalipun pemilik media, Semua memiliki kesempatan yang sama tanpa harus dibeda-bedakan.

c. Peserta atau partisipan mengemukakan alasan rasional dalam berdiskusi mencari konsensus.

Mengedepankan rasionalitas demi mewujudkan ruang publik yang baik. Rasionalitas dalam debat atau dalam pemberitaan adalah sesuatu yang dapat dipertanggung jawabkan dengan sumber informasi yang jelas dan tepat, sehingga dapat menghindari debat yang tidak bermanfaat.

4. Teori Pencitraan

Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi), dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya. Mardi Jhon Harrowitz mengemukakan bahwa citra terbentuk pada struktur kognisi manusia, pendekatan yang digunakan

adalah psikiatri. Lipman mengistilahkan citra sebagai "*the picture in our head*", Galton "*mental picture*", Nimpoeno "*representation*". (Ardianto, 2010: 98).

Boulding dalam Ardianto (2009) mengklafiksikan citra dalam 10 bagian, yaitu: a) citra ruang; b) citra waktu; c) citra rasional; d) citra perorangan; e) citra nilai; f) citra emosional; g) citra kesadaran atau ketidak sadaran; h) citra keyakinan atau ketidakyakinan; i) citra dalam dimensi realitas dan bukan realitas bahwa citra berkaitan dengan dunianya dengan sesuatu diluar realitas; j) dan citra yang bersifat umum, yaitu citra pribadi yang sesuai dengan citra yang ditunjukkan oleh kehendak orang lain. (Ardianto, 2010: 99).

Pembangunan citra secara individu maupun organisasi terdapat dua tipe yaitu mencitrakan diri sesuai dengan realitas yang ada dan mencitrakan diri tidak sesuai dengan realitas yang ada. Sutisna (2001) dalam Ardianto (2009) mengemukakan, *image* adalah realitas. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Bernstein dalam Gronroos. Oleh karena itu, program pengembangan dan perbaikan citra harus didasarkan pada realitas. Jika citra tidak sesuai dengan realitas dan kinerja kita tidak baik, itu adalah kesalahan kita dalam berkomunikasi. Jika citra sesuai dengan realitas dan merefleksikan kinerja kita yang buruk, itu berarti kesalahan dalam kita dalam mengelola organisasi.

5. Netralitas Media

Berbicara tentang netralitas media adalah hal yang selalu menarik perhatian kita. Dalam sebuah konsep mengatakan bahwa media tidak akan pernah netral, karena pada dasarnya media adalah industri komersial yang berorientasi pada keuntungan. Jika sudah berbicara tentang keuntungan maka akan ada keberpihakan media terhadap suatu objek yang dapat menguntungkannya.

Namun dalam konteks ini, netralitas media yang dimaksudkan adalah penempatan diri (media) dalam setiap pemberitaan utamanya yang berkaitan politik. Aktor politik dan partai politik seringkali menggunakan media sebagai tempat efektif untuk mensosialisasikan diri di masyarakat, terlebih lagi keterlibatan pemilik media dalam dunia politik, apalagi jika sebagai ketua partai tertentu. Maka untuk mengukur netralitas media yang demikian perlu dipertanyakan.

Erwin Kurniawati dalam tulisannya yang berjudul "*Netralitas Media Massa Era Kini*" menjelaskan bahwa sejarah baru dalam pertelevisian Indonesia pada pemilu Presiden 2014. Beberapa media secara terang-terangan memberitakan aktifitas politik. Sebut saja Metro TV, beberapa kali menyiarkan segala jenis kegiatan politik Partai Nasdem baik dalam bentuk *breaking news*, *headline news*, maupun bagian tubuh dalam program pemberitaan. Bahkan setelah selesai masa kampanye pemilu presiden 2014, Metro TV memperlihatkan afiliasinya terhadap pasangan Jokowi dan Jusuf Kalla. Hal yang sama juga dilakukan oleh

TV One terhadap Abu Rizal Bakri setelah dinyatakan oleh Partai Golkar untuk menjadi calon presiden dan juga sama halnya yang dilakukan oleh MNC Media saat sebelum keluar dari Partai Hanura. (portalgaruda.org 18 Maret 2018).

Menurut Curran dan Gurevitch (1982) dalam Subiakto dan Ida (2015: 165) mengatakan bahwa kepemilikan media tidak dapat dipisahkan dari kepentingan ekonomi politiknya. *Interest* atau kepentingan pemilik media dikhawatirkan akan mempengaruhi pesan yang disampaikan media dan hegemoni ideologi media yang akhirnya berpengaruh kepada khalayak. Curran dan Gurevitch juga menjelaskan konsep kepemilikan media dari teori Marxist Klasik, dengan *materials production* yang dimilikinya mampu memengaruhi dan menguasai konten media. Khalayak atau kaum proletar dalam istilah Marx, pada akhirnya akan dihadapkan oleh suatu nilai atau perspektif, yakni kelas borjuis atau para kapitalis media sendiri.

C. Tinjauan Hasil Penelitian

Perlu dijadikan sebagai bahan kritikan bahwa industri media kita di Indonesia mengalami dinamika yang sangat kompleks seiring pergantian masa pemeritahan. Fenomena media massa hari ini khususnya televisi menjadi perbincangan diberbagai kalangan, hal itu disebabkan karena media seringkali secara terang-terangan berpihak kepada partai politik atau kandidat.

Keberpihakan media kepada kandidat akan sangat mempengaruhi konstruksi pesan yang akan ditampilkan dilayar kaca televisi, olehnya itu banyak kalangan akademisi melakukan penelitian dalam berbagai perspektif untuk melihat proses konstruksi pemberitaan politik dimedia. Seperti buku karya Ibnu Hamad yang berjudul *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik* (2004). Buku ini sebenarnya adalah hasil penelitian disertasi yang mencoba menggunakan analisis kritis dengan menggunakan metode CDA, dalam penelitian tersebut menemukan media mengkonstruksikan partai-partai politik dan menemukan perilaku koran nasional yang mengkonstruksi partai-partai politik selama pemilihan umum 1999. Disamping itu Hamad juga melihat tradisi intraksi antara pers dan politik karena tidak bisa dipungkiri bahwa pers kita pernah terlibat dalam politik praktis dan media saat ini sudah menjadi industri yang berorientasi pada keuntungan finansial. (Hamad, 2004: vi)

Burhan Bungin dalam karya bukunya yang berjudul *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann* (2015). Buku ini juga sebenarnya adalah hasil penelitian disertasi di Pascasarjana Universitas Airlangga Surabaya. Dalam buku tersebut, Bungin mengungkap 3 hal penting dalam konstruksi realitas sosial oleh media massa, yaitu: (1) realitas sosial media massa, di mana realitas sosial iklan televisi yang dikonstruksi oleh pencipta iklan televisi

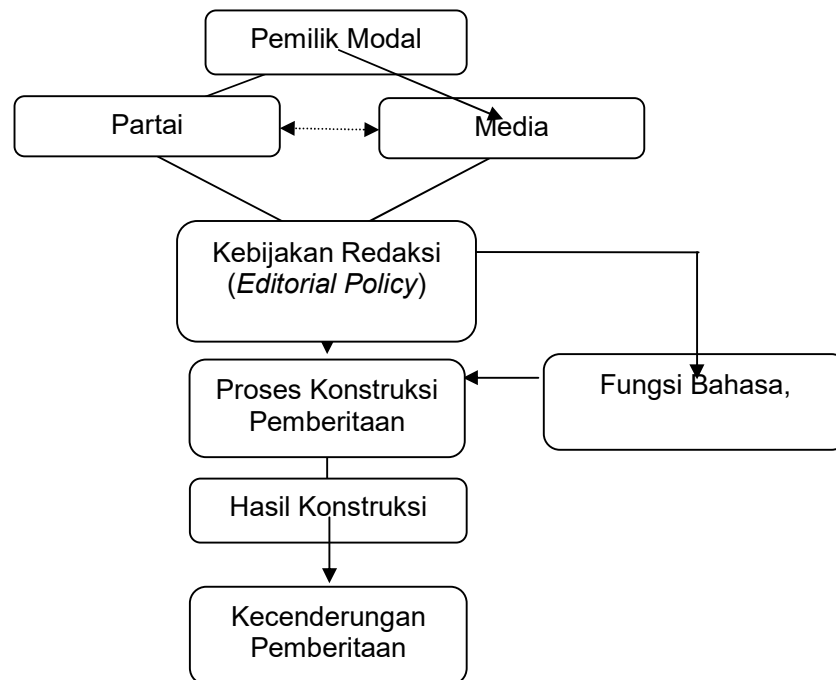
melalui media massa, terbagai dalam 3 lapisan, yaitu realitas teknologi, realitas pencitraan, dan realitas verbal dan bahasa; (2) proses konstruksi sosial media massa, dimana realitas iklan televisi dibentuk oleh beberapa kelompok yang berfungsi untuk mengatur konten media massa, yaitu biro iklan, perusahaan pemesan iklan dan pemirsa iklan televisi itu sendiri; (3) makna realitas sosial media massa, dimana pemirsa melakukan *decoding* makna yang terkandung dalam iklan televisi. (Bungin, 2015: vii).

Dalam buku ini lebih banyak menjelaskan tentang konstruksi realitas sosial dalam media khususnya televisi yang dibentuk oleh kelompok tertentu, hasil dari konstruksi itu ditafsirkan berbeda oleh pemirsa berdasarkan dan kelompok sosial.

Asaf Antariksa Rianto (Megister Ilmu Komunikasi – Universitas Indonesia) dalam tesisnya yang berjudul *Kolonialisasi Ruang Publik Pemilu Studi Kasus Iklan Politik Partai di Televisi pada Pemilu Legislatif 2014*. Dalam penelitiannya menemukan bahwa iklan politik partai dalam pemilihan legislatif gagal dalam membangun ruang publik pemilu karena didominasi oleh iklan pencitraan, adanya komersialisasi iklan politik dan konsentrasi kepemilikan media. Penelitian ini juga melihat bahwa terjadi kolonialisme dan praktek keberpihakan media terhadap partai dikarenakan lemahnya regulasi pers dan pemilihan umum. Koalisi elit politik dan elit media memperlihatkan bahwa media gagal dalam memerankan perannya sebagai ruang publik yang membangun demokrasi Indonesia yang berkualitas (Rianto, 2014: viii).

Betari Chintya Ariviyanti dan Sylvie Nurfebiaraning (Ilmu Komunikasi – Universitas Telkom) dalam jurnalnya yang berjudul *Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo – Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo “Mars Perindo Versi 2”*. Dalam penelitiannya membahas tentang bagaimana citra politik Hary Tanoesoedibjo di bangun melalui iklan televisi Perindo dengan lagu Mars Perindo. Penelitian ini menemukan bahwa ada 13 adegan dalam iklan sebagai unit analisis lalu kemudian dibagi dalam empat kategorisasi yaitu: *pertama*, persepsi mengenai citra dari kandidat politik, terdapat *scene* yang menunjukkan bahwa Hary Tanoesoedibjo sebagai pemimpin yang kharismatik dan peduli dengan rakyat kecil, *kedua*, persepsi mengenai partai Perindo yang diketuai oleh Hary Tanoesoedibjo, terdapat *scene* yang menunjukkan dukungan dari masyarakat secara masif untuk Hary Tanoesoedibjo yang juga mengarah pada dukungan untuk partai Perindo dari masyarakat, *ketiga*, persepsi mengenai isu, terdapat *scene* yang menunjukkan citra politik Hary Tanoesoedibjo sebagai pemimpin yang dihormati dan peduli dengan generasi penerus bangsa dalam hal ini menanggapi isu mengenai hilangnya kepercayaan kaum muda pada politisi, dan *ketiga*, yaitu persepsi mengenai peristiwa dalam kampanye, terdapat *scene* yang menunjukkan citra politik Hary Tanoesoedibjo pemimpin yang bisa memelihara pluralitas yang ada di Indonesia. (Ariviyanti & Nurfebiaraning, 2017: 48).

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pikir

E. Defenisi Konseptual

1. Pemilik Modal

Pemilik modal dalam sebuah perusahaan adalah orang yang mengambil kebijakan dan mengendalikan perusahaan. Dalam penelitian ini bermaksud ingin melihat sosok satu orang yang mengendalikan dua organisasi secara bersamaan yaitu organisasi media dan partai politik oleh Harry Tanoesoedibjo. Harry Tanoesoedibjo adalah pemegang saham utama dan pengendali di MNC Group yang termasuk di dalamnya iNews dan juga sekaligus posisinya di Paratai Perindo sebagai Ketua Umum. (mncgroup, 28 Februari 2018)

2. Partai

Partai Politik dalam Undang-undang Republik Indonesia dijelaskan defenisi Partai Politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga Negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan caita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat. Bangsa dan Negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. (UU. No. 2 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1)

3. Media

Secara umum media dapat didefenisikan bahwa media adalah alat yang digunakan untuk melakukan proses tukar menukar informasi antara komunikator dan komunikan.

Cangara (2016: 137-140) dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* membagi media dalam beberapa bagian, yaitu 1) media antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara orang yang satu dan orang yang lain yang hanya melibatkan dua orang saja, seperti kurir/utusan, surat, dan telepon. 2) Media kelompok adalah media yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, seperti rapat, seminar, konprensi dll. 3) Media Publik adalah komunikasi yang berlangsung dengan melibatkan khalayak lebih dari 200 orang, seperti rapat akbar, rapat raksasa, rapat terbuka dll. 4) Media Massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber informasi kepada khalayak menggunakan media seperti, surat kabar, radio, televisi, dan film.

Dapat juga diartikan bahwa media suarat kabar, radio, televisi dan film adalah saluran komunikasi. Saluran komunikasi menurut Nimmo (2011: 166-162) adalah alat serta sarana yang memudahkan penyampaian pesan.

Kaitannya dengan penelitian ini, media yang dimaksudkan oleh peneliti adalah media massa iNews yang digunakan oleh aktor politik dan Partai Perindo untuk mensosialisasikan dirinya kepada khalayak. Para pemimpin partai politik yang memiliki media begitu leluasa menggunakan kekuasaannya untuk membangun minset khalayak.

Sebuah pertanyaan yang dimunculkan Chomsky dalam bukunya *How the World Works* mengatakan “apakah para pemilik media senantiasa menentukan konten siaran?”. Di dalamnya dijelaskan bahwa

keterlibatan itu pasti ada namun tidak secara langsung terjun ke studio untuk menyampaikan apa yang diinginkan pemilik media , melainkan ada cara halus dimainkan oleh pemilik media agar mereka melakukan apa yang dikendakinya yaitu melalui pendekatan level atau karir dalam pekerjaan (Chomsky, 2017: 225-226).

4. Kebijakan Redaksi (*Editorial Media*)

Redaksi yang dimaksudkan dalam kerangka pikir adalah redaksi iNews . Redaksi dalam media massa khususnya televisi merupakan sebuah struktur di dalam media yang berfungsi dalam mengambil kebijakan mulai dari berita seperti apa yang diinginkan untuk disiarkan, berita mana yang layak dan tidak layak disiarkan hingga pada pengambilan keputusan berita yang tampil di layar televisi.

Redaksi adalah bagian keseluruhan dari unsur-unsur yang ada dalam struktur media. Maka dari itu, melihat dari fungsi dari redaksi itu sendiri, tidak salah jika dikatakan bahwa salah satu tempat proses konstruksi pemberitaan adalah di redaksi media, karena di dalamnyalah berita itu dikemas untuk disiarkan.

5. Fungsi Bahasa, Framing, Agenda dalam Konstruksi Pemberitaan

Bahasa, framing dan agenda (wacana) adalah bagian komponen yang digunakan dalam mengkonstruksi siaran baik berupa pemberitaan maupun iklan. Bahasa dapat merepresentasikan sekaligus dapat memisrepresentasikan suatu peristiwa. Seseorang dapat dikatakan baik

maupun tidak baik itu sangat tergantung dari konstruksi bahasa yang dibangun (Badara, 2012: 56-57).

Asumsi dasar yang dibangun oleh Fairclough dalam analisis wacana kritis bahwa bahasa yang digunakan memiliki beragam fungsi dan konsekuensi. Bahasa dapat untuk memerintah, memengaruhi, mendeskripsikan, menghibakan, memanipulasi, menggerakkan atau membujuk. (Haryatmoko, 2017: 5). Fungsi bahasa tersebut dapat digunakan secara keseluruhan tergantung kebutuhan serta situasi dan kondisi yang diinginkan oleh media.

Framing adalah salah satu jenis dari penelitian kualitatif. Framing tidak melihat atau tidak berfokus pada media memberitakan positif atau negatif terhadap suatu pemberitaan, akan tetapi bagaimana media membungkus atau membungkus suatu pemberitaan melalui konstruksi realitas. Peristiwa yang dipahami tidak mengacu pada *taken for granted*, akan tetapi yang dipahami adalah media dan wartawanlah yang secara aktif membentuk sebuah realitas (Eriyanto, 2011: 6-7).

Agenda adalah suatu perencanaan media secara terstruktur dan sistematis yang akan dilakukan kedepannya. Agenda ini dapat berfungsi membangun dan membentuk pola pikir seperti apa yang diinginkan media kepada khalayak.

Dalam perspektif teoritis agenda setting media, Griffin dkk menjelaskan hipotesis agenda setting bahwa "*The mass media have the ability to transfer the salience of issues on their news agenda to the public*

agenda”. Kira-kira artinya seperti ini “Media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer arti penting isu pada agenda berita media kepada agenda umum” (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2015: 376).

Media menginginkan bahwa apa yang diagendakan di media maka itu akan menjadi agenda publik atau menjadi pembicaraan publik. Kemampuan inilah yang banyak dimanfaatkan oleh aktor-aktor politik dalam membangun minset khalayak.

6. Hasil Konstruksi

Kesesuaian antara keinginan media dan kenyataan dengan melalui proses konstruksi maka itulah hasil konstruksi. Hidayat (1999) dalam Bungin (2015: 11), pandangan paradigma konstruktivisme mengatakan bahwa konstruksi adalah hasil ciptaan manusia secara individu, akan tetapi kebenaran dalam konstruksi sangat bersifat nisbi, sehingga hanya berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.

7. Kecenderungan Pemberitaan

Hasil konstruksi yang telah dilakukan dengan menggunakan beberapa cara (fungsi bahasa, framing, dan agenda) dan analisis akan membongkar dan memperlihatkan media tersebut berada dipihak mana. Dengan demikian kecenderungan keperpindahan media terhadap suatu partai politik akan terlihat serta motif apa yang melatarbelakangi keperpindahan tersebut.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Deddy Mulyana (2010) mengemukakan bahwa metode penelitian adalah teknik-teknik spesifik yang digunakan dalam penelitian, sedangkan metodologi penelitian adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban dari penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif yang dimaksudkan dalam penelitian ini sebagaimana yang didefinisikan Creswell dalam bukunya adalah sebagai berikut:

“Qualitative research focuses on the process that is occurring as well as the product or outcome. Researchers are particularly interested in understanding how things occurs”. (Creswell, 1994: 162).

Defenisi di atas menjelaskan bahwa penelitian kualitatif fokus pada proses apa yang terjadi dalam penelitian. Defenisi di atas juga menunjukkan bahwa penelitian kualitatif tidak dapat dibatasi, disamping itu peneliti menjadi juru kunci utama dalam penelitian karena peneliti harus memahami gejala sosial yang terjadi dalam proses penelitian.

Menurut Norman dan Lincoln penelitian kualitatif merupakan bidang penyelidikan yang berdiri sendiri. Penelitian ini menyinggung aneka disiplin ilmu, bidang dan tema. Serumpun terma, konsep, dan

asumsi yang rumit dan saling berkaitan menyelimuti terma penelitian kualitatif (Denzin & Lincoln, 2009: 1).

Menggunakan penelitian dengan metode kualitatif bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis dan lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati lalu di analisis. Salah satu ciri dari penelitian kualitatif adalah tidak melihat realitas atau objek secara parsial atau pecah dalam beberapa variabel melainkan dipandang sebagai suatu kesatuan yang utuh dari konstruksi pemikiran yang tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lain (Sugiyono, 2013: 5).

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis (AWK) menurut Norman Fairclough (1997) yaitu melihat wacana sebagai bentuk praktik sosial. Wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa wacana tertentu dan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya (Badara, 2012: 30-31).

Lebih lanjut kita melihat pendekatan wacana kritis dari Fairclough bahwa terdapat tiga tingkatan analisis yaitu: teks, proses produksi dan penerimaan teks, dan konteks yang lebih besar dimana teks diciptakan dan dikonsumsi.

B. Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah pemberitaan iNews yang beralamat di Kebun Jeruk Jakarta Pusat, namun karena penelitian ini menganalisa hasil pemberitaan iNews maka penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Kota Makassar adalah ibu kota dari Provinsi Sulawesi Selatan yang secara geografis terletak di persimpangan jalur lalu lintas dari selatan dan utara dalam provinsi di Sulawesi, dari wilayah kawasan Barat ke wilayah kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah Utara ke wilayah Selatan Indonesia. Makassar berada dikoordinat 119 derajat bujur timur dan 5,8 derajat lintang selatan dengan ketinggian bervariasi antara 1-25 meter dari permukaan laut. Luas wilayah keseluruhan Kota Makassar adalah 175,77 Km² daratan termasuk di dalamnya 11 pulau di selat Makassar dan ditambah wilayah perairan kurang lebih 100 Km².

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil rekaman pemberitaan tentang Partai Perindo di iNews. Rekaman pemberitaan akan diperoleh melalui chanel YouTube Official iNews. Bagian pemberitaan yang akan diambil adalah yang terkait dengan partai Perindo baik dalam bentuk pemberitaan maupun dalam bentuk iklan dari oktober 2017 – Maret 2018.

Objek penelitian ini sebelumnya adalah MNC TV, namun ketika proses penulis mengalami kendala dalam mendapatkan data yang diinginkan dari periode oktober 2017 sampai maret 2018 dan kurangnya ketersediaan arsip pemberitaan di *channel official YouTube* MNC TV, namun setelah konsultasi dengan komisi penasehat akhirnya diputuskan untuk pindah media ke iNews karena ketersediaan arsip pemberitaan di channel YouTube lebih lengkap dari jangkang waktu penelitian yang telah ditetapkan.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh melalui hasil bacaan dan kajian pustaka, seperti: buku, jurnal, penelitian ilmiah, dan internet yang berhubungan dengan yang mau diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan dokumentasi, yaitu mengumpulkan data yang berasal dari sumbernya. Sugiyono, (2012: 240) mengatakan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dalam hal ini bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Adapun dokumen yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah data yang berupa hasil pemberitaan dalam bentuk audio visual dari iNews yang akan saya peroleh di Official YouTube iNews. Data yang sudah terdokumentasikan akan memudahkan proses selanjutnya dalam penelitian dan pengolahan

data. Keseluruhan data ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

E. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh akan dianalisis menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dalam proses analisis tersebut akan menggunakan tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Teks

Analisis teks pemberitaan akan fokuskan pada tiga bagian, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Representasi adalah tampilan atau gambaran peristiwa, orang, kelompok, situasi, dan keadaan yang ada dalam teks. Relasi merupakan tampilan atau gambaran hubungan antara media, partai, aktor dan khalayak yang terdapat dalam teks. Sedangkan identitas merupakan tampilan atau gambaran identitas media, khalayak, dan partisipan berita yang terdapat dalam pemberitaan.

Adapun analisis bahasa akan menggunakan pendekatan linguistik, namun tidak setiap teks atau acapan akan dianalisis secara mendalam, melainkan hanya bagian-bagian tertentu saja yang menarik untuk dikritisi.

Dalam analisis bahasa ini akan dilakukan beberapa hal. Pertama, pada tingkat kosakata saya akan melihat kosakata apa yang digunakan untuk menampilkan atau menggambarkan sesuatu dalam teks sehingga apa yang digambarkan seolah-olah sengaja dimasukkan ke dalam

kategori tertentu oleh media. Selanjutnya akan melihat tata bahasa yang digunakan dalam bentuk proses atau dalam bentuk partisipan. Apabila dalam bentuk proses, akan dianalisis apakah proses itu dalam bentuk tindakan, peristiwa, keadaan, atautkah proses mental. Sementara jika dalam bentuk partisipan, akan dilihat bagaimana partisipan itu ditampilkan apakah partisipan itu ditampilkan sebagai pelaku atau korban dalam pemberitaan serta partisipan yang terlibat dalam pemberitaan.

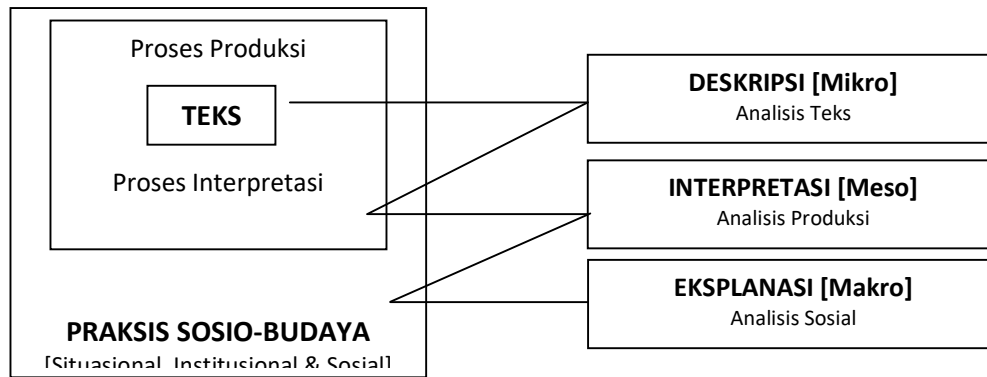
2. Analisis Praktik Wacana

Analisis ini akan melihat lebih jauh tentang bagaimana aspek produksi dan konsumen teks. Untuk melakukan hal tersebut, perlu dilakukan analisis intertekstualitas. Analisis ini ditekankan pada bagaimana media menampilkan perspektifnya terhadap yang diberitakan. Analisis akan dilakukan bersamaan dengan analisis teks sebelumnya.

3. Analisis Praktik Sosial Budaya

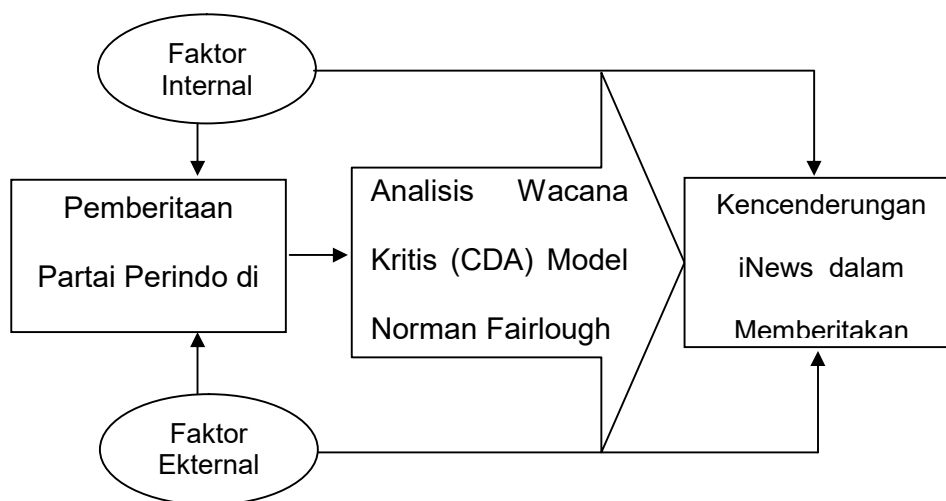
Dalam analisis praktik sosial budaya ini akan melihat dan menganalisis teks dan praktek wacana dengan konteks sosial, budaya, ekonomi dan politik. Analisis pada bagian ini di dasarkan pada pendapat bahwa konteks sosial yang ada diluar teks berpengaruh melahirkan diskursus. Untuk memudahkan dalam menganalisisnya, penulis menggunakan metode Fairclough dengan menggunakan tiga bagian yaitu, situasional, institusional dan sosial serta ditunjang beberapa literatur dan wawancara.

Model tiga dimensi analisis wacana kritis digambarkan oleh Norman Fairclough di bawah ini (Haryatmoko, 2017: 23).



Gambar 2. Tiga Dimensi Analisis Wacana Kritis Fairclough

Selesai proses analisis data tersebut, penulis akan membandingkan semua hasil analisis teks yang mencakup praktik wacana dan praktik sosial budaya, ekonomi dan politik di media iNews . Dari hasil perbandingan inilah akan ditarik kesimpulan seperti apa konstruksi pemberitaannya dan bagaimana keberpihakan media terhadap parpol yang diberitakan.



Gambar 3. Kerangka Teknik Analisis Data

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Partai Perindo dan iNews

1. Partai Perindo

Partai Persatuan Indonesia (Perindo) adalah partai besutan Hary Tanoesodibjo. Partai Perindo merupakan salah satu partai baru yang masuk dalam peserta pemilu 2019 mendatang. Perindo didirikan pada 7 Februari 2015 di JIExpo, Kemayoran, Jakarta setelah mendapatkan keputusan dari Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor M.HH-03.AH.11.01 Tahun 2014, tanggal 8 Oktober 2014. (<https://www.youtube.com/watch?v=Gv4kCNoGgQ> diakses pada 19 Agustus 2018).

Mulanya, Perindo bukanlah sebuah partai politik melainkan organisasi kemasyarakatan (ormas), sebagaimana dilansir di media online TribunManado.co.id bahwa awalnya, Perindo berbentuk organisasi kemasyarakatan (ormas) yang dibentuk pada 24 Februari 2013 (manado.tribunnews.com – 22 Februari 2018).

Partai Perindo memiliki basis perjuangan mewujudkan Indonesia sejahtera lahir dan batin. Latarbelakang lahirnya Partai Perindo karena ketertinggalan Indonesia dibanyak bidang kehidupan, seperti kesejahteraan, pendidikan dan moral. Partai Perindo bertekad, yang tentunya bersama-sama dengan partai politik lainnya dan Pemerintah,

sebagai mitra kerja untuk mengatasi permasalahan-permasalahan bangsa. Sehingga cita-cita sebagai bangsa untuk mencapai masyarakat sejahtera lahir dan batin dapat kita wujudkan. (<https://www.youtube.com/watch?v=Gv4kCNoGgQ> diakses pada 19 Agustus 2018).

Partai Perindo mempunyai visi yaitu *Mewujudkan Indonesia yang berkemajuan, bersatu, adil, makmur, sejahtera, berdaulat, bermartabat dan berbudaya*. Adapun misi Partai Perindo yaitu:

1. Mewujudkan pemerintahan yang berkeadilan, yang menjunjung tinggi nilai-nilai hukum sesuai dengan UUD 1945.
2. Mewujudkan pemerintahan yang bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme untuk Indonesi yang mandiri dan bermartabat.
3. Mewujudkan Indonesia yang berdaulat, bermartabat dalam rangka menjaga keutuhan NKRI.
4. Menciptakan masyarakat kecil adil, makmur, dan sejahtera berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
5. Menegakkan hak dan kewajiban asasi manusia dan supremasi hukum yang sesuai Pancasila dan UUD 1945 untuk mewujudkan keadilan dan kepastian hukum guna melindungi kehidupan rakyat, bangsa dan negara.
6. Mendorong tumbuhnya ekonomi nasional yang berkontribusi langsung pada kesejahteraan warga negara Indonesia.

Karir politik Hary Tanoesoedibjo berawal dari salah satu partai politik yaitu Partai Nasdem pada tanggal 9 Oktober 2011 dengan posisi sebagai Ketua Dewan Pakar, akan tetapi memutuskan keluar pada 21 Januari 2013. Satu bulan pasca keluar dari Nasdem Hary Tanoesoedibjo membuat ormas Perindo. Menjelang pemilihan umum 2014, Hary Tanoesoedibjo bergabung dengan Partai Hanura dan mendeklarasikan diri sebagai pasangan Capres dan Cawapres, namun suara yang didapatkan Hanura pada saat itu tidak memungkinkan untuk maju. Setelah itu memutuskan untuk keluar dari Hanura, Hary memutuskan untuk mendukung pasangan Prabowo dan Hatta di Pilpres 2014-2019 (Kompas.com – 1 Mei 2018).

Hary Tanoesoedibjo sendiri adalah putra dari pasangan Ahmad Tanoesoedibjo dan Lili Yohana. Meskipun ayahnya beragama Islam, namun Hary Tanoesoedibjo memilih beragama Kristen seperti yang dianut oleh ibunya. Sejak kecil Hary Tanoesoedibjo lebih dekat dengan ibunya. Hary Tanoesoedibjo menikah dengan Liliana Tanaja dan dikaruniai lima orang anak. (www.kompasiana.com diakses 19 Agustus 2018).



PARTAI PERINDO
PERSATUAN INDONESIA

Gambar 4: Logo Partai Perindo

Lambang Partai Perindo berbentuk lingkaran yang di dalamnya terapat gambar burung rajawali yang sedang mengepakkan sayap dan list bendera merah putih. Lambang tersebut memiliki arti yaitu burung rajawali dengan mata tajam menatap ke depan bermakna optimis akan masa depan Indonesia merdeka, berdaulat, sejahtera, berbudaya dan bermartabat. Burung rajawali juga melambangkan kebebasan dan keberanian. Sayap burung berjumlah 5 helai yang melambangkan asas Partai Perindo adalah Pancasila. Warna Merah dan Putih bermakna nasionalisme kebangsaan dan semangat republikanisme yang terpatri dalam prinsip, sikap, dan tindakan. Warna biru bermakna kedalaman berpikir dalam mengembangkan misi Persatuan Indonesia dan menunjukkan semangat perdamaian yang selalu mewarnai gerak dan langkah partai dalam mengembangkan amanat rakyat Indonesia (www.dpdperindokabpasuruan.com diakses 19 Agustus 2018).

2. iNews

iNews adalah salah satu media yang di bawa naungan MNC Group yang kosenterasi pada media atau biasa disebut MNC Media dimana di dalamnya terdiri dari beberapa media televisi (RCTI, SCTV, Global TV, iNews), Radio, dan Cetak. iNews adalah televisi nasional yang berjaringan terbesar di Indonesia. iNews didirikan pada tanggal 5 Maret 2008 dengan nama SUN TV. Siaran perdana SUN TV semula hanya dapat dilihat secara terastrial di beberapa jaringan televisi lokal di Indonesia serta melalui Indovision, Oke Vision dan Top TV. Seiring berjalannya waktu perubahan demi perubahan dilakukan, sehingga pada tanggal 26 September 2011, SUN TV berubah nama menjadi SINDO TV yang merupakan perwujudan dari sinergi SINDO Media, bersama dengan SINDO Radio (Trijaya FM), Koran SINDO serta portal sindonews.com. Pada tanggal 23 September 2014 secara resmi Menteri Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia memberikan izin stasiun jaringan bagi SINDO TV. Kemudian pada tanggal 6 April 2015, SINDO TV berubah nama menjadi iNews TV yang merupakan singkatan dari Indonesia News Televisi. Pada tanggal 31 Oktober 2017, iNews TV beruba nama menjadi iNews. iNews merupakan televisi nasional yang memiliki jaringan televisi lokal terbanyak di seluruh Indonesia. Dengan didukung jaringan yang luas ini, iNews dipastikan akan mengangkat dan menonjolkan konten lokal dari masing-masing daerah. iNews akan menjadi stasiun televisi yang mengunggulkan program-program berita dan informasi yang cepat, akurat,

informatif, mendidik serta menginspirasi. (<http://tv.iNews.id/about> - 24 Juli 2018).



Gambar 5: Logo iNews TV

B. Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian dengan menganalisis teks-teks berita maupun hasil wawancara dari para narasumber yang terkait dalam penelitian ini. Maka peneliti melakukan beberapa tahapan sesuai dengan model analisis diskursus kritis dari Norman Fairclough, yang membagi diskursus kedalam tiga tahap, yaitu: (1) analisis teks yang sifatnya mikro, merupakan dekskripsi mengenai teks; (2) analisis diskursus dalam tahap meso, yaitu interpretasi bagaimana hubungan antara produksi teks dan konsumsi teks; (3) analisis sosialkultural yang sifatnya makro, yaitu penjelasan mengenai hubungan antara proses diskursus dengan kondisi sosial pada saat teks dibentuk.

Analisis Teks (*Textual Analysis*)

Berita 1 (02 Oktober 2017)

Judul Berita: Gerobak Perindo Mampu Meningkatkan Pendapatan Para Pelaku UMKM

Struktur Makro:

1. Representasi

“Tak hanya modal dan infrastruktur, pembinaan dalam berdagang juga sangat dibutuhkan”. iNews menggunakan kosa kata ‘tak hanya’ untuk menggambarkan alternatif lain yang dapat dilakukan selain daripada apa yang dilakukan sebelumnya yaitu “kemudahan dalam memulai usaha”.

“Rizal pedagang jus buah yang berjualan di kawasan Menteng Jakarta Pusat merasa senang dan bersyukur karena dalam sehari-harinya bisa meraut keuntungan 800 ribu hingga 1 juta rupiah [...]”. iNews dalam pemberitaan tersebut menggunakan kata ‘merasa’ untuk menggambarkan suatu perasaan (senang dan bersyukur) karena terjadi peningkatan dalam pendapatannya setelah mendapat bantuan infrastruktur usaha (Grobak Perindo).

“Sudah hampir dua tahun gerobak UMKM Partai Perindo diberikan kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di seluruh Indonesia”. iNews memilih menggunakan kosa kata ‘sudah hampir’ yang diasumsikan oleh penulis bahwa kata tersebut menunjukkan sebuah kegiatan yang berkelanjutan dilakukan oleh Partai Perindo.

Kegiatan yang dimaksudkan telah dijelaskan pada kata berikutnya yaitu membagikan gerobak kepada pelaku UMKM.

“[...] adalah masyarakat yang mendapat kemudahan dalam memulai usaha”. Kosa kata ‘mendapat kemudahan’ diasumsikan bahwa Partai Perindo sangat peduli dengan rakyat kecil dengan memberikan kemudahan untuk memulai usaha baik modal maupun infrastruktur usaha.

2. Relasi

Dalam teks tersebut, terdapat dua partisan dalam pemberitaan “Gerobak Perindo Mampu Meningkatkan Pendapatan Para Pelaku UMKM” yaitu Rizal (Pedagang Buah) dan Suyono (Pedagang Mie Ayam). Kedua narasumber tersebut memberikan komentar positif terhadap apa yang dilakukan oleh Partai Perindo yaitu pemberian gerobak gratis. Rizal mengaitkan peningkatan penghasilannya dengan adanya bantuan gerobak gratis dari Perindo dan begitupun yang dikatakan oleh Suyono yang mengaitkan banyaknya konsumen dan produknya semakin dikenal karena bantuan gerobak Perindo.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews secara keseluruhan teks beritanya mendukung kegiatan yang dilakukan oleh Partai Perindo, itu bisa dilihat narasi yang disampaikan iNews. Seperti dalam kalimat “Suda hampir dua tahun gerobak UMKM Partai Perindo berikan

kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di seluruh Indonesia”. Juga dalam kalimat terakhir yang disampaikan oleh iNews “Tidak hanya memberikan gerobak gratis untuk berjualan, Partai Perindo akan memberikan pembinaan secara berskala kepada para pelaku UMKM [...]”. iNews memilih kata dan narasumber yang mendukung kegiatan Partai Perindo.

Berita 2 (18 Oktober 2017)

Judul Berita: Kartini Perindo Siapkan Strategi Hadapi Pemilu

Struktur Makro:

1. Representasi

“Partai Perindo saat ini melakukan berbagai persiapan untuk menguatkan partisipasi wanita dalam politik”. iNews memilih kosa kata ‘menguatkan’ untuk menggambarkan bahwa keterlibatan wanita selama ini dalam politik masih kurang, maka dari itu Partai Perindo melakukan persiapan untuk menguatkan peran perempuan dalam politik.

“[...] padahal kesempatan dibuka luas sesuai amanat UU Pemilu No.7 Tahun 2017 Pasal 173 ayat 2 [...]”. iNews menggunakan konjungsi ‘padahal’ yang menggambarkan ada pertentangan antara kipra perempuan dalam politik sementara dalam undang-undang memberikan sebesar 30 persen.

“Sejumlah langkah dan strategi disiapkan sehingga caleg perempuan dari Partai Perindo dapat bersaing merebut suara para

pemilih”. Pemilihan kata ‘merebut’ yang dilakukan iNews menggambarkan bahwa dengan segala persiapan yang dilakukan mampu menarik perhatian dan menjatuhkan pilihannya kepada caleg perempuan yang diusung oleh Partai Perindo.

“Dalam kegiatan ini Kartini Perindo membagikan 300 paket beras kepada masyarakat yang membutuhkan”. Dalam narasi yang disampaikan oleh iNews ada kata ‘membutuhkan’ di akhir kalimat. Kata tersebut menunjukkan kepada masyarakat yang secara kemampuan ekonomi dibawah rata-rata.

2. Relasi

Dalam teks berita tersebut, terdapat tiga partisipan yang menjadi narasumber berita “Kartini Perindo Siapkan Strategi Hadapi Pemilu”. Rini Soraya (Ketua Kartini Perindo Banten), Eva Mutia (Sekretaris Jendral DPP Kartini), dan Sahrianta Tarigan (Ketua DPW Partai Perindo DKI Jakarta). Dalam teks tersebut, Rini Soraya lebih menengatkan pada persiapan dan kelengkapan administrasi untuk persiapan pencalonan. Sementara Eva Mutia menyampaikan keberhasilan program Kartini Perindo dengan melihat antusias masyarakat yang hadir. Begitupun yang disampaikan oleh Sahrianta Tarigan untuk tetap membantu masyarakat sampai kelas bawa.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews secara keseluruhan teks sangat mengapresiasi kegiatan yang dilakukan oleh Kartini Perindo mulai

dari pilihan kata dalam narasi tidak ada yang kontradiksi dengan tujuan Partai Perindo. Terlihat juga dari pilihan narasumber yang diwawancarai yang kesemuanya adalah jajaran pengurus Partai Perindo. Tidak ada dari pihak masyarakat yang menjadi objek kegiatan Kartini Perindo.

Berita 3 (11 November 2017)

Judul Berita: DPP Partai Perindo Salurkan Bantuan 22 Unit Ambulance ke 19 Provinsi

Struktur Makro:

1. Represetasi

“Bantuan ini menjadi kontribusi nyata Perindo bagi masyarakat Indonesia”. Penggunaan kata ‘kontribusi nyata’ oleh presenter iNews ingin memperlihatkan bahwa Partai Perindo mempunyai komitmen untuk terlibat secara nyata.

“Partai Perindo turut berkontribusi dengan menyediakan fasilitas pelayanan kesehatan berupa unit mobil ambulance gratis bagi masyarakat”. Penggunaan kata ‘turut berkontribusi’ diasumsikan sebagai jawaban dari kata ‘kontribusi nyata’ yaitu penyediaan fasilitas kesehatan berupa mobil ambulance sebanyak 210 unit ke 19 Provinsi.

“Ini melengkapi total ambulance yang suda kami bagikan jumlahnya 210”. Kutipan wawancara ketua Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo menggunakan kata ‘melengkapi’ yang diasumsikan bahwa

narasumber telah melakukan hal yang sama sebelumnya dan juga menegaskan bahwa narasumber punya komitmen terhadap apa yang dilakukan.

“Bantuan unit ambulance ini tidak lain merupakan upaya Perindo untuk menghadirkan solusi alternatif dari persoalan ril yang dihadapi masyarakat”. Di akhir berita, iNews menggunakan kata ‘solusi alternatif’ yang diasumsikan bahwa telah melahirkan satu solusi dari sekian masalah yang dihadapi masyarakat yaitu penyediaan transportasi kesehatan berupa ambulance.

2. Relasi

Dari teks tersebut, terdapat tiga partisipan yang dijadikan narasumber berita. Yaitu Hary Tanoesoedibjo (Ketua Umum Partai Perindo), Munawir Yakub (Ketua DPD Partai Perindo Kab. Mimika Papua), dan Adin Denny (Ketua Umum DPP Rescue Perindo). Hary Tanoesoedibjo menyampaikan sebuah komitmen untuk terus membangun masyarakat, salah satunya dengan distribusi ambulance. Narasumber kedua menyambut baik program tersebut berdasarkan aspek kebutuhan wilayah dan narasumber ketiga menyampaikan keberhasilan daripada program tersebut.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, Pilihan diksi iNews dalam teks tersebut secara keseluruhan mendukung apa yang dilakukan oleh Partai Perindo baik secara program maupun ideologi Partai Perindo.

Ketiga partisipan yang dijadikan narasumber dalam pemberitaan semuanya dari pihak Partai Perindo, tidak ada diluar daripada itu.

Berita 4 (22 November 2017)

Judul Berita: Deklarasi Walikota dan Wakil Walikota Makassar yang Didukung Partai Perindo

Struktur Makro:

1. Reresetasi

“Bisa kita ketahui sendiri bahwa Danny Pomanto ini merupakan calon petahana yang didukung oleh sejumlah partai, khususnya yaitu Partai Perindo yang menjadi pengusung partai yang mendukung pasangan ini”. Penggunaan kata ‘khususnya’ adalah penekanan yang ditujukan kepada salah satu partai pengusung yaitu Partai Perindo dan tidak menyebutkan partai pengusung lainnya.

“[...] Danny Pomanto sendiri merupakan Walikota dengan sejumlah prestasi yang di ukir yaitu banyaknya karya-karya yang di ukir [...]”. iNews ingin menggambarkan sosok Danny Pomanto sebagai Wali Kota yang ideal dengan berbagai prestasi yang diperolehnya.

2. Relasi

Tidak ditemukan

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews tidak memperlihatkan secara spesifik keperpihakan kepada calon Walikota dan Wakil Kota yang

sedang deklarasi, namun justru penekanan pemberitaan lebih menonjolkan Partai Perindo sebagai partai pengusung calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Makassar yaitu Danny Pomanto dan Indira Mulyasari.

Berita 5 (18 Desember 2017)

Judul Berita: Ketum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo Hadiri Undangan Partai Golkar

Struktur Makro:

1. Representasi

"[...] Partai yang berlambang beringin ini yang menjadi sokoguru dari partai politik di Indonesia". iNews menggunakan istilah 'sokoguru' yang diasumsikan bahwa Partai Golkar adalah salah satu pilar utama lahirnya partai politik yang ada di Indonesia dan tempat lahirnya para politisi senior Indonesia.

"[...] MUNASLUB ini adalah momentum dimana Partai Golkar akan mengukuhkan, menetapkan terlebih dahulu mengukuhkan Herlangga Hartanto sebagai Ketua Umum Partai Golkar periode 2017-2022". Penggunaan kata 'momentum', iNews ingin menyampaikan bahwa ini adalah peristiwa penting dalam kubu partai dimana akan menetapkan ketua umum yang menantinya akan menjadi Ketua DPR RI menggantikan ketua sebelumnya yaitu Setya Novanto.

“[...] namun pada akhirnya ada sejumlah politisi senior yang juga hadir disini sebagai tamu undangan khusus dan terhormat [...]”.

Penggunaan kata ‘politisi senior’ diasumsikan sebagai orang yang suda lama berkecimpung dalam dunia politik, disebutkan dalam lanjutan kalimat tersebut bahwa salah satu yang dimaksudkan politisi senior adalah Zulkifli Hasan dari PAN dan Hary Tanoesoedibjo dari Partai Perindo.

Dalam kutipan wawancara, Hary Tanoesoedibjo mengatakan “Saya rasa wajar saja MUNASLUB itu terjadi, karena saya tidak mau ikut campur masalah internal partai Golkar khususnya, tapi kalau misalnya mereka ada permasalahan, sah-sah saja mereka memilih ketua umum baru”. Hary memperlihatkan kewibawaannya sebagai seorang tokoh politik yang tidak ingin banyak membicarakan dan mengurus persoalan internal partai lain.

“Sebagai Ketua Umum Partai Perindo, Partai yang memang diperhitungkan dalam kontestasi politik [...]”. iNews menggunakan kata ‘diperhitungkan’ yang direpresentasikan kepada Partai Perindo bahwa dia mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam proses politik sehingga kehadirannya dalam kanca perpolitikan di Indonesia sedikit banyak memberikan pengaruh.

2. Relasi

Dari teks berita ini, iNews cuma menggunakan satu partisipan sebagai narasumber dalam pemberitaan yaitu Hary Tanoesoedibjo (Ketua Umum Partai Perindo). Dalam kutipan wawancaranya Hary Tanoesoedibjo memberikan tanggapan tentang MUNASLUB yang dilakukan oleh Partai Golkar dan pandangannya dalam menghadapi pemilihan umum kepala daerah 2018, pemilihan legislatif dan pemilihan presiden 2019.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews memandang bahwa MUNASLUB Partai Golkar adalah momentum dalam menentukan pimpinan baru dan melihat sebagai sebuah kondisi politik yang dinamis.

Semestinya dalam pemberitaan ini Partai Golkar mendapatkan porsi yang lebih banyak, namun kenyataannya justru Partai Perindo yang lebih dominan dalam pemberitaan dengan menjadikan Hary Tanoesoedibjo sebagai narasumber dalam wawancara, padahal telah disebutkan sebelumnya bahwa yang hadir dari berbagai partai politik. Tanya jawab dalam wawancarapun iNews lebih banyak mempertanyakan kesiapan partai Perindo dalam menghadapi pemilukada daripada Partai Golkar hanya sekian persen.

Berita 6 (21 Desember 2017)

Judul Berita: Persyaratan dan Dokumen Lengkap, DPD Perindo Berbagai Daerah Lolos Verifikasi

Struktur Makro:

1. Representasi

“Tahapan verifikasi faktual partai politik sebagai syarat menjadi peserta pemilu 2019 tengah dijalani Partai Perindo di seluruh Indonesia dengan berbagai persyaratan yang telah disiapkan”. Penggunaan kata ‘berbagai’ menggambarkan persiapan yang dilakukan lebih dari satu. Dapat juga diartikan segala kesiapan secara administrasi telah disiapkan.

“Partai Perindo pun juga mempersiapkan diri untuk maju pada pemilu legislatif”. Memilihan diksi ‘mempersiapkan diri’ menggambarkan bahwa tidak hanya kelengkapan secara administrasi yang harus disiapkan, tapi juga kesiapan secara individu sebagai bakal calon pada pemilu legislatif 2019.

“Target kami satu praksi, minimal satu praksi setiap daerah pemilihan”. Ketua DPD Kelungkung menggunakan kata ‘minimal’ yang diasumsikan bahwa Partai Perindo tidak terlalu dalam pemilu legislatif mendatang.

“Hal ini tentunya semakin memantapkan Partai Perindo sebagai partai yang dekat dengan masyarakat [...]”. Di akhir teks iNews memilih kata ‘memantapkan’ yang dapat diinterpretasikan bahwa

Partai Perindo mempunyai komitmen awal yaitu mensejahterakan masyarakat dan semakin dekat dengan masyarakat. Hal itu dilakukan untuk mewujudkan keinginan ikut serta dalam pemilu 2019.

2. Relasi

Dalam teks tersebut terdapat lima partisipan yang dijadikan sebagai narasumber berita. Yakni Ketua DPD Perindo Katingan, Ketua DPD Perindo Kelungkung, Ketua DPD Perindo Tuban, Ketua DPD Perindo Mojokerto, dan Ketua DPD Perindo Jombang. Kelima narasumber tersebut tidak ada yang bertentangan dengan apa yang diberitakan, melainkan semua sejalan yaitu menyampaikan pendapat tentang kelengkapan berkas dan lolos verifikasi faktual untuk pemilu legislatif 2019.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews memberikan perhatian lebih kepada Partai Perindo tentang kesiapannya memenuhi syarat segala persyaratan dan kelengkapan dokumen untuk verifikasi faktual di KPU daerah masing-masing. Dalam keseluruhan teks yang sampaikan kita tidak mendapatkan diksi yang berlawanan dengan tujuan Partai Perindo. Kelima partisipan yang dijadikan narasumber dalam pemberitaan kesemuanya adalah jajaran pengurus DPD Perindo dari lima daerah, tidak ada di luar itu yang representasi dari pokok permasalahan yang beritakan.

Berita 7 (16 Januari 2018)

Judul Berita: Partai Perindo Resmi Dukung Edy Rahmayadi di Pilgub Sumut 2018

Struktur Makro:

1. Representasi

“Partai Perindo menilai, selain memiliki segudang pengalaman di dunia militer dan olah raga [...]”. iNews menggunakan kosa kata ‘segudang’ untuk menggambarkan bahwa Edy Rahmayadi memiliki banyak pengalaman memimpin di luar dunia militer dan olah raga, sehingga itu menjadi modal yang cukup untuk pememimpin Sumatera Utara.

“Partai Perindo melihat duet Edy dan Ijeck memberi harapan baru bagi masyarakat Sumatera Utara”. iNews menggunakan kosa kata ‘harapan baru’ dalam kalimat tersebut untuk menggambarkan bahwa Partai Perindo mendukung Edy dan Ijeck karena komitmen yang sama yaitu membangun masyarakat dan komitmen itu dianggap sebagai harapan baru untuk Sumatera Utara.

“Saya rasa beliau sangat cocok membangun Sumatera Utara”. Dalam kutipan wawancara Hary Tanoesoedibjo menggunakan kosa kata ‘sangat cocok’ untuk menegaskan bahwa Edy dan Ijeck adalah sosok ideal untuk memimpin Sumatera Utara.

“Edy Rahmayadi bukan sosok asing bagi warga Sumatera Utara”. Penggunaan kata ‘bukan sosok asing’, menggambarkan bahwa

hubungan Edy dengan masyarakat bukan kali ini baru terjalin menjelang pemilihan kepada daerah tapi sebetulnya Edy suda dikenal sejak lama oleh masyarakat. Disampaing sebagai soal keturunannya, Edy juga perna menjadi Panglima Kodam 1 Bukit Barisan.

2. Relasi

Dalam teks pemberitaan tersebut terdapat dua partisipan yaitu Hary Tanoesoedibjo (Ketua Umum Partai Perindo) dan Edy Rahmayadi (Calon Gubernur Sumatera Utara). Hary Tanoesoedibjo menyampaikan dukunganya kepada Edy pada pemilihan kepala daerah Sumatera Utara karena Edy mempunyai komitmen yang sama dengan Partai Perindo. Sedangkan Edy Rahmayadi menyampaikan hubungan baiknya dengan Hary Tanoesoedibjo dan menyambut baik dukungan yang diberikan kepadanya.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews lebih menonjolkan sosok Partai Perindo dalam memberikan dukungan kepada pasangan Edy Rahmayadi dan Musa Rajekshah ketimbang sosok Edy sendiri sebagai calon gubernur. iNews menggambarkan bahwa Partai Perindo memberikan dukungan kepada pasangan Edy dan Ijeck karena keduanya memiliki komitmen yang sama yaitu membangun masyarakat untuk lebih baik.

Berita 8 (25 Januari 2018)

Judul Berita: Peduli Masyarakat, Kartini Perindo Berikan 250 Paket Beras Gratis di Bogor

Struktur Makro:

1. Representasi

“Kepedulian Partai Perindo salah satunya dilakukan dengan membagikan 250 paket beras gratis kepada masyarakat yang kurang mampu”. iNews menggunakan kosa kata ‘salah satunya’, diasumsikan bahwa Partai Perindo masi memiliki kepedulian lain selain membagikan paket beras gratis.

“[...] ingin membuktikan kepada masyarakat sebagai partai yang peduli terhadap persoalan hidup masyarakat”. iNews menggunakan kata ‘peduli’ yang di awali dengan konjungsi ‘yang’, ingin menggambarkan bahwa Partai Perindo adalah partai yang mengerti permasalahan yang dihadapi masyarakat sehingga dengan kehadirannya bisa menjadi solusi terhadap persoalan yang dihadapi masyarakat.

“Beras ini diserahkan kepada masyarakat yang memang betul-betul membutuhkan”. Kata ‘betul-betul’ memperlihatkan sebuah kehati-hatian dalam penyerahannya, jangan sampai salah sasaran dalam menyalurkannya.

“Langkah Partai Perindo dalam memberikan layanan kepada masyarakat ini merupakan bukti nyata yang langsung dapat

dirasakan dan dinikmati oleh masyarakat yang membutuhkan”. Pemilihan kosa kata ‘bukti nyata’ yang digunakan oleh iNews diasumsikan bahwa Partai Perindo dalam memberikan layanan kepada masyarakat tidak hanya hanya sekedar wacana tapi mampu direalisasikan dan dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

2. Relasi

Dalam teks berita tersebut, terdapat tiga partisipan yang dijadikan sebagai narasumber dalam berita, yakni: Ade Wardana (Calon Bupati Bogor), David Santosa (Ketua DPD Perindo Kota Pekalongan), dan Asmari (Warga Desa Pedurungan Taman Pemalang). Narasumber pertama yaitu Ade Wardana berbicara tentang bantuan beras kepada masyarakat yang membutuhkan, sedangkan narasumber kedua dan ketiga memberikan tanggapan positif terhadap fogging yang dilakukan oleh Partai Perindo.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews berupaya menggambarkan organisasi sayap Perindo yaitu Kartini Perindo sebagai organisasi yang sangat peduli dengan persoalan hidup masyarakat. Judul berita tersebut hanya menggambar satu kegiatan yaitu pembagian paket beras gratis, namun dalam pemberitaan ternyata kegiatan lain ikut juga diberitakan yaitu fogging pencegahan penyakit demam berdarah.

Berita 9 (21 Februari 2018)**Judul Berita:** Partai Perindo Kutai Kembali Bagikan 10 Gerobak Gratis**Struktur Makro:**

1. Representasi

“[...] dalam rangka mensejahterahkan rakyat di berbagai daerah Partai Perindo melakukan serangkaian kegiatan sosial di Kutai Kartanegara”. INews menggunakan kosa kata ‘serangkaian’ yang diasumsikan bahwa Partai Perindo melakukan banyak kegiatan sosial.

“[...] berbagai macam program Partai yang telah menyentu langsung persoalan ril di tengah masyarakat”. Penggunaan kata ‘menyentu’ menggambarkan bahwa program-program yang dilakukan oleh Partai Perindo dapat memberikan solusi secara langsung terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat pada saat itu.

“Dengan kegiatan ini diharapkan makin mendekatkan partai kepada masyarakat sehingga Perindo bisa mendapatkan hasil yang memuaskan diajang lima tahunan tersebut”. Penggunaan kosa kata ‘mendekatkan’ dapat diinterpretasikan bahwa kegiatan yang dilakukan tersebut untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat agar mendapatkan hasil yang maksimal diajang lima tahunan yaitu pemilihan legislatif.

2. Relasi

Dalam teks berita tersebut, terdapat dua partisipan yang dijadikan narasumber, masing-masing Hamdani HB (Ketua DPW Perindo Kalimantan Timur) dan Iskandar Budiman (Ketua DPW Perindo Jambi). Dalam ketipan wawancara, Hamdani HB menyampaikan harapan yang ingin dicapai dari program yang mereka lakukan. Sedangkan Iskandar menyampaikan capaian dan harapannya untuk pemilihan legislatif mendatang.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews secara keseluruhan teks yang disampaikan mendukung program yang dilakukan oleh Partai Perindo. Hal itu bisa dilihat dari pilihan kosa kata iNews bernada positif dan pemilihan dua narasumber dari partai itu sendiri, tidak ada narasumber di luar partai tersebut sebagai unsur keberimbangan dalam pemberitaan.

Berita 10 (28 Februari 2018)

Judul Berita: Perindo Beri Bantuan ke Korban Banjir di Lampung Timur

Struktur Makro:

1. Representasi

“Program-program yang pro rakyat dilaksanakan oleh partai bernomor urut 9”. Dalam pembukaan teks berita, iNews menggunakan kosa kata ‘pro rakyat’ yang berarti keberpihakan satu objek ke objek lain dalam hal ini program partai nomor urut

sembilan yaitu Partai Perindo selalu memihak kepada kepentingan rakyat.

“Partai Perindo semakin aktif mengenalkan diri kepada masyarakat”. iNews menggunakan kosa kata ‘semakin’ yang menunjukkan sebuah peningkatan dari sebelumnya. Partai Perindo sebelum lolos verifikasi pemilu 2019 melakukan berbagai kegiatan dan setelah dinyatakan lolos maka kegiatannya semakin ditingkatkan dari segi kuantitas dan intensitas.

“ini sangat membantu sekali sih, apalagi kayak kita-kita ini yang rumahnya terendam”. Narasumber menggunakan kosa kata ‘sangat’ menunjukkan bahwa dia benar-benar membutuhkan bantuan pada saat itu.

“Pendekatan kepada masyarakat tak hanya melalui bantuan semata”. iNews menggunakan kosa kata ‘tak hanya’ yang diasumsikan bahwa bantuan yang selama ini diberikan hanya salah satu alat pendekatan, akan tetapi ada pendekatan yang lain.

2. Relasi

Dalam teks tersebut, terdapat tiga simpatisan yang dijadikan sebagai narasumber dalam pemberitaan, yaitu: Andi Gunawan (Ketua DPD Perindo Lampung Timur), Kartini (Korban Banjir) dan Dri Wayan Sukla Arnata (Ketua DPW Perindu Bali). Narasumber pertama mengatakan bahwa semoga bantuan Partai Perindo bermanfaat bagi masyarakat yang terdampak banjir dan

narasumber kedua menanggapi positif terhadap apa yang Partai Perindo berikan kepadanya. Sementara narasumber ketiga berpendapat bahwa Perindo adalah partai yang akan terlibat dalam menjaga kerukunan umat beragama seperti sebelumnya yang pernah terjalin.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews secara keseluruhan teks yang disampaikan mendukung program yang dilakukan oleh Partai Perindo yaitu kepedulian kepada korban banjir. Hal itu bisa dilihat dari pilihan kosa kata iNews bernada positif dan pemilihan dua narasumber dari partai itu sendiri, adapun narasumber di luar daripada Partai Perindo adalah korban banjir yang diberikan bantuan dan dia memberikan tanggapan positif yang mendukung kegiatan Perindo.

Berita 11 (10 Maret 2018)

Judul Berita: Ketua DPW Majelis Zikir Perindo Dilantik, Berharap Dapat Bina Kualitas Keagamaan

Struktur Makro:

1. Representasi

“Dengan dilantiknya Ketua DPW dan anggota DPD Majelis Zikir Perindo diharapkan akan mampu mengajak umat Islam, khususnya di Sulawesi Tengah”. iNews menggunakan kosa kata ‘diharapkan’ yang diasumsikan bahwa DPP Majelis Zikir Ittihad

Perindo mempunyai ekspektasi kepada DPW Majelis Zikir Sulawesi tengah untuk menjaga kerukunan beragama.

“Organisasi ini diharapkan mampu membina kualitas dan sumber daya manusia [...]”. iNews menggunakan kosa kata ‘membina kualitas’. Dalam kalimat tersebut tidak secara menyebutkan spesifik bahwa kualitas seperti apa yang ingin dibina, namun yang dijelaskan adalah cara membina kualitas tersebut yaitu melalui spritual (keagamaan, pendidikan dan perberdayaan masyarakat).

“[...] , dengan zikir bersama kegiatan ini akan memperkuat dan merapatkan barisan Partai Perindo jelang pemilu 2019”. Pemilihan kata ‘merapatkan barisan’ bermakna persatuan. Jadi dengan zikir bersama mampu meningkatkan persatuan dan kesatuan.

2. Relasi

Dalam teks tersebut, hanya terdapat satu orang simpatisan yang dijadikan narasumber dalam berita yaitu Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Jindan selaku Ketua DPP Majelis Zikir Ittihad Perindo. Dalam kutipan wawancara dia mengapresiasi antusias masyarakat dan pengurus yang suda dilantik.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews secara keseluruhan teks mendukung program Partai Perindo dengan tidak menggunakan kosa kata negatif atau kritik terhadap Partai Perindo. Juga terlihat

dari narasumber wawancara yang hanya mewawancarai satu orang yaitu ketua DPP Majelis Zikir Ittihad Parindo.

Berita 12 (22 Maret 2018)

Judul Berita: Digelar Selama Dua Hari, Rapimnas Partai Perindo Berlangsung Meria

Struktur Makro:

1. Representasi

“Partai Perindo resmi mendukung Presiden Jokowi untuk maju kembali sebagai calon Presiden di Pilpres tahun 2019 mendatang”. iNews menggunakan kata ‘resmi’ di awal pemberitaan yang diasumsikan sebagai pernyataan sikap partai dan kader.

“[...] Ketua umum Perindo Hary Tanoesoedibjo menegaskan dukungan terkait pencalonan Presiden Jokowi untuk maju kembali dalam bursa calon Presiden di pilpres 2019 mendatang”. Penggunaan kosa kata ‘menegaskan’ oleh iNews dalam pemberitaan ini diasumsikan bahwa seperti sudah ada pembicaraan awal antara Jokowi bahwa Partai Perindo mendukungnya untuk maju di pilpres 2019.

“Pada acara RAPIMNAS ini, kami ingin menegaskan kembali untuk mencalonkan Bapak Ir. H. Jokowi sebagai calon presiden pada pemilu yang akan datang [...]”. Dalam kutipan pidato politik Hary Tanoesoedibjo menggunakan kata ‘menegaskan kembali’ yang menandakan bahwa sudah ada kesepakatan sebelumnya

antara Presiden Jokowi dan Partai Perindo terkait dukungan maju di pemilihan presiden 2019 mendatang.

“Khususnya kepada kader Partai Perindo yang ada di sini yang mewakili seluruh nusantara [...]” Pemilihan kosa kata ‘mewakili’ diasumsikan bahwa yang hadir rapat pimpinan nasional tersebut adalah representasi suara Indonesia dari berbagai daerah.

2. Relasi

Dalam teks pemberitaan tersebut, terdapat dua narasumber yang berbicara dalam pidato politik, yaitu Hary Tanoesodibjo (Ketua Umum Partai Perindo) dan Ir. H. Jokowi (Presiden Republik Indonesia). Hary Tanoesoedibjo dalam pidatonya menegaskan dukungan Partai Perindo kepada Jokowi untuk maju sebagai calon presiden pada pemilu 2019. Sementara Presiden Jokowi menyambut baik dukungan tersebut dan berharap pada pemilihan umum yang akan mendatang para polisi dan calon legislatif untuk aduh program dan prestasi.

3. Identitas

Dalam teks berita tersebut, iNews lebih banyak melihat langkah Partai Perindo memberikan dukungan kepada Jokowi untuk maju sebagai calon presiden pada pemilihan umum 2019 mendatang.

Matriks Hasil Analisis Teks (*Textual Analysis*)

Berita 1 (Gerobak Perindo Mampu Meningkatkan Pendapatan Para Pelaku UMKM)

	Hasil Analisis Makro
iNews	Lebih mendukung kegiatan yang dilakukan oleh Partai Perindo. Hal tersebut dapat terlihat dari pilihan narasi yang disampaikan dan pilihan narasumber berita.
Rizal	Mengapresiasi bantuan gerobak Perindo kepanya. Dia juga mengatakan dengan gerobak bantuan tersebut penjualannya semakin meningkat
Suyono	Sangat mengapresiasi bantuan gerobak Perindo kepadanya. Dia menghubungkan banyaknya konsumen dan ketenaran jualannya karena bantuan gerobak dari Partai Perindo.

Berita 2 (Kartini Perindo Siapkan Strategi Hadapi Pemilu)

	Hasil Analisis Makro
iNews	Secara keseluruhan teks sangat mengapresiasi kegiatan yang dilakukan oleh Kartini Perindo. Dalam teks tersebut, iNews mendukung keterwakilan perempuan dalam politik dan bahkan mengutip UU Pemilu No. 7 Tahun 2017 pasal 173 ayat 2 tentang

	<p>keterwakilan perempuan sebanyak 30 persen.</p> <p>iNews juga memperlihatkan kegiatan sosial dengan membagikan 300 paket beras.</p>
Rini Soraya	Narasumber melihat Kartini Perindo fokus tertib administrasi dan verifikasi faktual di KPU.
Eva Mutia	Kegiatan Kartini Perindo disambut baik oleh masyarakat, mereka senang dengan kedatangan Kartini Perindo.
Sahrianta Tarigan	Membantu masyarakat sampai kelas bawa sesuai intruksi Ketua Umum Partai Perindo.
Wiwi	Mengapresiasi bantuan Partai Perindo.

Berita 3 (DPP Partai Perindo Salurkan Bantuan 22 Unit Ambulance ke 19 Provinsi)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>Pilihan diksi iNews secara keseluruhan mendukung apa yang dilakukan Partai maupun ideologi Partai Perindo.</p> <p>Partai Perindo menyerahkan bantuan 22 unit mobil ambulance kesejumlah pengurus Perindo wilayah di Indonesia.</p> <p>Bantuan tahap ke 5 ini disalurkan ke 19 Provinsi dan suda ada 210 total unit mobil ambulance Perindo yang dibagikan secara</p>

	nasional.
Hary Tanoesoedibjo	Keberadaan partai itu kan membangun masyarakat dan Partai Perindo konsisten dengan itu. Hari ini kami melepas 22 ambulance dibagikan ke 19 provinsi, ini melengkapi total ambulance yang suda kami bagikan jumlahnya 210.
Munawir Yakub	Bantuan ambulance ini sangat bermanfaat dan di Papua sangat dibutuhkan.
Adin Denny	Melayani hampir 3 tahun dan alhamdulillah masyarakat bisa terbantu melayani baik itu kerumah sakit ataupun untuk meninggal.

Berita 4 (Deklarasi Walikota dan Wakil Walikota Makassar yang Didukung Partai Perindo)

	Hasil Analisis Makro
iNews	Tidak memperlihatkan secara spesifik keperbihakan kepada calon Walikota dan Wakil Kota Makassar, namun lebih menonjolkan Partai Perindo sebagai partai pengusung calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Danny Pomanto dan Indira Mulyasari. Bisa kita ketahui sendiri bahwa Danny Pomanto ini merupakan calon petahana yang didukung oleh sejumlah partai khususnya yaitu Partai Perindo yang menjadi pengusung

	partai yang mendukung pasangan ini tanpa menyebutkan nama partai pendukung lainnya.
--	---

Berita 5 (Ketua Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo Hadiri Undangan Partai Golkar)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews memandang bahwa MUNASLUB Partai Golkar adalah momentum dalam menentukan pimpinan baru dan melihat sebagai kondisi yang dinamis. Tidak hanya 2000 kader Partai Golkar dari tingkat I dan II yang hadir dalam MUNASLUB namun sejumlah politisi senior turut hadir, seperti Zulkifli Hasan Ketua Umum PAN, Hary Tanoesoedibjo Ketua Umum Partai Perindo.</p> <p>Dipastikan orang nomor satu Republik Indonesia Jokowi akan hadir disini membuka MUNASLUB Partai Golkar.</p>
Hary Tanoesoedibjo	<p>Tidak ingin ikut campur masalah internal Partai Golkar, kalau misalnya ada permasalahan sah saja mereka memilih pemimpin baru.</p> <p>Memandang 2018 sebagai tahun politik yang luar biasa karena ada 171 pemilihan kepala daerah di seluruh Indonesia.</p>

	<p>Narasumber memprediksikan pemilu 2019 dinamikanya akan sangat luar biasa, maka dari itu diharapkan KPU dan seluruh aparat Kepolisian dan TNI supaya mempersiapkan diri dengan baik.</p> <p>Dalam rangka menghadapi pemilu 2019, Partai Perindo intruksikan kepada semua pengurus partai di seluruh jajaran semua tingkatan pusat, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan bahkan sampai desa/kelurahan supaya betul-betul banyak turun ke masyarakat bersosialisasi.</p>
--	---

Berita 6 (Persyaratan dan Dokumen Lengkap, DPD Perindo Berbagai Daerah Lolos Verifikasi)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews memberikan perhatian lebih kepada Partai Perindo tentang kesiapannya memenuhi syarat segala persyaratan dan kelengkapan dokumen untuk verifikasi faktual di KPU daerah masing-masing.</p> <p>DPD Partai Perindo di beberapa daerah dinyatakan lolos verifikasi faktual oleh KPU dan telah mempersiapkan diri maju pada pemilu 2019.</p>
Gatin Rangkai	Mentargetkan Partai Perindo ada yang duduk di DPRD pada pemilu 2019.
Ketua DPD Perindo Kab. Kelungkung	Menargetkan satu kursi setiap pemilihan daerah.

Ketua DPD Perindo Tuban	Perindo Tuban dapat memenuhi syarat.
Ketua DPD Perindo Mojokerto	Perindo Kabupaten Mojokerto memenuhi semua syarat verifikasi.
Ketua DPD Perindo Kab. Jombang	Perindo Kabupaten Jombang melakukan sesuai aturan KPU sehingga memenuhi syarat.

Berita 7 (Partai Perindo Resmi Dukung Edy Rahmayadi di Pilgub Sumut 2018)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews menonjolkan sosok Perindo dalam memberikan dukungan kepada pasangan Edy Rahmayadi dan Musa Rajekshah ketimbang sosok Edy dan Ijeck itu sendiri.</p> <p>Edy memiliki segudang pengalaman di dunia militer dan olah raga</p> <p>Perindo memberikan dukungan kepada Edy mempunyai komitmen yang sama dengan Perindo yaitu membangun masyarakat yang lebih baik.</p>
Hary Tanoesoedibjo	<p>Narasumber mengakui sosok Edy pantas jadi pemimpin Sumatera Utara, itulah sebabnya Perindo memberikan dukungan.</p> <p>Narasumber melihat prestasi Edy begitu besar dan berkomitmen membesarkan PSSI</p>

	yang menjadi kebanggaan Indonesia di dunia internasional.
Edy Rahmayadi	Narasumber dan Hary Tanoesoedibjo sama-sama mengurus sepek Indonesia, sehingga suda saling kenal. Perindo cukup besar di Sumatera Utara, maka kami butuh bekerjasama.

Berita 8 (Peduli Masyarakat, Kartini Perindo Berikan 250 Paket Beras Gratis di Bogor)

	Hasil Analisis Makro
iNews	iNews menggambarkan organisasi sayap Partai Perindo yaitu Kartini Perindo sebagai organisasi yang peduli persoalan hidup masyarakat. Partai Perindo besutan Hary Tanoesoedibjo sebagai peserta pemilu 2019 ingin membuktikan kepada masyarakat kalau dia peduli kepada masyarakat, kepedulian itu dilakukan oleh Kartini Perindo dengan membagikan 250 paket beras gratis kepada masyarakat yang membutuhkan dan fogging pencegahan penyakit demam berdarah.
Ade Wardana	Bantuan beras diserahkan kepada masyarakat yang membutuhkan.
David Santosa	Kampung ini bisa bebas dari penyakit demam berdarah.

Asmari	Menyampaikan terima kasih kepada Perindo atas bantuannya.
--------	---

Berita 9 (Partai Perindo Kutai Kembali Bagikan 10 Gerobak Gratis)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews secara keseluruhan teks yang disampaikan mendukung mengapresiasi program yang dilakukan Perindo. Kalimat pembuka dalam berita ingin mensejahterahkan masyarakat, Partai Perindo membagikan 10 gerobak, dan santunan kepada anak yatim, duafa dan kurang mampu.</p> <p>Mengulas visi misi Partai Perindo yang berkomitmen mensejahterahkan Indonesia dengan melakukan berbagai macam kegiatan yang menyentu langsung persoalan ril masyarakat.</p>
Hamdani HB	Narasumber berharap masyarakat dapat menjalankan usaha dengan baik dengan gerobak barunya.
Iskandar Budiman	Narasumber menginformasikan calon legislatif daerah pilihan di Provinsi Jambi suda penuh dan menargetkan satu dapil satu kursi.

Berita 10 (Perindo Beri Bantuan Ke Korban Banjir di Lampung Timur)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews secara keseluruhan teks mengapresiasi program yang lakukan Partai Perindo yaitu kepedulian kepada korban banjir di Lampung Timur.</p> <p>Dalam teks tersebut, iNews juga menginformasikan Partai Perindo lolos pemilu 2019 dengan nomor urutnya beserta program pro rakyat yang dapat memberikan solusi terhadap berbagai persoalan masyarakat.</p> <p>Pendekatan kepada masyarakat tidak hanya dilakukan melalui bantuan, tetapi juga melalui kegiatan keagamaan untuk menjaga kerukunan ummat beragama.</p>
Andi Gunawan	Narasumber berharap bantuan dapat berguna dan mempersiapkan untuk bantuan selanjutnya.
Kartini	Sangat membantu, apalagi rumahnya yang terendam banjir.
Dri Wayan Sukla Arnanta	Berharap menjaga kebersamaan seperti dahulu dan membangun persatuan dan kesatuan serta keamanan Bali.

Berita 11 (Ketua DPW Majelis Zikir Perindo Dilantik, Berharap Dapat Bina Kualitas Keagamaan)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews mengapresiasi program Partai Perindo dengan tidak menggunakan kata negatif atau kritik kepada Perindo.</p> <p>Dengan dilantiknya Ketua DPW dan anggota DPD Majelis Zikir Perindo diharapkan mampu mengajak ummat Islam, khususnya Islam.</p> <p>Diharapkan mampu membina kualitas dan sumber daya manusia terutama ummat Islam melalui kegiatan spiritual, pendidikan dan pemberdayaan masyarakat.</p>
Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Jindan	Menyampaikan komposisi pengurus Majelis Zikir Ittihad dari kalangan Kiyai, Ustadzah, dan habait.

Berita 12 (Digelar Selama Dua Hari, Rapimnas Partai Perindo Berlangsung Meria)

	Hasil Analisis Makro
iNews	<p>iNews lebih banyak melihat langkah Partai Perindo memberikan dukungannya kepada Jokowi untuk maju sebagai calon presiden pada pemilu 2019 mendatang.</p> <p>Selain pengurus pusat dan daerah serta kader Partai Perindo, RAPIMNAS yang</p>

	<p>digelar selama 2 hari turut dihadiri sejumlah tokoh nasional, menteri kabinet, duta besar serta perwakilan partai politik nasional.</p> <p>Dalam pidato politiknya, Hary Tanoesoedibjo menegaskan kembali dukungannya kepada Presiden Jokowi untuk maju jadi calon presiden 2019.</p>
Hary Tanoesoedibjo	Narasumber menegaskan kembali untuk mencalonkan Bapak Ir. H. Jokowi sebagai calon presiden pada pemilu yang akan datang supaya apa yang telah dilakukan dapat di selesaikan.
Presiden Jokowi	Mengajak para parpol dan politisi untuk adu program dan prestasi pada pemilihan umum dalam Pilkada, Pileg, dan Pilpres 2019 nanti.

C. Pembahasan

1. Bentuk Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo yang di Tayangkan Melalui iNews

Analisis Diskursus (*Discourse Analysis*)

a. Produksi Teks

iNews adalah salah satu televisi yang di bawa naungan MNC Media, dimana MNC Media merupakan salah satu group media terbesar di Indonesia. Media ini didirikan pada tahun 2008 dengan nama SUN TV, kemudian pada tahun 2011 berubah nama menjadi SINDO TV yang merupakan perwujudan dari sinergi SINDO Media. Kemudian 2015 SINDO TV berubah menjadi iNews TV yang merupakan singkatan dari Indonesia News Televisi. Pada tahun 2017, iNews berubah menjadi iNews dengan tidak lagi menggunakan kata 'TV'.

Perubahan-perubahan tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap konten yang ditawarkan kepada masyarakat, melainkan sebagai bentuk keseragaman. Tahun 2015 baru ada perubahan program yang lebih mengarah pada program informasi dan pemberitaan, seperti halnya diungkapkan oleh Kepala Biro iNews Makassar dalam wawancara:

“Di tahun 2015, MNC Media itu memprakarsai terciptanya suatu stasiun televisi yang mengkhususkan kontennya itu ke hal-hal yang berbaur informasi, lebih singkat dibahasakan itu seperti dikenal umum televisi berita dan inilah iNews TV”.

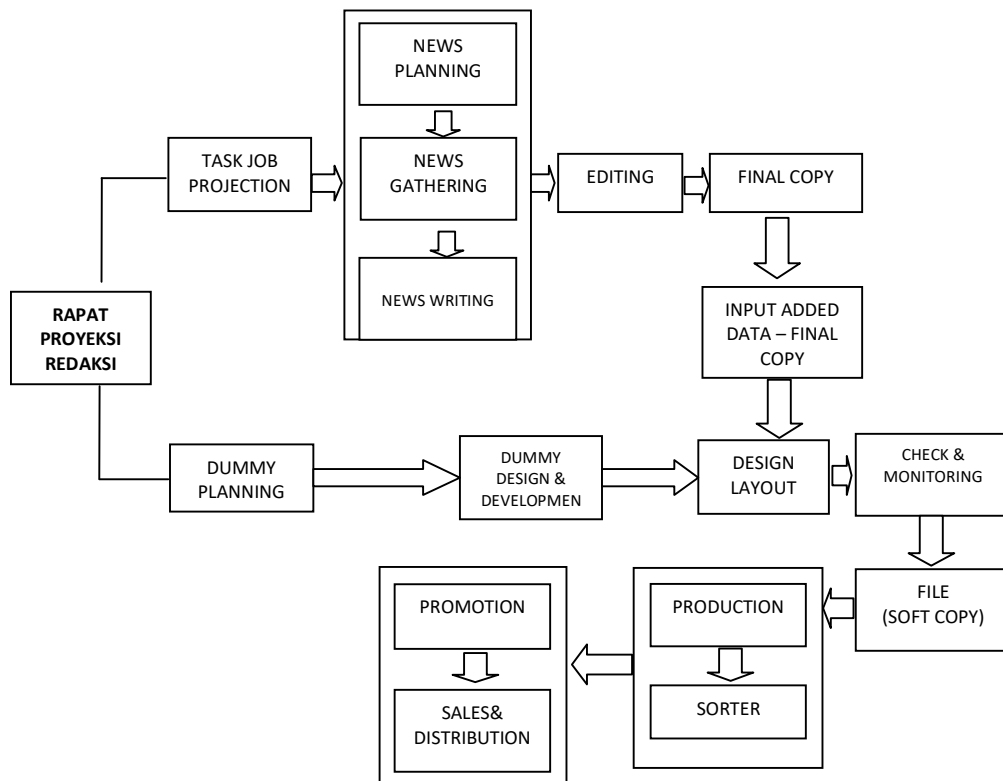
Proses produksi dan standarisasi pemberitaan setiap media tetap merujuk kepada regulasi yang dibuat pemerintah dalam hal ini Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai pelaksana yaitu program P3SPS. Namun yang membedakan media yang satu dengan yang lain dalam memproduksi berita adalah prosesnya. Kepala Biro iNews Makassar menjelaskan dalam wawancara bagaimana produksi berita iNews Pusat:

“kalau pusat itu lebih mengacu kepada formalitas dan aturan yang ketat. Jadi kenapa itu tidak berlaku di sini, di pusat itu kan sistem dan fasilitas itu hampir sempurna, jumlah *man power* yang ada di sana itu setiap karyawan idealnya hanya menjerjakan maksimal dua tugas yang berbeda. Sementara kami di sini kan karena proporsi kerja kita banyak, tenaga SDM kurang secara otomatis teman-teman itu kerjanya kadang, bukan kadang, tapi sering merangkap. Sehingga waktu yang diperlukan untuk melakukan rapat redaksi seperti itu ya kecil kemungkinan kami melakukan secara formil tapi kalau di pusat itu wajib. Wajib semua tim redaksi hadir jam 7 kita rapat untuk berita siang misalnya, untuk berita malam itu siang”.

Sementara untuk produksi berita itu dimulai rapat redaksi (tidak harus tatap muka, bisa saja melalui aplikasi chatting) untuk menentukan berita yang akan diberitakan, setelah itu reporter turun ke lapangan untuk peliputan dan mengirimkan hasil liputan ke redaksi. Redaksilah yang mempunyai peranan penting dalam menentukan layak dan tidaknya sebuah berita untuk diberitakan. Redaksi juga yang mempunyai kewenangan mengevaluasi, mengedit naskah dan gambar berita setiap unit program masing-masing.

“Besarnya juga, finishingnya kan di produser, finishing teknis itu di eksekutif produser karena dia yang mengevaluasi, memverifikasi dan sebagainya. Jadi kalau misal dia mengatakan layak dengan berbagai pertimbangan ya itu yang layak, kalau dia mengatakan ini tidak layak dengan berbagai pertimbangan maka dikatakan tidak layak”. (sumber)

Secara keseluruhan proses produksi teks berita pada umumnya sama yaitu dengan melalui beberapa tahapan. Usulan mengenai isu dan tema berita yang ingin diangkat dalam rapat redaksi, lalu dipertimbangkan oleh dewan redaksi dalam rapat redaksi. Pada saat rapat redaksilah ditentukan mana yang layak untuk diangkat. Hasil dari rapat tersebut dibawah reporter ke lapangan untuk melakukan peliputan. Metode tersebut pada umumnya sama seperti skema di bawah ini.



Gambar 6: Proses Produksi Teks Berita

Penentuan tema atau isu yang ingin diberitakan ditentukan dalam rapat redaksi. Adapun tema dan isu itu datang dari dua sumber, yang pertama dari redaktur sendiri dan yang kedua dari reporter. Namun dalam menentukan tema dan isu tentu mempunyai skala prioritas. Prioritasnya adalah nilai jual tema yang ingin diberitakan disukai atau tidak oleh penonton.

“itu tadi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kalau kita mau merunut asal berita itu banyak setiap hari. Intraksi yang ditimbulkan dari individu dengan individu lainnya itu berita, ada keputusan, ada peristiwa, ada perubahan besar baik signifikan maupun tidak signifikan itu kan berita juga kalau kita mau olah. Cuma menjadi tanda tanya apakah informasi seperti itu menjadi kebutuhan masyarakat, itu kan tidak. Jadi ada kriteria yang menjadi acuan secara dasar semua kantor pemberitaan baik itu elektronik maupun cetak dan yang terbaru sekarang online. Yang pertama *proximity, proximity* itu adalah kedekatan. Kedekatan masyarakat dengan berita yang kita mau beritakan. Kedua adalah aktualitas, aktualitas itu seberapa cepat kita menyampaikan berita itu kepada masyarakat. Ketiga adalah faktualitas, faktualitas itu ya hasil fakta”. (sumber)

Konstruksi yang dibangun oleh media dalam teks berita merupakan hasil dari pertarungan kekuasaan yang dimenangkan oleh media sebagai pihak yang memproduksi teks terhadap pembaca sebagai pihak yang mengkonsumsi teks. Kekuasaan ini dilakukan melalui kontrol dan pembatasan terhadap isi teks berita, relasi yang memperlihatkan pembentukan posisi subjek, dan subjek yang memperlihatkan identitas atau status sosial (Fairclough, 2003: 53).

Kontrol dan membatasi adalah yang dilakukan media untuk mempengaruhi penonton. Teks diskursus yang disajikan media sesungguhnya sudah melalui proses konstruksi. Kontrol dan pembatasan itu terjadi dalam tiga aspek, yaitu sebagai berikut:

a. Isi

Proses penyuntingan isi berita mengenai Partai Perindo serta berbagai kegiatan partai yang dilakukan oleh redaktur iNews dengan tata cara jurnalistik yang ada. Namun biasanya redaktur punya cara tersendiri di luar dari aturan baku dalam membuat teks berita tanpa harus melanggar atau keluar dari aturan yang sebenarnya.

Untuk menghindari makna ambigu dalam teks berita sehingga dapat menyebabkan kesalahan pemahaman dalam memahaminya, maka dibutuhkan satu tim yang bertugas untuk menselaraskan bahasa yang digunakan, baik itu bahasa reporter/jurnalis, news anchor, dan presenter. Tim inilah yang akan menselaraskan bahasa agar menjadi lebih sopan dan halus baik itu dalam bentuk frasa, kata, pembeda dan pendefinisian yang merupakan bagian pembentukan diskursus. Praktik penggunaan bahasa inilah yang dapat mempersempit konteks pemberitaan dalam hal ini dapat dilakukan oleh redaksi.

Lain halnya jika dalam kondisi siaran langsung dilapangan, kesalahan dalam penggunaan bahasa yang kurang tepat sangat memungkinkan bisa terjadi karena terpengaruh oleh lingkungan dan situasi yang tidak memungkinkan di edit oleh editor atau redaktur, maka dari itu diperlukan latihan, kebiasaan dan penyusunan konsep berita yang jelas sebelum melakukannya, karena isi berita yang akan ditayangkan akan diterima oleh masyarakat yang cara pandang dan pemaknaannya berbeda-beda.

Dalam pemberitaan yang memuat diskursus kegiatan dan aktifitas Partai Perindo. iNews memiliki kecenderungan menjadikan aktifitas Partai Perindo sebagai diskursus yang dominan dalam pemberitaan. Dalam teks pemberitaan tergambar sikap positif dalam setiap pemberitaan Partai Perindo.

Asumsi yang dapat dimunculkan bahwa apakah Partai Perindo dominan dalam pemberitaan di iNews karena faktor kekuatan struktural. Asumsi ini sejalan dengan pendapat Gun Gun dalam hasil wawancara yang mengatakan:

“Perindo dan iNews itu kan punya irisan yang sangat kuat, sangat dekat. Kenapa? Karena pemilik iNews dan Perindo itu sama yaitu Pak Hary Tanoë. Oleh karena itu pasti ada sedikit besarnya pengaruh. Kalau kita lihat sejak Pak Hary Tanoësoedibjo masuk partai dimulai dari Nasdem, Hanura terus ke Perindo, memang layar iNews itu terpengaruh oleh *political interest* nya Pak Hary Tanoësoedibjo juga, contoh misalnya Mars Perindo, terus pemberitaan, kemudian beberapa *talkshow* yang kemudian menghadirkan politisi Partai Perindo, termasuk di media cetaknya juga sering”.

b. Subjek

Pembatasan subjek dapat diketahui dari penempatan partisipan dalam teks berita yang berasal dari kalangan yang sangat terbatas, seperti Ketua umum Partai Perindo, Ketua umum Kartini Perindo, Ketua umum DPP Rescue Perindo, DPP Perindo, DPW Perindo, DPD Perindo, calon kepala daerah dukungan Partai Perindo dan warga yang diberikan bantuan.

Dalam mengkonstruksi diskursus mengenai pembagian gerobak Perindo, iNews menghadirkan partisipan pedagang yang mendapat bantuan seperti Rizal pedagang jus buah dan Suyono pedagang mie ayam yang memberikan tanggapan positif tentang bantuan gerobak gratis Perindo. Menurut penulis iNews mengarahkan diskursus tersebut untuk memberikan apresiasi positif kepada Perindo sebagai partai yang peduli dengan masyarakat kecil.

Beberapa pemberitaan Partai Perindo di iNews tentang pemberian bantuan kepada masyarakat kecil, seperti pembagian paket beras gratis, penyaluran bantuan unit ambulance, pembagian gerobak gratis, pembagian sembako dan air bersih. Dalam diskursus bantuan Partai Perindo kepada rakyat kecil, korban bencana, iNews menempatkan partisipan yang positif terhadap Perindo. Partisipan tersebut adalah orang-orang yang ada dalam struktur kepengerusan Partai Perindo, organisasi

sayap Partai Perindo dan pihak warga yang diberikan bantuan. Kesemua partisipan tersebut memberikan penegasan bahwa Partai Perindo adalah partai yang peduli dengan masyarakat kecil kecil, partai yang selalu hadir memberikan solusi dari masalah yang dihadapi masyarakat.

Perindo menjadikan kemiskinan sebagai “jualan politik” dalam setiap pemberitaan, karena mengingat angka kemiskinan di Indonesia masi relatif tinggi meskipun mengalami penurunan disetiap tahunnya. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada 16 Juli 2018, angka penduduk miskin Indonesia sebanyak 25,95 juta jiwa dengan persentase 9,82%. Persentase penduduk miskin perkotaan sebanyak 7,02% dan penduduk miskin pedesaan sebanyak 13,20%.



Sumber: Badan Pusat Statistik Juli 2018

Tabel 3 : Perkembangan Kemiskinan Indonesia

Dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki Ketua Umum Partai Perindo merasa mampu mengatasi permasalahan kemiskinan Indonesia dengan bergerak memberikan perhatian dan pembinaan kepada masyarakat menengah ke bawah dengan sistem perberdayaan UMKM.

Diskus lain yang dihadirkan iNews adalah dukungan Partai Perindo kepada calon kepala daerah 2018, seperti Edy Rahmayadi di Sumatera Utara dan Danny Pomanto di Kota Makassar. Dalam pemberitaan ini iNews lebih melihat sikap Partai Perindo dalam memberikan dukungan kepada calon kepala daerah. Partisipan yang dilibatkanpun tidak ada dari pihak lain yang berfungsi sebagai penanggung.

Kemenangan beberapa Calon Kepala Daerah pada pilkada serentak, diklaim oleh Partai Perindo sebagai bagian dari kontribusi mesin politik partainya. Wakil Ketua Umum DPP Partai Perind Syafril Nasution mengatakan (<https://partaiperindo.com/?p=72726> diakses 20 Agustus 2018).

“Alhamdulillah beberapa calon yang kita dukung itu menang, artinya kita punya kader di bawah dengan mesin politik kuat dan mampu membantu memenangkan calon kepala daerah di Pilkada 2018”.

Delapan Kepala Daerah Kabupaten/Kota yang terpilih di Sulawesi Selatan dalam pilkada serentak diklaim oleh Partai Perindo bahwa itu bagian dari kerja keras para kader Partai Perindo

yaitu, 1) Ilham Syah Azikin–Sahabuddin, Kabupaten Bantaeng; 2) Fahsar Mahdin Padjalangi-Ambo Dalle, Kabupaten Bone; 3) Muslim Bando–Asman, Kabupaten Enrekang; 4) Ikhsan Iskandar–Paris Yasir, Kabupaten Jenepono; 5) Kolom Kosong (mengalahkan Munafri Arifuddin–Andi Rahmatika Dewi), Kota Makassar; 6) Judas Amir–Rahmat Masri Bandaso, Kota Polopo; 7) Ahmad Faisal Andi Sapada–Asriady Samad, Kota Parepare; dan 8) Basmin Mattayang Syukur Bijak, Kabupaten Luwu. (<https://partaiperindo.com/?p=72642> diakses pada 20 Agustus 2018).

Delapan kepala daerah yang terpilih di Sulsel diusung oleh partai politik yang sudah memiliki keterwakilan di parlemen sementara Partai Perindo sendiri baru pertama kalinya menjadi peserta dalam pemilihan legislatif 2019 mendatang. Jadi keikutsertaan Partai Perindo dalam pilkada serentak bukan sebagai partai pengusung, melainkan hanya sebagai partai pendukung.

Sementara untuk diskursus lain tentang agama, iNews menggambarkan sosok Partai Perindo sebagai partai yang peduli dengan kecurunan umat beragama, beberapa kegiatan agama yang dilakukan dan bahkan Partai Perindo membentuk majelis zikir Perindo tidak luput dari pemberitaan iNews. Diskursus yang ingin dibangun bahwa Partai Perindo adalah partai yang dekat dengan semua agama, partai yang cinta akan kerukunan umat yang beragam.

Dalam beberapa pemberitaan, Ketua Umum Partai perindo terlihat intensif mengunjungi beberapa pondok pesantren yang ada di Indonesia. Pemberitaan Hary Tanoesoedibjo dalam setiap kunjungan ke Pesantren selalu mengenakan baju putih dan songkok hitam nasional dilengkapi dengan sorban yang dikalungkan ke leher sehingga penampilannya seperti ustas. Bahkan buah dari kunjungan tersebut melahirkan satu yayasan yaitu Yayasan Peduli Pesantren (YPP) yang akan berkonsentrasi membangun Pesantren dari segi fisik. Partai Perindo menjadikan KH. Said Aqil Siroj sebagai Ketua Dewan Penasehat YPP yang tidak lain adalah ketua PBNU. (<http://www.tribunnews.com/nasional/2016/12/05/ketum-perindo-resmikan-lembaga-yayasan-peduli-pesantren> diakses pada 20 Agustus 2018).

Penggunaan identitas songkok dan sorban serta pendirian YPP adalah upaya yang dilakukan Hary Tanoesoedibjo selaku Ketua Umum Partai Perindo untuk mem-*branding* diri bahwa dia adalah sosok yang dekat dengan santri, ulama, dan kepedulian kepada Pesantren demi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat Islam yang *notabene*-nya sebagai agama mayoritas di Indonesia. Apalagi dengan pelibatan Ketua Umum PBNU sebagai Ketua Dewan Penasehat YPP dianggap sebagai upaya untuk melegitimasi gerakan tersebut sebagai sesuatu yang wajar, murni

karena keperihatinan kondisi pesantren yang ada di Indonesia dan bukan karena kepentingan politik.

Kegiatan-kegiatan Partai Perindo dalam pemberitaan ini adalah diskursus dominan dalam pemberitaan. Pemilihan partisipan dalam pemberitaan iNews menguatkan Partai Perindo sebagai partai yang peduli dengan masyarakat kecil. Dominasi dalam pemberitaan yang dilakukan oleh media terhadap suatu objek tertentu, itu merupakan bagian dari upaya konstruksi untuk membangun opini publik sesuai yang diinginkan. Gun Gun menjelaskan dalam wawancara bahwa:

“jadi pemberitaan yang terus menerus itu bisa mempengaruhi persepsi dalam konteks, namanya persepsi itu kan hubungannya dengan perangkingan isu. Jadi isu apa yang dirangking oleh media sering kalikan di anggap sebagai isu penting oleh khalayak...”

iNews dalam pemberitaan tersebut mencoba melakukan *branding* terkait Partai Perindo, agar khalayak menjadikan itu penting. Namun Gun Gun melanjutkan penjelasannya bahwa tidak semua perangkingan isu itu berkorelasi positif terhadap tingkat elektabilitas yang isukan.

“tetapi apakah kemudian seringnya pemberitaan berkorelasi positif dengan tingkat elektabilitas partai, belum tentu, karena apa yang dipersepsikan belum tentu positifkan, bahwa misalnya orang tau Perindo karena sering diberitakan dan sering diiklankan di media, ya. Berarti pemberitaan dan iklan di medianya itu bisa menciptakan loker kognisi, tetapi belum tentu kemudian itu menaikkan tingkat keterpilihan Partai Perindo”.

Pemberitaan dan iklan yang terus menerus dapat memunculkan dua kemungkinan yaitu semakin tahu dengan apa yang diberitakan atau bosan karena jadi tontonan yang sama secara terus menerus. Seperti halnya yang dilakukan oleh iNews terhadap pemberitaan Partai Perindo. Masyarakat terus menerus disuguhkan iklan dan pemberitaan Partai Perindo, yang mungkin pada awalnya masyarakat menaruh simpati terhadap Perindo karena kebersehaannya terhadap masyarakat kecil yang dimunculkan dalam pemberitaan, namun karena itu suda terlalu sering menjadi konsumsi sehari-hari dalam pemberitaan akhirnya masyarakat antipati terhadap Perindo. Ini bisa disebabkan karena faktor psikologi manusia, dimana manusia memiliki kecenderungan bosan terhadap sesuatu yang berulang-ulang atau monoton.

Pemberitaan-pemberitaan tentang Partai Perindo yang selalu dimunculkan iNews adalah upaya konstruksi dalam membentuk realitas sosial masyarakat. Menurut Hanna Adoni dan Sherrill Mane dalam Israwati Suryadi (2011: 637) bahwa dalam pembentukan realitas sosial dapat dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan yang fokus pada tentang pentingnya aspek hubungan kebudayaan dan masyarakat serta pendekatan yang melihat realitas sebagai suatu bentuk dari efek atau dampak media.

c. Relasi

Pusat perhatian dalam pembatasan relasi dapat dilihat dari hubungan antara partisipan dalam dalam teks. Pola relasi yang terbangun dalam teks menempatkan iNews berada di posisi yang sama dengan pihak partisipan yang dimunculkan dalam teks. Hal itu bisa dilihat dari apa yang diberitakan oleh iNews selaras dengan pendapat yang dikeluarkan oleh pihak partisipan.

Keberpihakan iNews dalam pemberitaan ditunjukkan dengan cara mengkonstruksi judul berita, serta narasi dalam teks yang sangat positif terhadap yang diberitakan yaitu Partai Perindo. Semua agenda-agenda politik Partai Perindo mendapat dukungan pemberitaan dari iNews.

Pembatasan relasi dalam teks yang dijadikan partisipan dalam pemberitaan adalah salah satu bentuk konstruksi dengan cara mengeliminasi pihak yang tidak memberikan dampak positif terhadap objek yang diberitakan dan memberi ruang kepada pihak yang memberikan dampak positif dari objek yang diberitakan. Hal itu dapat dilihat keselarasan antara partisipan dengan objek yang diberitakan.

b. Konsumsi Teks

Pada bagian ini, akan dilakukan interpretasi makna dari pembaca terhadap teks yang diberitakan. Hasil dari pembacaan tersebut akan memunculkan tafsiran pembaca dari diskursus-diskursus yang dimunculkan dalam teks. Pemberitaan mengenai Partai Perindo ditujukan kepada masyarakat secara luas sebagai bentuk sosialisasi partai politik. Oleh karena untuk menunjang data analisis ini dibutuhkan informan yang memiliki ketertarikan dalam dunia politik secara umum dan perspektif komunikasi politik secara khusus. Maka pada bagian ini, informan yang dipilih adalah Gun Gun Heryanto yang merupakan pengamat komunikasi politik dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Dia juga merupakan narasumber di beberapa media nasional untuk membahas politik yang ada di Indonesia.

Sebagai pembaca, Gun Gun melihat bahwa Partai Perindo dan iNews itu punya irisan yang sangat kuat dan dekat. Kedekatan itu disebabkan karena faktor kekuasaan dan kepemilikan Hary Tanoesoedibjo di Partai Perindo dan MNC Group. Sejak Hary Tanoesoedibjo masuk di rana politik, layar MNC Media terpengaruh dengan *political interest* Hary Tanoesoedibjo, seperti misalnya Mars Perindo, pemberitaan dan talkshow.

Gun Gun juga menjelaskan bahwa dengan pemberitaan yang terus menerus dapat mengubah pola pikir dan opini publik. Dengan berita yang terus menerus dapat mempengaruhi persepsi. Persepsi erat kaitannya

dengan perangkian isu sehingga masyarakat menganggap penting isu yang dipersepsikan oleh media. Namun itu bukan berarti berpengaruh sampai pada tingkat elektabilitas partai. Lebih lanjut dia menjelaskan bahwa pemberitaan dan iklan di media massa adalah bagian dari konstruksi sosial yang dilakukan oleh media. Jadi apa yang dilakukan oleh iNews dalam menyiarkan berita dan iklan adalah upaya konstruksi.

Gun Gun melihat pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews bermuatan kepentingan ekonomi dan politik yang saling terintegrasi. Kepentingan ekonomi jelas karena media sebagai bisnis komersil sedangkan kepentingannya karena media sering kali menjadi saluran untuk desiminasi konstruksi untuk kampanye dan propaganda. Media sering kali mempertemukan di antara keduanya secara bersamaan untuk kepentingan ekonomi dan politik.

Lebih lanjut lagi, Gun Gun menjelaskan efek yang dapat ditimbulkan ketika pemberitaan dan iklan terus menerus dilakukan oleh media adalah berupaya memalingkan perhatian publik, tetapi efek kelanjutan seperti misalnya perilaku memilih itu belum tentu. Efek langsungnya adalah isu soal Partai Perindo yang terus di branding, sehingga orang tahu atribut Perindo itu seperti apa. Ini adalah strategi untuk memalingkan perhatian khalayak kepada Perindo melalui media dalam hal ini iNews dan pengaruhnya sangat signifikan. Tetapi efek kelanjutan dari pada strategi tersebut tidak terlalu besar dalam hal merubah perilaku memilih masyarakat.

Di akhir Gun Gun menyampaikan bagaimana seharusnya media bersikap terhadap kepentingan-kepentingan politik. Media sejatinya harus imparial dan independen. Meskipun bisa saja punya keberpihakan tetapi keberpihakan kepada publik. Jangan kemudian terjadi distorsi informasi dan dramatisasi fakta kalau kemudian itu justru menjustifikasi satu atau dua figur atau partai politik tertentu. Bagaimanapun media itu sebenarnya entitas yang seharusnya berorientasi pada kerja-kerja independen dan imparial. Saat ini adalah era *market structure* yang egopolistik rasanya sulit menemukan media yang non partisan, tetapi idealitas membangun media adalah sebagai kekuatan keempat dari negara dengan fungsi kontrol yang seharusnya media lakukan. Seharusnya ada *Chinese Wall* (tembok Cina) yang memisahkan antara bisnis departemen dan Partai Perindo.

Berdasarkan informasi dari Narasumber sebagai pembaca, terlihat narasumber menaknai teks berita berdasarkan latar belakang pengetahuannya yaitu komunikasi politik. Gun Gun cenderung memberikan kritikan terhadap iNews atas pemberitaan Partai Perindo. Narasumber juga melihat pemberitaan Perindo yang terus menerus di iNews adalah bagian dari upaya konstruksi sosial. Media seharusnya imparial dan independen dan berpihak kepada kepentingan publik. Media kemudian tidak boleh hadir hanya untuk kepentingan pemilik dan partai politik.

Analisis Sosialkultural Practice

Analisis *socialcultural practice* didasari pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media akan mempengaruhi diskursus yang kemudian di konstruksi oleh media. Konteks sosial inilah yang mempengaruhi teks secara tidak langsung melalui hasil produksi teks media dan hasil konsumsi teks dari masyarakat. Norman Fairclough membagi tiga level analisis *socialcultural practice* yaitu sebagai berikut:

a. Situasional

Teks berita mengenai kegiata-kegiatan Partai Perindo di pemberitaan iNews diproduksi sejak Partai Perindo didirikan yaitu tahun 2015. Namun secara situasional tahun 2017 adalah tahun di mana Partai Perindo terus mensosialisasikan diri sebagai partai politik calon peserta pemilu legislatif 2019 mendatang. Salah satu alat yang digunakan untuk mensosialisasikan diri kepada masyarakat yaitu melalui media. Media-media yang di bawa naungan MNC Group (RCTI, MNC TV, Global TV, dan iNews) turut memberitakan Partai Perindo.

Keempat media televisi tersebut sama dalam hal pemberitaan Partai Perindo. Ideologi yang ingin ditanamkan kepada masyarakat adalah sosok partai yang penduli dengan masyarakat menengah ke bawah dan mampu memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi dengan *tagine* "Untuk Indonesia Sejahtera". Yang membedakan di antara keempat media tersebut

adalah intensitas dan durasi yang ditampilkan. Pemberitaan lebih fokus ke iNews sedangkan untuk iklan lebih banyak ketiga media lainnya dengan menggunakan slot iklan di jam-jam utama dan program televisi yang memiliki rating tinggi.

Tidak hanya melalui pemberitaan, namun yang cukup massif juga dilakukan adalah iklan lagu mars Partai Perindo yang di dalamnya terdapat foto dan video kegiatan Partai Perindo. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ariviyanti dan Nurfebiaraning yang berjudul *Citra Politik Hary Tanoesoedibjo: Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo Mars Perinso Versi 2*, dia menemukan 15 adegan dalam iklan Mars Perindo sebagai unit identitas yang kemudian dikelompokkan menjadi 4 kategori utama yaitu persepsi mengenai citra kandidat politik, persepsi mengenai citra partai politik, persepsi mengenai citra kandidat politik dalam menanggapi isu, dan persepsi mengenai peristiwa dalam kampanye politik. Dalam iklan tersebut terbangun sebuah citra bahwa Hary Tanoesoedibjo sebagai pemimpin yang kharismatik dan peduli dengan rakyat kecil. (Ariviyanti dan Nurfebiaraning, 2017: 48).

Merefleksi sedikit ke belakang, tirtoid.id menghimpun data dari *adstensity* (penyedia layanan data periklanan televisi besar nasional di Indonesia) dari november 2015 sampai januari 2016, iklan Partai Perindo di MNC Group mencapai 1918 kali. Kita lihat data statistik berikut ini:



Gambar 7: Data iklan Partai Perindo di MNC Group

Produksi teks iNews tentang Partai Perindo dalam memberikan dukungannya kepada beberapa calon kepala daerah pada pilkada serentak tahun 2018. Tahun 2018 dan menjelang pemilihan presiden dan legislatif tahun 2019 diyakini sebagai tahun politik untuk seluruh Indonesia. Tahun 2018 adalah Pemilihan Kepala Daerah sebanyak 171 Kabupaten/Kota dan Provinsi, sedangkan tahun 2019 adalah pemilihan legislatif (DPD, DPR semua tingkatan) dan pemilihan presiden.

Secara situasional pilkada serentak 2018 dan menjelang pemilihan presiden dan legislatif 2019 dianggap sebagai momentum yang tepat untuk mensosialisasikan diri kepada masyarakat. iNews dalam pemberitaan sering menayangkan kegiatan politik Partai Perindo dalam mendukung beberapa calon kepala daerah waktu pilkada serentak 2018. Arah dan gerakan politik Partai Perindo 2019 mendatang juga semakin jelas pada waktu RAPIMNAS ketiga Perindo dengan meneguhkan kembali dukungannya kepada Presiden Jokowi untuk maju pada pemilihan presiden 2019 yang akan datang.

b. Institusional

iNews adalah televisi nasional dibawa naungan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yaitu MNC Group. Kelompok media ini dibawah kepemimpinan Hary Tanoesoedibjo. MNC Group banyak bergerak diberbagai bidang bisnis, mulai dari media televisi, radio, cetak, online, percetakan, *financial services*, properti, dan *financial investments*.

Perusahaan ini memulai karir bisnisnya di bidang jasa keuangan pada tahun 1989 dengan nama PT. MNC Investama Tbk atau yang lebih dikenal dengan sebutan MNC Group. MNC Group telah mengalami beberapa kali pergantian. 2 November 1989 menggunakan nama PT. Bhakti Investments, lalu beruba lagi menjadi PT. Investama Tbk, kemudian beruba lagi PT. MNC

Investama Tbk dan selanjutnya pada tanggal 23 Mei 2013 mendapat persetujuan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Seiring perkembangannya, MNC Group telah menjadi group investasi terkemuka di Indonesia. MNC Group fokus pada 3 investasi strategis yaitu: media, jasa keuangan, properti dan 1 bisnis pendukung yaitu investasi keuangan.

Fokus ke sektor media, MNC Group melalui anak perusahaannya Global Mediacom atau MNC Media. MNC Group adalah pemilik media terbesar dan paling terintegrasi di Asia Tenggara dengan portofolio yang terdiri dari 4 stasiun TV nasional Free – To – Air (FTA): RCTI, MNCTV, GTV dan iNews serta 20 channel yang disiarkan di TV berlangganan MNC Channel. Perusahaan media MNC Group sangat kompleks, hampir semua jenis media komunikasi dimanfaatkan seperti televisi, radio, cetak, online.

Dampak ekspansi jaringan bisnis MNC Media terdapat pada sudut pandang pemberitaan. Fram pemberitaan iNews menjadi monoton ketika memberitakan Partai Perindo. Seperti dikemukakan The Jakarta Post Edisi 11 Desember 2011 dalam Lydia Rosalia (2014: 2) membahas tentang afiliasi kolongmerasi media dengan politik di Indonesia yang berjudul '*Death knell for media independence?*' mengatakan bahwa para aktor politik memiliki kecenderungan untuk mencari pasangan politik dari

pemilik media massa. Hal itu dilakukan agar dapat mengontrol publik dengan agenda media yang terstruktur. Pro dan kontra terjadi dalam artikel yang disampaikan The Jakarta Post bahwa apakah para kolongmerasi media tersebut dapat objektif dalam setiap pemberitaan dan atau justru terjadi konstruksi untuk mengontrol publik melalui media massa.

Herman dan Chomsky mengatakan bahwa media pada dasarnya mempunyai prinsip baik secara fisik maupun non fisik, telah mengalami pergeseran sebagai jembatan publik dalam melibatkan nalar kritis masyarakat (Habermas, 1984, Habermas 1987, Habermas 1989) menjadi sarana kekuasaan untuk “merekayasa kesadaran”. (Centre For Innovation Policy and Governance, 17).

Bahkan menurut Gun Gun pemberitan dan iklan yang terus menerus itu adalah bagian konstruksi sosial yang coba ingin dibangun media.

“Jelas, itu adalah bagian dari konstruksi sosial, karena kalau konstruksi sosial itu kan ada namanya penyiapan konstruksi sebelum kemudia konstruksi itu di distribusikan dan mendapat konfirmasi dari khalayak. Jadi apa yang dilakukan oleh iNews dalam menyiarkan berita dan sering menayangkan iklan adalah upaya untuk mengkonstruksi. Ini adalah *second hand reality* (realitas tangan kedua) yang dibantu oleh media, namanya media *team the message*. Kalau dalam pendekatan teori lain faktor *inside* yang berpengaruh kepada isi media, itukan faktor organisasi, organisasi disitu bukan hanya pekerja dan *middle management* akan tetapi *ownership*, yang paling berpengaruh adalah kepemilikan media. Jadi apakah iklan adalah konstruksi sosial? Iya, itu adalah konstruksi sosial”.

c. Sosial

Diskusi tentang media penyiaran dan politik di Indonesia menjadi hangat ketika para kolongmerasi media berafiliasi dengan partai politik dan aktor politik. Bahkan menjadi lebih kompleks ketika pemilik media membentuk partai politik sendiri dan menjadi ketua umum di partai tersebut. Efek dari pada itu adalah terjadinya polarisasi pemberitaan dan berkurangnya nalar kritis media sebagai pilar keempat demokrasi karena keberpihakan pemberitaan kepada pemilik modal atau media.

Seperti halnya yang dirisaukan oleh Gun Gun Heryanto (2018: 143-144) kepada pemilik media (*ownership media*) saat ini, bahwa siapapun yang memiliki modal besar dapat menguasai media. Pemikiran Gun Gun tersebut didasari pada peristiwa beberapa tahun terakhir ini, dimana para politisi secara intens menguasai media, sehingga sering terjadi penekanan pemberitaan yang berkaitan dengan kepentingan pemilik media. Akibat dari hal tersebut, media tidak lagi menjadi sarana pendidikan politik yang mencerdaskan masyarakat, melainkan media ikut andil dalam menghasilkan residu yang dapat membahayakan bagi pendidikan politik kita di Inonesia.

Konten media yang ditampilkan sarat akan makna kepentingan pemilik media yang suda melalui proses konstruksi, sehingga ruang publik dipenuhi kepentingan kelompok tertentu

dan mengabaikan kepentingan umum. John Hartley (1992) dalam Gun Gun Heryanto (2018: 399-340) menegaskan televisi, koran, majalah, dan media lainnya merupakan domain publik, tempat dimana publik sering diciptakan, sehingga mengandung pemahaman *public sphere*. Media lebih mengutamakan kepentingan politik pemilik sehingga mengesampingkan harapan publik.

Argumen di atas senada dengan argumen Herman dan Chomsky (1988) dalam CIPG (Centre for Innovation Policy & Governance, hal. 21) bahwa kepentingan ekonomi dan politik seperti cenderung diprioritaskan daripada fungsi sosial dan publik.

Diskursus yang dapat dimunculkan dari intensitas pemberitaan Partai Perindo di iNews jika mau dikaji dari segi ekonomi politik. Kepentingan ekonomi bagi media adalah ketika banyak iklan yang masuk ke media untuk dipromosikan kepada publik. Semakin banyak iklan maka semakin tinggi juga peluang keuntungan yang bisa didapatkan media, karena pengiklan harus membayar durasi dan intensitas yang digunakan selama penayangan. Bagaimana dengan iklan Partai Perindo di iNews atau bahkan semua media televisi MNC Group? apakah ada keuntungan didapatkan media?.

Secara matematis, iNews seharusnya mendapatkan keuntungan yang lebih, karena penggunaan slot iklan di jam utama serta intensitas penayangan sangat mempengaruhi nominal yang harus dibayar seorang pengiklan. Jika Partai Perindo harus membayar iNews sebagai upah atas penayangan tersebut maka dia harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit, namun siapa yang tahu apa yang terjadi dibalik layar apakah dia benar membayar atau tidak. Kalaupun tidak membayar ini bisa saja disebabkan kekuasaan struktural Hary Tanoesoedibjo sebagai Pimpinan Partai dan Ketua Umum Partai dan kalaupun membayar maka keuntungan akan tetap kembali kepada perusahaannya.

Sementara untuk kepentingan politik sangat jelas bahwa media dijadikan alat untuk menyebar luaskan informasi tentang Partai Perindo sehingga Perindo menjadi sesuatu yang tidak asing lagi di tengah masyarakat. Maka sebetulnya hubungan antara ekonomi dan politik dalam industri media adalah sesuatu tidak bisa dipisahkan satu sama lain, namun akan menjadi pertanyaan besar jika industri media dan lembaga politik di pimpin oleh satu orang yang sama.

Vincent Moscow dalam perpektif ekonomi politiknya melihat dari tiga perspektif yaitu komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi. Yang menarik di sini adalah komodifikasi dimana media massa

merubah segalanya agar dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan yang menguntungkan media. Komodifikasi dapat dilakukan melalui konten, penonton dan pekerja. Termasuk pemilik media dapat dikomodifikasi oleh media itu sendiri untuk kepentingan ekonomi politik pemilik media. (Wenerda, 2015: 6)

Penelitian yang dilakukan Wahyudi M Pratopo sejalan dengan di atas bahwa Majala Tempo melakukan komodifikasi terhadap wartawannya melalui jam kerja, upa rendah, kejar target, tugas ganda, kewajiban pemasaran dan adaptasi. Bentuk komodifikasi yang dilakukan adalah eksploitasi tubuh, ekonomi, waktu luang, dan kemampuan. (Pratopo, 2017: 129)

2. Kecenderungan Pemberitaan Partai Perindo di iNews Dilihat dari Perspektif Netralitas dan Keberpihakan, Kepemilikan dan Opini Publik.

Media adalah pilar keempat demokrasi dimana berfungsi sebagai pengawas pemerintahan yang sedang berkuasa dan sebagai saluran aspirasi masyarakat kepada pemerintah. Keberadaan media sangat penting untuk negara demokrasi, apalagi di era keterbukaan informasi seperti saat sekarang ini.

Media hari ini, khususnya televisi masi menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Data hasil survei Nielsen menunjukkan bahwa konsumsi media televisi menempati posisi tertinggi

dengan persentase 95% dan posisi kedua adalah internet dengan persentase 33% (Ariviyanti & Nurfebiaraning, 2017).

Hal sama diungkapkan katadata.co.id yang dilansir pada 10 November 2016 bahwa televisi masih menjadi media favorit masyarakat yang berusia 10 tahun ke atas. Data tersebut dikutip dari Badan Pusat Statistik 2015 .



Tabel 4: Akses Media Penduduk 10 Tahun ke Atas

Televisi sebagai salah satu medium propaganda yang dapat digunakan dalam literasi politik di Indonesia, namun bisa juga disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu untuk kepentingan politik baik secara kelompok maupun secara individu. Maka semestinya televisi menjalankan fungsi sebagaimana mestinya, sebagaimana yang dikatakan Effendy bahwa media massa dapat memberikan informasi, pendidikan, hiburan dan pengaruh pada hal-hal positif.

Regulasi tentang fungsi penyiaran (radio dan televisi) telah diatur dalam undang-undang yaitu, 1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial; 2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan (UU RI No. 32 Tahun 2002 Pasal 4 ayat 1 dan 2).

Untuk melihat titik kecenderungan Pemberitaan Partai Perindo di iNews kita dapat melihat dengan beberapa indikator di bawah ini:

a. Netralitas dan Keberpihakan

Netralitas dan keberpihakan dalam industri media adalah hal mutlak yang harus dimiliki demi menjaga integritas dari khalayak. Media harus bersih dari berbagai kepentingan kelompok dan individu. Keberpihakan media adalah keberpihakan kepada data dan fakta serta untuk kepentingan publik. Dalam Undang-Undang Penyiaran Pasal 5 Poin 'i' dikatakan bahwa lembaga penyiaran harus memberikan informasi yang benar, berimbang, dan bertanggung jawab. (UU No. 32 Tahun 2002)

Lembaga penyiaran harus memberitakan kepada publik sesuai data dan fakta dan tidak memihak ke salah satu objek yang diberitakan dan harus memberikan porsi yang sama dalam pemberitaan. Pasal 36 ayat 4 tentang isi siaran mempertegas pasal di atas bahwa "isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu". (UU No. 32 Tahun 2002). Mengutamakan kepentingan

kelompok tertentu ada pelanggaran yang sejatinya tidak boleh dilakukan oleh media penyiaran.

Menguji regulasi tersebut di atas dengan apa yang dilakukan oleh iNews dalam pemberitaan Partai Perindo. Pemberitaan Partai Perindo di iNews begitu masif dan intens dengan memperlihatkan berbagai kegiatan partai. Lalu kemudian apakah itu sudah sesuai dengan regulasi yang sebenarnya. Ketua Komisi Penyiaran Pusat, Yuliandre Darwis mengatakan saat wawancara bahwa:

“Kalau berbicara tentang iklan itu terbagi dua yaitu iklan komersil dan iklan layanan masyarakat, tidak ada yang berbicara tentang iklan politik. Kalau berbicara sebuah konten, Partai Perindo itu sudah sesuai dengan koridor konten yang membangun semangat dan sebuah informasi, jadi tidak ada yang berbenturan dengan UU”.

KPI Pusat melihat bahwa iklan perindo yang selama ini di iNews sudah sesuai dengan Undang-Undang Penyiaran. Namun memang dalam Undang-Undang tersebut bagian kedelapan tentang siaran iklan sama sekali tidak ada yang mengatur tentang iklan politik. Dan menurut penulis inilah salah satu kelemahan UU tersebut sehingga dapat dimanfaatkan oleh media dengan alasan ini adalah iklan komersil.

Padahal sebelumnya KPI telah melayangkan menjatuhkan sanksi teguran tertulis kepada MNC Media (RCTI, Global TV, MNC TV dan iNews) karena penayangan iklan Partai Perindo yang diketuai oleh Hary Tanoesoedibjo. Hardly Stefano (Komisioner KPI – Koordinator bidang pengawasan isi siaran) menganggap bahwa penayangan iklan tersebut adalah pelanggaran atas perlindungan kepentingan publik. Dia juga

menganggap bahwa dia telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) bahwa program siaran harus digunakan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan publik. (<https://nasional.tempo.co/read/874829/kpi-tegur-rcti-mnc-tv-global-tv-dan-inews-tv-ini-penyebabnya/full&Paging=Otomatis> diakses - 18 Agustus 2018).

Sementara pernyataan Sekretaris Jenderal Partai Perindo Ahmad Rofiq yang dikutip dari *KOMPAS.com* menganggap bahwa teguran KPI salah alamat. Rofiq mengatakan “bahwa iklan tersebut berbayar dan tidak gratis dan Perindo melakukan sesuai dengan ketentuan serta selama tidak ada aturan yang dilanggar maka Perindo akan jalan terus”. Sekjend Perindo malah menganggap KPI tidak bisa membedakan antara iklan dan siaran. (<https://nasional.kompas.com/read/2017/05/13/13575691/mnc.ditegur.soal.iklan.perindo.sebut.kpi.salah.alamat> - diakses 18 Agustus 2018)

Dua pemberitaan ini memperlihatkan kelemahan regulasi KPI Pusat dalam menindak pelanggaran penyiaran. Artinya, defenisi yang tertuang tentang isi siaran dalam undang-undang penyiaran tidak dijelaskan secara spesifik, sehingga ada celah yang dapat dimanfaatkan partai politik untuk melakukan iklan di media. kemudian tupoksi KPI dan KPU dalam menindak pelanggaran kampanye di media juga belum jelas. KPI hanya bisa melakukan peneguran terhadap media yang bersangkutan, bukan kepada partainya, di sisi lain KPU atau Bawaslu belum bisa bertindak

karena belum masuk masa kampanye. Senada dengan perkataan Ketua KPU Sul-Sul bahwa:

“kalau belum ada jadwal kampanye itu, apa yang dilakukan oleh Partai Perindo itu masi dinyatakan sebagai bagian dari sosialisasi, tetapi ketika suda ada jadwal kampanye maka kampanye itu atau tahapan kampanye harus dipatuhi”.

Ini menandakan bahwa sebelum penetapan masa kampanye ada yang terindikasi melakukan kampanye di media khususnya televisi maka belum bisa ditindak oleh KPU. Adapun yang bisa menindak adalah KPI namun hanya pada wilayah isi siaran bukan kampanye politiknya. Seharusnya suda ada regulasi yang mengatur hal itu tanpa harus menunggu penetapan masa kampanye baru kemudian ditindak.

Celah lain yang dapat dimanfaatkan oleh para politisi dan mungkin juga media bermain adalah peralihan dari iklan politik ke pemberitaan. Iklan politik iNews tentang Partai Perindo telah mendapat perhatian dari penyelenggara regulasi sehingga dirubah dalam bentuk pemberitaan, namun pemberitaannya bermuatan iklan. Eriyanto mengatakan dalam wawancara bahwa:

Berdasarkan regulasi iklan kampanye itu tidak boleh selama masa kampanye yang ditetapkan oleh KPU. Jadi tidak boleh setiap partai mengiklankan diri di media, karena kebanyakan partai bermain di pemberitaan namun agak bernuangsa iklan karena iklannya tidak boleh”.

Dalam konsep iklan politik, Sufyanto justru telah menjadikan iklan politik sebagai salah satu pembahasan dalam bukunya. Dia melihat bahwa iklan politik tidak hanya sekedar sebagai fenomena yang tidak

membawa arti bagi media. Justru iklan politik dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan media, karena menganggap bahwa iklan politik adalah segmentasi baru dalam iklan media. Kehadiran iklan politik dapat dimanfaatkan media sebagai sumber pendapatan yang sangat potensial. Namun dibalik itu ada konsekuensi yang harus ditanggung oleh media yaitu hilangnya idealisme sebagai aparatus ideologis. Media seharusnya menjadi perantara perjuangan masyarakat, namun justru yang terjadi adalah sebaliknya, yaitu media lebih mengutamakan kepentingan financial dari semua partai politik ketimbang sebagai alat perjuangan masyarakat. (Sufyanto, 2015: 240)

Lebih lanjutkan Ketua KPI Pusat menjelaskan ketika diberi pertanyaan tentang keberpihakan iNews kepada Partai Perindo dalam pemberitaan dan iklannya, dia mengatakan bahwa:

“Sekarang inikan, sebenarnya hari ini tidak ada lagi iklan seperti itu, jadi tidak ada lagi iklan politik apapun bentuknya baik itu Perindo, Nasdem dan sebagainya dan suda masuk masa kampanye. Tapi kalau berbicara konteks bagaimana Partai Perindo dan keberpihakan sebagainya, inikan harus dipisahkan antara seorang Pak Hary Tanoe yang juga Partai Perindo seolah memiliki media untuk melakukan itu, nah inikan agak bias ya, karena kebetulan apakah misalnya ada sala satu wakil ketua ternyata dia adalah pemilik televisi misalnya, apakah dia tidak bisa ikut partai politik, inikan suatu defenisi yang harus ditafsirkan benar dulu. Nah apakah keberpihakan dalam konteks, kalau pemberitaan itu wilayahnya dewan pers, tapi kalau bicara tentang norma iklan, iklan itu hanya ada dua di KPI yaitu komersil dan layanan masyarakat. Nah Partai Perindo adalah bagian dari sebuah iklan yang di kategorikan iklan komersil. Persoalan siapa yang memasukinya, apakah mau ketua umumnya siapa dan sebagainya itu adalah sesuatu yang biasa, tetapi ketika orang meributkannya oh ini ketua umumnya karena pemilik TV ya, nah ini yang agak repotkan. Ini defenisi seolah menjadi bias. Bagaimana kalau misalnya iklan lain yang beriklan disana, apakah boleh, kan begitu”.

Lain halnya yang di ungkapkan oleh Eriyanto dosen Pascasarjana Komunikasi Universitas Indonesia. Dalam wawancara saat di tanya tentang kepentingan ekonomi dan politik iNews dan Partai Perindo, dia mengatakan bahwa kedua kepentingan itu terintegrasi karena oligarki:

“Sebetulnya sih kedua-duanya, ini terjadi karena oligarki. Oligarki itu artinya pemilik media otomatis juga pemilik partai politik dan dia menggunkan semua *resources* yang dia punyai terutama ekonomi untuk keuntungan-keuntungan politik yang di masa depan ini akan berdampak juga. Jadi tidak bisa dipisahkan antara ekonomi dan politik. Apalagi kalau sekarang ekonomi membutuhkan proteksi politik juga apalagi ini adalah bisnis, perlu dukungan politik. Antara ekonomi dan politik itu agak sukar dan kabur, jadi keduanya sangat memungkinkan meskipun sekarang kebutuhannya lebih kepada tujuan politik bagaimana upaya memenangkan Partai Perindo, tapi dalam jangka panjang pasti ada kepentingan ekonomi juga”.

Hal senada juga disampaikan oleh Gun Gun Heryanto Pengamat Komunikasi Politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, mengatakan bahwa:

“Kedua-duanya, kepentingan ekonominya jelas karena sebagai media bisnis komersil, kepentingan politiknya karena di tahun politik kerap kali media menjadi saluran untuk desaminasi konstruksi untuk kampanye dan propaganda. Itu seringkali kemudian posisi media mempertemukan antara kepentingan ekonomi dan politik secara bersamaan”.

Kata netaralitas dan independensi adalah dua kata yang seringkali dikaitkan dalam dunia penyiaran. Netralitas adalah institusi media yang tidak memihak kepada siapapun kecuali kepada kebenaran data dan fakta serta kepentingan publik, sementara independensi adalah institusi media yang terbebas dari tekanan penguasa dan pemilik modal. Wibowo dalam KPI Pusat (2013: 67-69) mengatakan bahwa dialektika tersebut berpangkal dari masalah independensi pers dalam menghadapi kelompok-kelompok tertentu dan kekuatan modal. Istilah independensi pers

umumnya dipahami bahwa media bebas dari pemerintah dan masyarakat dengan prinsip-prinsip demokrasi. Namun semestinya istilah independensi ini harus dilihat secara kritis, apalagi jika dikaitkan dengan fenomena yang selama ini terjadi di lembaga penyiaran, sepertinya ada pergeseran makna dari istilah tersebut.

Kebebasan pers telah diatur dan dijamin oleh undang-undang yang sudah berjalan sebagaimana mestinya dengan proses produksi pers itu sendiri, sehingga menimbulkan pemikiran di antara keduanya yaitu idealisme jurnalistik dan institusionalisme pers. Idealisme jurnalistik berkaitan dengan profesionalisme seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya sedangkan institusionalisme pers adalah merujuk bahwa lembaga penyiaran adalah lembaga bisnis yang berorientasi pada keuntungan. Maka diperlukan profesionalisme seorang jurnalis yang tetap menjaga idealismenya dengan melandaskan diri pada prinsip etis agar tidak terjadi praktik politik informasi yang mengara pada monopoli pendapat umum atau penggiringan opini publik.

Maka dengan demikian profesionalisme tersebut harus menjadi perhatian karena masyarakat menganggap bahwa lembaga penyiaran itu sebagai pembentuk opini publik, jadi apa yang di agendakan oleh media akan menjadi agenda publik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa fenomena dimana pemerintah dan kelompok-kelompok tertentu berusaha menguasai dan mendekati media untuk memenangkan pertarungan wacana di ruang publik. Jika hal ini dibiarkan maka tentu akan menimbulkan masalah etis

jika fungsi jurnanisme dipahami sebagai tidak hanya sebatas pengelolah, penyaji, penyebar, penyiar, dan pengevaluasi informasi, tetapi lebih daripada itu jurnanisme punya fungsi sebagai tempat aspirasi, mengontrol lingkungan, sarana sosialisasi, sarana rekreatif dan edukasi. Maka dengan fungsi tersebut wajar jika lembaga penyiaran mempunyai beban tanggung jawab yang sangat berat untuk menjaga independensi lembaga atau institusinya agar tetap mendapat kepercayaan dari masyarakat luas. (KPI Pusat, 2013: 69)

b. Kepemilikan dan Opini Publik

1. Kepemilikan Media

Pada 1983 di Amerika dan Eropa diperkirakan hanya ada 50 orang konglomerat yang mendominasi kepemilikan media seperti televisi, radio, film, surat kabar, majalah, hingga penerbitan. Kemudian pada tahun 1997 setelah melalui proses merger dan akuisisi, para bangsawan yang menguasai media dunia, jumlahnya hanya 10 orang saja. Menurut Robert W McChesney, pada tahun 2000 penguasa media tinggal tiga *holdings* besar (Time Warner, Disney dan News Corporation). Mereka itulah yang sering sebagai *The Holy Trinity of the Global Media System*. (Subiakto & Ida, 2015: 125).

Terlihat kekhawatiran Chesney tentang kepemilikan media hanya dikuasai segelintir orang, karena produser budaya, informasi politik, dan ekonomi hanya terpusat pada segelintir orang saja dan bisa saja

menggunakan media tersebut untuk menggiring opini pribadi menjadi opini publik.

Hal di atas senada dengan apa yang disampaikan oleh Peter Golding dan Graham Murdock (2000) dalam Subiakto dan Ida (2015: 125) seorang ilmuwan ekonomi politik Inggris ini.

“Media as a political and economic vehicle, tend to be controlled by conglomerates and media barons who are becoming fewer in number but through acquisition, controlled the large part of the world's mass media and mass communication”.

Golding dan Murdock melihat ada kecenderungan bahwa media itu hanya dikendalikan oleh segelintir orang yang mempunyai modal besar dan menjadikan media sebagai kendaraan untuk mendapatkan keuntungan ekonominya dan kepentingan politiknya dengan cara menguasai sebagian besar media massa dunia.

Kemudian kita akan melihat konteks kepemilikan media di Indonesia yang juga sangat kompleks untuk didiskusikan. Menurut McQuail (2002) Media massa adalah media yang paling dominan, namun jika di spesifikasikan maka media penyiaran khususnya televisi yang paling dominan. Media televisi menggunakan frekuensi publik yang sangat terbatas beda dengan media cetak yang tidak memerlukan frekuensi untuk publikasi isi media. Maka dari itu frekuensi siaran harus di atur sedemikian rupa baik infrastrukturnya maupun isi siarannya. (Subiakto & Ida, 2015: 134)

Kepemilikan media harus dipahami secara baik dan kritis, jangan penguasa media menghegemoni negara dan masyarakat dengan semaunya untuk kepentingan politik dan ekonomi medianya. Jangan sampai pemilik media menggunakan medianya sebagai *political tool* untuk kepentingannya.

Berikut kita melihat daftar pemilik media televisi swasta nasional di Indonesia. 1) Hary Tanoesoedobjo (MNC Group) dengan medianya RCTI, GTV, MNCTV, iNes; 2) Abu Rizal Bakri (Viva Group) dengan medianya TVOne dan ANTV; 3) Surya Paloh (Media Group) dengan medianya Metro TV; 4) Eddy Kusnadi Sariaatmadja (Surya Citra Media) dengan medianya SCTV dan Indonesiar; 5) Chairul Tanjung (Trans Corp) dengan medianya Trans TV dan Trans 7; 6) Jakop Oetama (Gamedia Group) dengan medianya Kompas TV; dan 7) Wishnutama Roan Y. (Indika Group) dengan medianya Net TV.

Karut marut media dan politik di Indonesia mengingatkan kita pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014 lalu, dimana pertarungan media sangat jelas dalam memposisikan diri setiap pemberitaan. Surya Palo dengan Partai Nasdem banyak diberitakan di Metro TV dan Media Indonesia. Abu Rizal Bakri dengan Partai Golkar banyak dikampanyekan oleh VIVA Group (TVOne dan ANTV). Begitupun dengan MNC Group (RCTI, Global TV, MNCTV) yang memberikan porsi pemberitaan kepada Partai NasDem pada awalnya, kemudian pindah ke Partai Hanura. Masing-masing media memberikan porsi yang cukup

banyak kepada pemilik medianya yang sekaligus sebagai aktor politik. (Subiakto & Ida, 2015: 135).

Manuver politik Hary Tanoesoedibjo dapat dikatakan tidak konsisten, awalnya bersama Partai Nasdem dengan jabatan sebagai Dewan Pakar, kemudian pindah ke Partai Hanura dan mencalonkan diri sebagai Presiden dan Wakil Presiden bersama Wiranto (Ketua Umum Hanura), namun karena suara tidak mencukupi sehingga tidak dapat melanjutkan pencalonannya. Hary Tanoesoedibjo kemudian keluar dari Hanura dan memberikan kepada pasangan Prabowo-Hata dan Hanura merapat ke pasangan Jokowi-JK. Menjelang pemilihan Presiden 2019, Perindo mendeklarasikan untuk mendukung Jokowi maju sebagai Calon Presiden 2019 dan meninggalkan koalisi yang pernah terbentuk bersama Prabowo.

Mengerucuk ke salah satu sosok pemilik media yang tergolong baru dalam karir dunia politik yaitu Hary Tanoesoedibjo. Gun Gun Heryanto (2018: 392-393) menjelaskan kembali fenomena yang pernah terjadi bahwa Kehadiran Hary Tanoesoedibjo pemilik group besar Media Nusantara Citra (MNC) di antaranya RCTI, MNCTV, GlobalTV (GTV), SINDO (Sekarang iNews) dan sejumlah media cetak dan *online* dalam memberikan dukungannya kepada Partai Nasional Demokrat (NasDem) menjadi permasalahan yang mengkhawatirkan ruang-ruang publik khalayak yang sebelumnya juga pernah terjadi pada Abu Rizal Bakri dengan TVOne dan ANTV serta Surya Paloh dengan Metro TV.

Fenomena serupa terjadi pada saat Hary Tanoesodibjo mendirikan partai sendiri yaitu Partai Persatuan Indonesia (Perindo) pasca keluarnya dari Partai Hanura, layar MNC diwarnai dengan Partai Perindo. Salah satu stasiun televisi yang gencar membeberitakannya adalah iNews sebagai representasi televisi berita yang di bawah naungan MNC media setelah perubahan nama dari SINDO TV menjadi iNes TV pada tahun 2015.

Data pemberitaan yang penulis kumpulkan dari YouTube Official iNews mulai dari bulan Oktober 2017 sampai Maret 2018 tentang Partai Perindo, terlihat dalam pemberitaan keikutsertaan iNews dalam mendukung gerakan dan aktifitas Partai Perindo. Padahal dalam Undang-undang Penyiaran tentang Ketentuan Umum bahwa “dalam sistem penyiaran nasional sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), Negara menguasai spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk menyelenggarakan penyiaran guna sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. (UU 32 Nomor 2002 Pasal 6 Ayat 2).

Mengingat frekuensi adalah kekayaan negara yang sangat terbatas hanya digunakan untuk kepentingan masyarakat luas, bukan malah sebaliknya untuk kepentingan individu atau golongan tertentu yang hanya dinikmati oleh segelintir orang pemilik media.

2. Opini Publik dalam Agenda Media

Hafied Cangara memberitakan pengertian tentang opini publik atau pendapat umum setelah melihat beberapa pendapat dari beberapa toko bahwa “Pendapat umum ialah gabungan pendapat perseorangan mengenai suatu isu yang dapat mempengaruhi orang lain, serta memungkinkan seseorang dapat memengaruhi pendapat-pendapat tersebut. Ini berarti pendapat umum hanya bisa terbentuk kalau menjadi bahan pembicaraan umum, atau jika banyak orang penting (elit) mengemukakan pendapat mereka tentang suatu isu sehingga bisa menimbulkan pro dan kontra di kalangan anggota masyarakat”. (Cangara, 2016: 127).

Sedangkan menurut Umaimah Wahid (2016: 142) opini publik adalah respon khalayak terhadap berbagai pesan politik yang terima dari komunikator yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi. Salah satu contoh kasus yang diangkat oleh Wahid adalah kasus Pengangkatan Arcandra Tahar sebagai menteri ESDM oleh Presiden Jokowi. Secara profesional keilmuan, Arcandra Tahar tidak diragukan, bahwan dia sebagai pekerja profesional dibidang perminyakan di Amerika dan memiliki hak paten. Namun karena persoalan administrasi kewarga negaraannya ganda sehingga di persoalkan beberapa pihak hingga menjadi masyarakat Indonesia membicarakannya dan mendesak Presiden untuk segera memberhentikannya. Maka hanya 21 hari pasca pelantikannya sebagai menteri diberhentikan oleh Presiden.

Sedangkan menurut Edie (1975) dalam Nimmo (1978: 8) opini publik adalah “*The aggregate of views men hold regarding matters that affect or interest the community*” – (Kumpulan pandangan orang tentang hal-hal yang memengaruhi atau menarik minat komunitas). Jadi apa yang dibicarakan seseorang menarik perhatian orang untuk memperbincangkannya.

Pandangan secara umum disampaikan oleh Gamson (1995) dengan meyakinkan mengatakan bahwa gerakan perlu wacana media massa agar dapat terhubung dengan opini publik. Gamson tidak hanya menyatakan bahwa gerakan dapat menjangkau audien melalui media massa tetapi bahwa pemahaman bersama yang diciptakan oleh media adalah prasyarat untuk menjangkau, melalui media atau tidak melalui media, publik. Dalam hal ini gerakan partai politik membutuhkan media massa dalam menyampaikan wacana tersebut hingga mendapatkan opini publik. (Semetko & Scammell, 2016: 723)

Dari defenisi di atas penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa opini publik adalah perkataan pribadi yang disampaikan melalui sarana komunikasi (media) hingga khalayak tertarik memperbincangkan hala tersebut.

Bagaimana dengan praktik opini publik yang dilakukan oleh iNews terhadap Partai Perindo dalam pemberitaan sebagai agenda media. Dari pemberitaan tentang Partai Perindo yang tampil di layar kaca iNews, agenda media yang ingin dibangun bahwa Partai Perindo adalah partai

peduli terhadap rakyat kecil dengan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Ingin juga menggambarkan bahwa Partai Perindo adalah partai yang paling siap menghadapi pemilihan legislatif 2019 mendatang, dalam pemberitaan ditampilkan kesiapan beberapa DPW dan DPD disemua tingkatan lulus verifikasi faktual. Disamping juga digambarkan bahwa Partai Perindo adalah partai yang peduli dengan kerukunan beragama.

Kesemua pemberitaan tersebut telah menjadi agenda publik dengan semakin banyaknya yang memperbincangkan Partai Perindo, apalagi dengan iklan Marsnya, hampir semua usia dari anak-anak hingga dewasa dapat melafalkan lagu tersebut. Ini menandakan bahwa agenda Partai Perindo di iNews menjadi agenda publik.

Orang yang menguasai media (*media ownership*) akan sangat mudah membangun opini publik dengan melakukan berbagai strategi agenda media. Pemilik media dengan mudah dapat melakukan segala bentuk konstruksi menggunakan kekuasaannya, baik secara struktural maupaun secara fungsional.

Chomsky dan Herman model propaganda yang di terapkan dalam industri media Amerika Serikat oleh kelompok pemilik modal yang membuat kelompok tersebut mampu menetapkan premis-premis wacana publik, menentukan informasi apa yang boleh dikonsumsi publik, dan terus menerus mengelolah pendapat publik melalui propaganda. (Subiakto dan Ida, 2016: 124).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemberitaan Partai Perindo melalui saluran media televisi yaitu iNews mampu mengkonstruksi khalayak dengan berbagai agenda politik yang ditampilkan media. Dari hasil dan pembahasan penelitian ini dengan menggunakan *Critical Discourse Analysis* (CDA) versi Norman Fairclough, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. iNews melakukan konstruksi terhadap Partai Perindo dengan melalui dua cara yaitu pemberitaan dan iklan. 1) Konstruksi melalui pemberitaan dilakukan dengan cara meningkatkan intensitas dan durasi pemberitaan, iNews juga ikut menyebarkan ideologi Partai Perindo yaitu partai yang peduli dengan masyarakat kecil dengan pemilihan kosa kata dan pemilihan nara sumber dalam pemberitaan yang mendukung Partai Perindo. 2) Konstruksi melalui iklan dilakukan hampir sama dengan pemberitaan yaitu dengan peningkatan intensitas iklan dengan menggunakan slot iklan yang lebih banyak dan jam-jam utama (*prime time*).
2. iNews mendukung gerakan-gerakan politik Partai Perindo dalam pemberitaan, itu dilakukan melalui pemilihan kosa kata yang positif dan pemilihan nara sumber dalam teks dari Partai Perindo sendiri. Kepemilikan media Hary Tanoesoedibjo di MNC Group (iNews) membuatnya muda membangun opini publik untuk kepentingan politik

Partai Perindo. Implikasi dari konstruksi tersebut adalah terbentuknya opini publik di tengah masyarakat tentang Partai Perindo, namun hal itu belum dapat dikatakan sebagai suatu keberhasilan karena tujuan yang sesungguhnya adalah pemilihan legislatif dan presiden 2019.

B. Saran

Mengakhiri penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Media Televisi (iNews) adalah media massa yang memiliki kekuatan yang sangat kuat dalam mengkonstruksi sesuatu. Maka dari itu hendaknya iNews melakukan konstruksi yang dapat membangun masyarakat secara luas sesuai dengan fungsi media massa itu sendiri. Media massa secara umum dan iNews secara khusus tidak boleh melakukan konstruksi dalam pemberitaan untuk kepentingan golongan tertentu apalagi kepentingan pemilik media. media sejatinya harus hadir untuk memenuhi kebutuhan publik, bukan hadir untuk golongan tertentu atau kepentingan politik pemilik media.
2. Untuk penyelenggara penyiaran dalam hal ini Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) agar segera melakukan revisi Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) Tahun 2012 untuk memperjelas dan mempertegas regulasi yang ada. Rekomendasi revisi dari penulis adalah: 1) Tupokasi antara KPI dan KPU dalam mengawasi dan menindak kampanye politik di media eletronik (televisi dan radio); 2)

Isi siaran iklan supaya mengatur di dalamnya secara spesifik tentang iklan politik. 3) Sebelum penetapan masa kampanye oleh KPU, semestinya suda ada regulasi yang jelas untuk mengatur bentuk sosialisasi partai (atau apapun namanya) agar tidak terjadi monopoli frekuensi, terutama bagi pemilik media yang berafiliasi dengan Partai Politik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, E. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama. Bandung.
- Armando, A. 2016. *Televisi Indonesia di Bawah Kapitalisme Global*. Kompas. Jakarta.
- Badara, A. 2012. *Analisis Wacana: Teori, Metode dan Penerapannya pada Wacana Media*. Kencana. Jakarta.
- Bungin, B. 2015. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Kencana. Jakarta.
- _____. 2018. *Komunikasi Politik Pencitraan: The Social Construction of Public Administration (SocPA)*. Kencana. Jakarta.
- Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- _____. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Centre for Innovation Policy & Governance. *Tentang Media dan Demokrasi. Modul Creame*, 17.
- Chasanah, S. U. 2013. *Pemasaran Sosial Kesehatan*. Deepublish. Yogyakarta.
- Chomsky, N. 2017. *How the World Works*. Benteng. Yogyakarta.
- Creswell, J. W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. SAGE Publications. California.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis. Yogyakarta.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. 2015. *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education. New York.

- Heryanto, G. G. 2018. *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Ircisod. Yogyakarta.
- _____. 2018. *Problematika Komunikasi Politik: Bingkai Politik Indonesia Kontemporer*. Ircisod. Yogyakarta.
- Hamad, I. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Granit. Jakarta.
- Haryatmoko. 2017. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Hasrullah. 2014. *Opium Politik dan Dramaturgi*. Prenada Media. Jakarta.
- Kaid, L. L. 2015. *Handbook of Political Communication Research*. Nusa Media. Bandung.
- Komisi Penyiaran Indonesia Pusat. 2013. *Kedaulatan Frekuensi: Regulasi Penyiaran, Peran KPI, dan Konvergensi Media*. Kompas. Jakarta.
- Semetko, H. A. & Scammell, M. 2016. *Handbook Komunikasi Politik*. Nusa Media. Bandung.
- Subiakto, H & Ida, R. 2015. *Komunikasi Politik, media, dan demokrasi*. Kencana. Jakarta.
- Sufyanto. 2015. *Selebritisasi Politik: Kajian Dramaturgi, Habitus dan Tindakan Komunikatif Aktor Pemilu*. Nusa Media. Bandung
- Kusmadi, & Samsuri. 2012. *UU Pers dan Peraturan-Peraturan Pers*. Dewan Pers. Jakarta.
- Mosco, V. 1996. *The Political Economy of Communication*. Queen's University. Canada.
- Nimmo, D. 2011. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Rosdakarya. Bandung.
- _____. 1978. *Political Communication and Public Opinion in America*. Goodyear Publishing Company. California.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers. Jakarta.

- Pureklolon, T. T. 2016. *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Unde, A. A. 2015. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Prenada. Jakarta.
- Vivian, J. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. Kencana. Jakarta.
- Yin, K. 2009. *Studi Kasus Desain & Metode*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Wahid, U. 2016. *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.

Jurnal, Tesis dan Disertasi

- Ariviyanti, B. C., & Nurfebiaraning, S. 2017. *Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo: Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo "Mars Perindo Versi 2"*. *Jurnal Chanel*. 5: 1.
- Azis, A. A. 2015. *Konstruksi Pencitraan Maskulinitas pada Majalah Men's Health Indonesia Versus Feminitas pada Majalah Women't Health Indonesia (Analisis Semiotika Sampul Dua Majalah Gaya Hidup Masyarakat Metropolis)*. Tesis. Makassar: Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi FISIP UNHAS.
- Hakim, A. 2008. *Konstruksi Pemberitaan Media Terhadap Kampanye Calon Gubernur Sulsel 2008 di Harian Fajar dan Tribun Timur: Suatu Studi Analisis Wacana*. Tesis. Makassar: Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi FISIP UNHAS.
- Pratopo, W., M. 2017. *Komodifikasi Wartawan di Era Konvergensi: Studi Kasus Tempo*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. 6: 2-129.
- Rianto, A. A. 2014. *Kolonisasi Ruang Publik Pemilu Studi Kasus Iklan Politik Partai di Televisi pada Pemilu Legislatif 2014*. Tesis. Jakarta: Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.
- Rosalia, L. 2014. *Konglomerat Media Sebagai Elite Politik: Wacana dalam Pemberitaan Hary Tanoesoedibjo di Koran Sindo*. *Jurnal E-Komunikasi*. 2: 1-2.

Segari, K. S. 2014. *Analisis Framing Pemberitaan Partai Nasdem Pada Masa Kampanye Pemilihan Legislatif Tahun 2014 di Surat Kabar Kompas, Media Indonesia dan Koran Sindo*. Tesis. Jakarta: Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.

Suryadi, Israwati. 2011. *Peran Media Massa Dalam Membentuk Realitas Sosial*. *Jurna Academica Fisip Untad*. 3: 2-637.

Wenerda, I. 2015. *Ekonomi Politik Vincent Moscow oleh Media Online Entertainment kapanlagi.comTM*. *Jurnal Channel*. 3: 1-6.

Internet

DPD Perindo Kab. Pasuruan. (19 Agustus 2018). *Arti Lambang Partai Perindo*. <http://www.dpdperindokabpasuruan.com/p/tujuan-partai-perindo.html>

Erlin Wulandari. (19 Agustus 2018). *Hary Tanoesoedibjo Resmi Menjadi Kakek*. http://www.kompasiana.com/erlinwulandari/hary-tanoesoedibjo-resmi-menjadi-kakek_552c3ad46ea83474158b4645

MNC Group. (28 Februari 2018). *Informasi Pemegang Saham*. <https://www.mncgroup.com/page/about/informasi-pemegang-saham>

Movanita, A. N. (18 Februari 2018). *Menanti Gebrakan Empat Partai Baru Peserta Pemilu 2019*. Jakarta: Kompas.com.

Partai Perindo. (19 Agustus 2018). *Orasi Politik Ketum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo dalam Deklarasi Partai Perindo 7 Februari 2015*. <https://tirto.id/menancarkan-mars-perindo-lewat-stasiun-tv-milik-pribadi-nn>

Puspa Puspita. (20 Agustus 2018). *Calon Didukung Menang di Pilkada 2018: Tunggu Hasil Resmi KPU*. <https://partaiperindo.com/?p=72726>

Puspa Puspita. (20 Agustus 2018). *8 Paslon Didukung Perindo Sulsel Menang Pilkada Versi Quick Count*. <https://partaiperindo.com/?p=72642>

Rakhmat Nur Hakim. (01 Mei 2018). *Sejarah Partai Perindo dan Penantiannya di Pemilu 2019*. <https://nasional.kompas.com/read/2018/02/22/08292081/partai-Perindo-dan-penantiannya-di-pemilu-2019>

Rizaldi. (04 Maret 2018). *Kepemilikan Group Media di Indonesia*. <https://www.google.co.id/amp/s/rizaldiimamr.wordpress.com/2015/10/05/kepemilikan-group-media-di-indonesia/amp/>

Tirto (19 Agustus 2018). *Menancapkan Mars Perindo Lewat Stasiun TV Milik Pribadi*. <https://tirto.id/menancapkan-mars-perindo-lewat-stasiun-tv-milik-pribadi-nn>

Tribun Manado. (01 Mei 2018). *Sejarah Partai Perindo dan Penantiannya di Pemilu 2019*. <http://manado.tribunnews.com/2018/02/22/sejarah-partai-perindo-dan-penantiannya-di-pemilu-2019>

Wahyu Aji. (21 Agustus 2018). *Ketum Perindo Resmikan Lembaga Yayasan Peduli Pesantren*. <http://www.tribunnews.com/nasional/2016/12/05/ketum-perindo-resmikan-lembaga-yayasan-peduli-pesantren>

Berita 1 : 02 Oktober 2017
Jenis Berita : iNews Siang
Durasi : 02.06 menit
Judul Berita : Gerobak Perindo Mampu Meningkatkan Pendapatan Para Pelaku UMKM

Presenter:

Kembali di iNews siang, pemirsa salah satu yang membuat sebuah negara dapat bersaing di kanca internasional dan unggul dalam perekonomian adalah masyarakatnya yang mendapat kemudahan dalam memulai usaha. Tak hanya modal dan infrastruktur, pembinaan dalam berdagang juga sangat dibutuhkan.

Narator:

Sudah hampir dua tahun gerobak UMKM Partai Perindo diberikan kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan Partai Perindo sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat kecil. Rizal pedagang jus buah yang berjualan di kawasan menteng Jakarta Pusat merasa senang dan bersyukur karena dalam sehari-harinya bisa meraut keuntungan 800 hingga 1 juta rupiah setelah berjualan menggunakan gerobak Perindo.

Rizal (Pedagang Jus Buah):

“Penjualan sih meningkat, dari hari-haritan pelanggan kita juga makin bertambah mungkin dari arah raden saleh, dari kantor-kantor lain pada kemari semua pesan, ada juga pesan antar, lewat via telpon juga bisa. Inikan untuk penjualan sendiri makin meningkat”.

Narator:

Hal senada juga dialami Suyono pedagang Mie Ayam yang juga bisa meningkatkan omset penjualan setelah berjualan menggunakan gerobak Perindo. Tidak hanya bertambahnya pendapatan, Suyono merasa senang karena mie ayam miliknya menjadi lebih terkenal.

Suyono (Pedagang Mie Ayam):

“Ada perubahan, perubahannya ya gitu dikenal orang, komsumen banyak, nambahlah istilahnya”.

Narator:

Tidak hanya memberikan gerobak gratis untuk berjualan, Partai Perindo akan memberikan pembinaan secara berskala kepada para pelaku UMKM untuk membantu pengembangan usaha yang telah dirintis.

Dari Jakarta MNC Media Melaporkan.

Berita 2 : 18 Oktober 2017

Jenis Berita : iNews Petang

Durasi : 02.16 menit

Judul Berita: Kartini Perindo Siapkan Strategi Hadapi Pemilu

Presenter:

Keterlibatan wanita Indonesia dalam kanca perpolitikan dinilai masi minim walau menurut UU tiap partai politik harus memiliki perwakilan wanita yang merata. Partai Perindo saat ini melakukan berbagai persiapan untuk menguatkan partisipasi wanita dalam politik.

Narator:

Kipra perempuan di kanca perpolitikan tanah air saat ini dirasa masi minim padahal kesempatan dibuka luas sesuai amanat UU Pemilu No. 7 Tahun 2017 pasal 173 ayat 2 dimana kewajiban Partai yang mengikuti pemilu 2019 mendatang harus memenuhi 30 persen keterwakilan perempuan. Di banten keterwakilan perempuan pada pemilu 2019 menjadi hal yang di targetkan Kartini Perindo Provinsi Banten. Sejumlah langkah dan strategi dipersiapkan sehingga caleg perempuan dari partai perindo dapat bersaing merebut suara para pemilih.

Rini Soraya (Ketua Kartini Perindo Banten)

“Dari awal Partai Perindo suda memang fokus ya, untuk melaksanakan tertib administrasi pastinya, jadi memang kita kemarin sangat konsen dalam persiapan verifikasi di tingkat KPU”

Narator

Selain itu Kartini Perindo juga terus berkomitmen untuk membantu dan membangun masyarakat melalui berbagai macam program partai demi mewujudkan kesejahteraan Indonesia, salah satunya dengan menggelar bakti sosial di Jl. Kebagusan Raya Kelurahan Jagakarsa Pasar Minggu Jakarta Selatan. Dalam kegiatan ini Kartini Perindo membagikan 300 paket beras kepada masyarakat yang membutuhkan.

Eva Mutia (Sekretaris Jedral DPP Kartini)

“Masyarakat hari ini ramai sekali, mereka senang sekali, mukanya sangat bahagia, mereka semuanya senang kita datang dari Partai Perindo karena bakti sosial ini adalah salah satu program Partai Perindo”.

Sahrianta Tarigan (Ketua DPW Partai Perindo DKI Jakarta)

“Kita membantu masyarakat sesuai dengan instruksi Pak Ketum, Pak Hary Tanoesoedibjo kita harus memperhatikan masyarakat sampai kelas bawa”

Narator:

Baksos yang dilakukan Kartini Perindo disambut antusias oleh masyarakat sekitar.

Wiwi (Ketua RT 07/RW 03 Kelurahan Jagakarsa)

“Warga sekitar di Kelurahan Jaga Karsa Alhamdulillah mendapat bantuan dari Perindo”

Narator

Di usianya yang ke 3, Partai Perindo melalui berbagai program berkomitmen membantu masyarakat kecil untuk dapat meningkatkan kesejahteraannya menjadi lebih baik.

Tim liputan MNC Media melaporkan.

Berita 3 : 11 November 2017
Jenis Berita : iNews Sore
Durasi : 02.37 menit
Judul Berita : DPP Partai Perindo Salurkan Bantuan 22 Unit Ambulance ke 19 Provinsi

Presenter:

Pemirsa, Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Perindo menyerahkan bantuan 22 unit mobil ambulance sejumlah pengurus Perindo wilayah di Indonesia. 22 unit ambulance ini disalurkan ke 19 Provinsi di Indonesia agar dapat segera digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan. Bantuan ini menjadi kontribusi nyata Perindo bagi masyarakat Indonesia.

Narator:

Pelayanan kesehatan yang layak menjadi hak setiap warga negara Indonesia, tidak hanya pemenuhannya diatur dalam UUD 1945, kesehatan juga menjadi indikator kesejahteraan karena kondisi kesehatan yang baik berbanding lurus dengan produktifitas masyarakat. Partai Perindo turut berkontribusi dengan menyediakan fasilitas pelayanan kesehatan berupa unit mobil ambulance gratis bagi masyarakat. Termasuk yang terbaru yakni 22 unit mobil ambulance yang disalurkan sejumlah pengurus Perindo wilayah di Indonesia. penyerahan mobil ambulance Perindo yang merupakan tahap ke 5. Ini dilakukan secara simbolis di kantor DPP Perindo Menteng Jakarta Pusat. Bantuan tahap ke 5 ini disalurkan ke 19 Provinsi dan suda ada 210 total unit mobil ambulance Perindo yang dibagikan secara nasional.

Hary Tanoesoedibjo (Ketua Umum Partai Perindo)

“Tentu begini, keberadaan partai itu kan membangun masyarakat dan Partai Perindo konsisten dengan itu, bagaimana kami menunjukkan dedikasi daripada kami semua, bahwa kami hadir untuk memberikan nilai positif, membantu dan membangun masyarakat kita khususnya yang membutuhkan. Oleh karena itu hari ini kami melepas 22 ambulance dibagikan ke 19 Provinsi. Ini melengkapi total ambulance yang suda kami bagikan jumlahnya 210. Bukan jumlah yang kecil dan saya berharap tentunya ini bisa lebih bermanfaat lagi bagi masyarakat kita”

Munawir Yakub (Ketua DPD Partai Perindo Kabupaten Mimika Papua)

“Dan memang ini ditunggu-tunggu dan ini sangat bermanfaat, dipapua sangat dibutuhkan ambulance”.

Adin Denny (Ketua Umum DPP Rescue Perindo)

“Kita suda melayani hampir 3 tahun dan alhamdulillah masyarakat bisa terbantu untuk bisa melayani baik itu kerumah sakit ataupun untuk yang meninggal atau kemalangan”.

Narator:

Bantuan unit ambulance ini tidak lain merupakan upaya Perindo untuk menghadirkan solusi alternatif dari persoalan ril yang dihadapi masyarakat, hal ini pula yang menjadi kontribusi nyata Partai Perindo untuk menghadirkan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia.

Dari Jakarta tim liputan iNews melaporkan

Berita 4 : 22 November 2017

Jenis Berita : Special Report

Durasi : 11.45 menit

Judul Berita: Deklarasi Walikota dan Wakil Walikota Makassar yang Didukung Partai Perindo

Presenter:

Anda masi menyaksikan special report dan pemirsa kita akan menuju ke Makassar Sulawesi Selatan, ini ada informasi terkait deklarasi pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota Makassar Danny Pamanto dan Indira Mulyasari yang diusung oleh Partai Perindo. Kita bergabung bersama Reni Angreini disana.

Presenter : Selamat sore Reni, apakah acara deklarasi suda dimulai saat ini?

Reporter : Iya, Selamat Sore Fandi. Dari makassar sendiri memang hari ini rencananya akan digelar deklarasi dari Wali Kota Makassar yaitu Danny Pomanto dengan pasangannya Indira Mulyasari dan saat ini deklarasi baru saja dimulai sekitar 10 menit yang lalu dimana kedua pasangan calon ini suda menaiki perahu phinisi kemudian menaiki panggung dan nantinya akan melakukan sejumlah orasi untuk menyampaikan visi misi terkait dengan rencana pencalonan sebagai Walikota untuk periode tahun mendatang, dimana memang Danny Pomanto sendiri merupakan Walikota Makassar periode saat ini dan berencana untuk mencalonkan kembali untuk periode pilkada 2018 dengan pasangannya Indira Mulyasari. Bisa kita ketahui sendiri bahwa Dani Pomanto ini merupakan calon petahana yang didukung oleh sejumlah partai (cat: Perindo, PKS dan PPP) khususnya yaitu Partai Perindo yang menjadi pengusung partai yang mendukung pasangan ini. Tidak hanya itu juga, Danny Pomanto sendiri merupakan Walikota dengan sejumlah prestasi yang di ukir yaitu banyaknya karya-karya yang di ukir selama menjabat menjadi Walikota dan tidak hanya itu juga bisa diliat di belakang bahwa sejumlah dukungan dari partai pendukung dan juga dari masyarakat yang menyaksikan bagaimana proses deklarasi digelar juga terus berdatangan dan saat ini tengah berlangsung doa bersama dilakukan yang dipimpin untuk mewujudkan apa yang ingin dicapai dalam memimpin Makassar untuk dipilkada 2018. Dan Fandi kami juga nantinya akan terus memberikan informasi kepada anda bagaimana proses deklarasi ini berlangsung dan apa saja visi misi dan juga target yang ingin dicapai Danny Pomanto beserta pasangannya pada saat menjadi walikota mendatang. Dan mari kita ikuti proses deklarasi yang saat ini tengah berlangsung” Fandi.

----Proses Deklarasi – Penayangan film dokumenter tentang prestasi dan capaian Danni Pomanto selama menjadi Walikota Makassar----

Pemirsa special report masi akan kami lanjutkan usai jeda berikut.

Berita 5 : 18 Desember 2017
Jenis Berita : iNews Prime
Durasi : 11.45 menit
Judul Berita : Ketua Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo Hadiri Undangan Partai Golkar

Presenter:

Pemirsa kita akan bergabung dengan rekan Abraham Silabam yang berada di arena Munaslub Partai Golkar di Senayan Jakarta. Malam yang bersejarah untuk Partai yang berlambang beringin ini yang juga menjadi soko guru dari partai politik di Indonesia. Kita dengarkan bagaimana informasi terbaru dari Abraham Silaban di JCC.

Abraham Silaban

"Zaki dan Pemirsa dapat kami sampaikan langsung dari JCC Senayan Jakarta tempat dimana MUNASLUB Partai Golkar akan segera dimulai. Kita ketahui bersama bahwa RAPIMNAS sudah selesai digelar namun MUNASLUB ini adalah momentum dimana Partai Golkar akan mengukuhkan, menetapkan terlebih dahulu mengukuhkan Herlangga Hartanto sebagai Ketua Umum Partai Golkar periode 2017-2022 mendatang. Ini akan menjadi momentum politik untuk menjawab kedepan siapa yang akan menjabat sebagai ketua DPR RI dan kemudian bagaimana struktur kepengurusannya, namun kami pastikan bahwa tidak hanya kader Partai Golkar, 2000 kader Partai Golkar hadir disini mulai dari DPD tingkat I, DPD tingkat II, namun pada akhirnya ada sejumlah politisi senior yang juga hadir disini sebagai tamu undangan khusus dan terhormat, kami tadi lihat Pak Zulkifli Hasan ketua Umum PAN dan baru saja hadir Ketua Umum Partai Perindo Pak Hary Tanoesoedibjo,

Abraham : Selamat malam Pak Hary

HT : Selamat malam

Abraham : Apa kabar Pak?

HT : Baik-baik sekali

Abraham : Pak, inilah adalah momentum MUNASLUB Golkar, kita tau partai ini sebetulnya sedang dalam dilema internal kemudian ada semacam kondisi politik yang begitu dinamis, mulai dari ketua DPR RI kemudian dari internal partainya pemilihan ketua umumnya, seperti apa tanggapan Bapak selaku politisi senior dan tamu undangan disini Pak?

HT : Saya rasa wajar saja MUNASLUB ini terjadi, karena saya tidak mau ikut campur masalah internal partai, Golkar khususnya tapi kalau misalnya mereka ada permasalahan sah sah saja mereka memilih ketua umum baru. Jadi saya sebagai tamu undangan disini, saya baru pulang dari Amerika baru jam 3 tadi, saya liat di kantor ada undangan makanya saya datang kemari secara khusus untuk Partai Golkar. Sesama rekan partai kami harus saling menghormati.

Abraham : Momentum politik kedepan akan semakin bisa dikatakan "Ganas" 171 kabupaten/kota termasuk provinsi nanti akan berkontestasi dalam pilkada serentak. Banyak yang menyebutnya sebagai tahun politik tahun 2018, apa tantangan, apa yang perlu disiapkan baik itu dari instrumen KPU, KPUD dan juga pengamanan di wilaya-wilaya?

HT : Memang tahun 2018 tahun politik yang sangat luar biasa karena 171 pilkada, saya rasa semua partai akan bersiap-siap mempersiapkan dengan baik, paling tidak supaya calonnya itu bisa jadi. Wajar saja karena tahun 2019 akan

menghadapi pemilu nasional, jadi dinamikanya akan sangat luar bias tentunya dan diharapkan KPU dan seluruh aparat tentunya polisi, juga dari TNI supaya siap-siap mempersiapkan diri dengan baik karena kalau tidak salah itu mewakili kurang lebih sekitar 70 sampai 80 persen penduduk Indonesia, jadi seperti pemilu saja cuma klasternya kecil-kecil dan bersamaan. Jadi secara keamanan dan kesiapan administratif harus baik supaya semuanya berjalan dengan lancar, itu harapan kita semua.

Abraham : Sebagai ketua umum Partai Perindo, partai yang memang diperhitungkan dalam kontestasi politik, karena KPU suda kemudian masuk dalam tahapan itu dalam proses, apa yang harus dipersiapkan dan bagaimana kesiapan dan kematangan Partai Perindo Pak?

HT : Ya kami mempersiapkan dengan baik tentunya seluruh pengurus partai diseluruh jajaran semua tingkatan pusat, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan bahkan sampai desa/kelurahan supaya betul-betul banyak turun ke masyarakat karena dikenal saja tidak cukup kita harus memastikan partai kita dan juga figur-figur para pengurusnya disukai oleh masyarakat.

Abraham : Pertanyaan terakhir saya ke Pak Hary, Pak Hary kerap kali menghadiri semacam MUNASLUB seperti ini, Pak Hary juga tadi mengatakan baru datang dari luar negeri kemudian bela-belain datang ke JCC dan juga semacam acara-acara kepartaian lainnya, apakah ini cara menjaga iklim politik yang baik sesama menghargai sesama pengurus teras pejabat teras Partai politik?

HT : Tentu, kami bersaing secara sportif secara positif dan kita berkawan tentunya, pada akhirnya politik itu kan tidak bisa sendiri harus saling menunjang saling mengisi tujuannya satu bagaimana kita bisa membuat bangsa kita lebih baik lagi, Indonesia yang maju rakyatnya sejahtera, itu tujuan kita bersama.

Abraham : Pak Hary Tanoesoedibjo Ketua Umum Partai Perindo, terima kasih suda berbincang bersama kami, terima kasih untuk waktunya.

Dan pemirsa itu dia yang sempat kami sampaikan dan kita bisa melihat sebetulnya ada jajaran pengurus teras Partai Golkar yang tiba di JCC Senayan secara bergantian kami tadi menyaksikan Pak Akbar Tanjung, Aji Syamsuddin, Syahrul Yasin Limpo dari Sulsel dan beberapa pejabat lainnya, sedikitnya ada 2000 kader dari partai Golkar dari DPD tingkat II, DPD tingkat I yang juga turut hadir disini dan dipastikan orang nomor satu republik ini Presiden Jokowi akan hadir disini untuk membuka MUNASLUB Partai Golkar yang dijadwalkan pada pukul 19.30 wib, sehingga pengamanan yang kami saksikan disini adalah begitu ekstra, begitu ketat kami juga menyaksikan serangkaian persiapan yang suda dilakukan oleh panitia. Kita akan saksikan dan kita akan simak apa-apa yang terbaru nanti dari JCC Senayan Jakarta. Saya kembalikan terlebih dahulu rekan saya di studi, Zaki.

Presenter, Baik terima kasih Abraham atas laporan anda, tentunya kami akan menunggu lagi informasi terbaru langsung dari JCC.

Berita 6 : 21 Desember 2017
Jenis Berita : iNews Pagi
Durasi : 02.33 menit
Judul Berita : Persyaratan dan Dokumen Lengkap, DPD Perindo Berbagai Daerah Lolos Verifikasi

Presenter:

Tahapan verifikasi faktual partai politik sebagai syarat menjadi peserta politik 2019 tengah dijalani Partai Perindo di seluruh Indonesia dengan berbagai persyaratan yang telah di siapkan. Sebagai calon peserta pemilu para pengurus partai Perindo dimasing-masing daerah telah mempersiapkan segala persyaratan sebelum verifikasi faktual digelar.

Narator:

Tahapan verifikasi faktual partai politik sebagai syarat menjadi peserta pemilu 2019 tengah dijalani partai perindo di seluruh Indonesia dengan berbagai persyaratan yang telah disiapkan. Pada tahapan verifikasi faktual ini DPD Partai Perindo Kab. Katingan Kalimantan Tengah dinyatakan lolos verifikasi setelah KPUD setempat memeriksa kelengkapan berkas sesuai persyaratan. Kelengkapan syarat kepengurusan, domisili kantor dan keanggotaan juga dapat dipenuhi DPD Partai Perindo Kab. Kulungkung Provinsi Bali yang dinyatakan lolos tahapan verifikasi. Partai Perindo pun juga telah mempersiapkan diri untuk maju pada pemilu legislatif.

Gatin Rangkai (Ketua DPD Perindo Katingan):

“Dan saya pikir untuk Pileg 2019 Perindo mengtargetkan harus ada duduk di DPRD”

Ketua DPD Perindo Kab. Kelungkung Prov. Bali

“Target kami 1 praksi, minimal 1 praksi setiap daerah pemilihan kami menargetkan 1 kursi”

Narator

Dari Provinsi Jawa timur DPD Partai Perindo Tuban, Mojokerto dan Jombang dinyatakan lulus tahapan verifikasi faktual setelah KPUD setempat melakukan pemeriksaan berkas masing-masing DPD sebagai calon peserta pemilu para pengurus Partai Perindo di masing-masing daerah ini telah mempersiapkan segala persyaratan sebelum verifikasi faktual di gelar.

Ketua DPD Perindo Tuban

“Alhamdulillah dari penelitian KPUD Tuban untuk Partai Perindo untuk Kab. Tuban dapat memenuhi syarat”.

Ketua DPD Perindo Mojokerto

“Pagi hari ini suda dilakukan verifikasi oleh KPU dan hasilnya seluruh apa yang diverifikasi memenuhi syarat semua”

Ketua DPD Perindo Jombang

“Kita sesuai dengan aturan di KPU, jadi kita memenuhi syarat, kita bisa menunjukkan domisili”

Narator

Lolosnya satu per satu Partai Perindo di daerah dalam tahapan ini tidak terlepas dari kesiapan para pengurus di daerah serta para kader untuk menjadikan partai besutan Hary Tanoesoedibjo ini sebagai peserta pemilu 2019. Hal ini tentunya semakin memantapkan partai perindo sebagai partai yang dekat dengan masyarakat sesuai visi misinya menjadikan masyarakat Indonesia sejahterah.

Tim iNews melaporkan.

Berita 7 : 16 Januari 2018
Jenis Berita : iNews Siang
Durasi : 02.55 menit
Judul Berita : Partai Perindo Resmi Dukung Edy Rahmayadi di Pilgub Sumut 2018

Presenter:

Partai Perindo resmi mengusung Letnan Jedral TNI Purnawirawan Edy Rahmayadi untuk melaju dalam pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2018. Partai Perindo menilai, selain memiliki segudang pengalaman di dunia militer dan olah raga, komitmen Edy Rahmayadi membangun Provinsi Sumatera Utara juga sejalan dengan sikap Partai Perindo.

Narator:

Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) sepakat mengusung Edy Rahmayadi dan Musa Rajekshah sebagai pasangan bakal calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara 2018. Hal ini ditegaskan oleh ketua umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo di Jakarta, Partai Perindo menilai duet Edy dan Ijeck memberi harapan baru bagi masyarakat Sumatera Utara. Sosok Edy Rahmayadi memiliki rekam jejak positif baik selama berkarir di dunia militer maupun di organisasi persatuan sepak bola Indonesia PSSI yang dipimpinnya. Sementara itu Ijeck sapaan Musa Rajekshah adalah sosok muda berprestasi dan dinilai layak mendampingi Edy Rahmayadi. Komitmen Edy dan Ijeck membangun masyarakat yang lebih baik juga sejalan dengan sikap Partai Perindo.

HT:

“Saya rasa beliau sangat cocok membangun Sumatera Utara, itulah kenapa kami putuskan Partai Perindo untuk memilih mendukung beliau sebagai cagub yang kami dukung dari Partai Perindo. Mungkin Perlu kita pisahkan disini sebagai calon Gubernur tentunya untuk membangun Sumatera Utara menjadi Sumatera Utara yang diharapkan oleh masyarakat Sumatera Utara tentunya dan saya yakin beliau memiliki kapasitas untuk itu tapi dilain itu sebagai ketua umum PSSI kita juga melihat prestasi beliau begitu besar komitmennya untuk membesarkan PSSI tentunya bagaimana pola sepak bola bisa menjadi kebanggaan kita di dunia internasional.

Narator:

Edy Rahmayadi menyambut baik keputusan Partai Perindo mendukung pencalonan dirinya sebagai calon Gubernur Sumatera Utara 2018. Bersama partai Perindo Edy siap memajukan Provinsi Sumatera Utara.

Edy:

“Kami sama-sama pernah kerja sama tentang tadi yang disampaikan tentang urusan bola sehingga sama-sama sudah tahu jiwanya. Dan saya cukup tahu bahwa Perindo cukup besar di Sumatera Utara, kita butuh bersatu untuk membangun Sumatera Utara”

Narator:

Edy Rahmayadi bukan sosok asing bagi warga Sumatera Utara, lelaki berusia 56 tahun ini berasal dari keturunan Melayu Deli. Edy pernah bertugas di Sumatera Utara sebagai Panglima Kodam 1 Bukit Barisan, sebelumnya menjabat Komandan Yonif Linut 100 Prajurit Setia bermarkas di Namusira Sira Langkat Sumatera Utara. Terkait pencalonannya pada pilkada Sumatera Utara 2018, Edy mengundurkan diri dari jabatannya sebagai Pangkostrat. Di dunia olah raga Edy dikenal sebagai ketua umum PSSI.

Dari Jakarta tim liputan iNews melaporkan

Berita 8 : 25 Januari 2018
Jenis Berita : iNews Sore
Durasi : 02.00 menit
Judul Berita : Peduli Masyarakat, Kartini Perindo Berikan 250 Beras Paket Gratis di Bogor

Presenter:

Kita keinformasi lainnya pemirsa, Partai Perindo membuktikan kepada masyarakat sebagai partai yang peduli terhadap persoalan hidup masyarakat. Kepedulian Partai Perindo salah satunya dilakukan dengan membagikan 250 paket beras gratis kepada masyarakat yang kurang mampu.

Narator:

Sebagai partai calon peserta pemilu 2019, Partai Perindo semakin aktif mengenalkan diri kepada masyarakat. Sebagai partai baru, partai besutan Hary Tanoesoedibjo ini ingin membuktikan kepada masyarakat sebagai partai yang peduli terhadap persoalan hidup masyarakat. Kepedulian Partai Perindo salah satunya dilakukan oleh sayap partai Kartini Perindo yang membagikan 250 paket beras gratis kepada masyarakat kurang mampu di Cilengsi Bogor Jawa Barat. Acara ini sekaligus mensosialisasikan pencalonan diri Ade Wardana Adinata sebagai Calon Bupati Bogor melalui jalur independen yang berpasangan dengan Asep Ruhiat.

Ade Wardana (Calon Bupati Bogor)

“Beras ini diserahkan kepada masyarakat yang memang betul-betul membutuhkan, bekerja sama dengan para RT dan RW yang ada dilingkungan”

Narator:

Sementara itu di Kabupaten Pemalang Jawa Tengah, DPD Perindo Pemalang bekerjasama dengan DPD Perindo Pekalongan melakukan fogging di Desa Pedurungan dan Desa Beji Kecamatan Taman Pemalang. Pengasapan dilakukan menyusul adanya laporan dalam 3 bulan terakhir 5 orang balita terjangkit demam berdarah di wilayah tersebut.

David Santosa (Ketua DPD Perindo Kota Pekalongan)

“Dengan harapan Desa ini, wilayah ini bisa bebas dari nyamuk yang menyebabkan demam berdarah”.

Asmari (Warga Desa Pedurungan Taman Pemalang)

“Dengan adanya bantuan ini kami terima dan mau sampaikan terima kasih. Jadi istilahnya sedia payung sebelum hujan”.

Narator:

Langkah Partai Perindo dalam memberikan layanan kepada masyarakat ini merupakan bukti nyata yang langsung dapat dirasakan dan dinikmati oleh masyarakat yang membutuhkan. Melalui organisasi sayap dan para kader disetiap daerah Partai Perindo akan bergerak cepat untuk berbuat yang terbaik bagi masyarakat.

Tim liputan iNews melaporkan.

Berita 9 : 21 Februari 2018
Jenis Berita : iNews Pagi
Durasi : 01.46 menit
Judul Berita : Partai Perindo Kutai Kembali Bagikan 10 Gerobak Gratis

Presenter:

Pemirsa, dalam rangka mensejahterahkan rakyat di berbagai daerah Partai Perindo melakukan serangkaian kegiatan sosial di Kutai Kartnegara, Partai Perindo membagikan 10 unit gerobak. Sedangkan di Jambi Partai Perindo memberikan santunan kepada ratusan anak yatim, kaum duafa dan keluarga tidak mampu. Acara ini digelar dalam rangka syukuran partai atas keberhasilan menjadi peserta pemilu 2019.

Narator:

Partai Perindo berkomitmen membangun dan memajukan masyarakat dengan visi untuk Indonesia sejahtera dengan berbagai macam program Partai yang menyentu langsung persoalan ril di tengah masyarakat. Di Kutai Karta Negara Kalimantan Timur DPD Partai Perindo bersama calon wakil Gubernur Kalimantan Timur Awam Ferdian Hidayat membagikan 10 unit gerobak kepada pedagang kecil. Gerobak gratis ini diharapkan dapat meningkatkan penghasilan para pedagang sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat bertambah baik.

Hamdani HB (Ketua DPW Perindo Kaltim)

“Dan kami harap mereka dapat menjalankan usahanya semakin lebih baik ke depannya”

Narator:

Sementara itu, DPP Perindo Jambi berbagi kebahagiaan bersama ratusan anak yatim, kaum duafa dan keluarga tidak mampu. Acara ini digelar dalam rangkah syukuran partai yang berhasil menjadi peserta pemilu tahun 2019. Dengan kegiatan ini diharapkan makin mendekatkan partai kepada masyarakat sehingga perindo bisa mendapatkan hasil yang memuaskan diajang 5 tahunan tersebut.

Iskandar Budiman (Ketua DPW Perindo Jambi)

“Pencalekan yang sudah kita buka beberapa minggu yang lewat, alhamdulillah rata-rata di dapil sudah penuh, dengan penuhnya itu kita pastikan kita mendapat suara satu dapil satu kursi”.

Narator:

Partai Perindo berkomitmen untuk memberikan terus komitmen nyata sehingga memajukan dan mensejahterahkan rakyat Indonesia.

Tim liputan iNews melaporkan.

Berita 10 : 28 Februari 2018
Jenis Berita : iNews Malam
Durasi : 01.50 menit
Judul Berita : Perindo Beri Bantuan ke Korban Banjir di Lampung Timur

Presenter:

Program-program yang pro rakyat dilaksanakan oleh partai bernomor urut 9, salah satunya bantuan sembako dan air bersih diharapkan dapat meringankan penderitaan para korban banjir.

Narator:

Setelah dinyatakan lolos pemilu 2019, Partai Perindo semakin aktif mengenalkan diri kepada masyarakat. Beragam program yang pro rakyat dilaksanakan oleh partai bernomor urut 9 ini sebagai upaya memberikan solusi terhadap berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat Indonesia. Di Lampung DPD Perindo turun langsung memberikan bantuan kepada korban banjir di Desa Tanjung Tirta Kecamatan Waibungur Lampung Timur. Bantuan sembako dan air bersih diharapkan dapat meringankan penderitaan para korban banjir. Desa Tirta menjadi kawasan paling parah dilanda banjir, setidaknya ada 200 rumah warga yang terendam banjir.

Andi Gunawan (Ketua DPD Partai Perindo Lampung Timur)

"Mudah-mudahan bermanfaat dan berguna bagi masyarakat yang terkena bencana, 2-3 hari lagi mungkin ada lanjutan yang akan kami berikan lagi kepada masyarakat di Weibungur ini".

Kartini (Korban Banjir)

"ini sangat membantu sekali sih, apalagi kayak kita-kita ini yang rumahnya terendam"

Narator:

Pendekatan kepada masyarakat tak hanya melalui bantuan semata, Partai Perindo juga berperan aktif dalam menjaga kerukunan umat beragama. Salah satunya dengan menghadiri perayaan imlek sekaligus memperingati ulang tahun tepat ibadah Tri Dharma TITD Cung Ling Piun di Kelurahan Banjar Tengah Negara Jembrana, Bali.

Dri Wayan Sukla Arnata (Ketua DPW Partai Perindo Bali)

"Kita berharap bagaimana kebersamaan yang terdahulu pernah terjadi itu dibangun kembali untuk persatuan kita dan kesatuan kita untuk mempertahankan keamanan Bali ini"

Narator:

Partai Perindo berkomitmen untuk menjadikan bangsa Indonesia sebagai bangsa yang kuat, maju dan sejahtera sesuai dengan cita-cita kemerdekaan.

Tim iNews melaporkan.

Berita 11 : 10 Maret 2018
Jenis Berita : iNews Siang
Durasi : 01.35 menit
Judul Berita : Ketua DPW Majelis Zikir Perindo Dilantik, Berharap Dapat Bina Kualitas Keagamaan

Presenter:

Pemirsa, Dewan Pimpinan Pusat (DPP) majelis zikir Ittihad Perindo melantik ketua DPW dan 7 anggota DPD mejelis zikir Perindo se-Sulawesi Tengah. Dengan dilantiknya ketua DPW dan anggota DPD majelis zikir Perindo diharapkan akan mampu mengajak ummat Islam, khususnya di Sulawesi Tengah.

Narator:

Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Majelis Zikir Ittihad Perindo melantik Ketua Dewan Pimpinan Wilayah dan 7 anggota Dewan Pimpinan Daerah Majelis Zikir Perindo se-Sulawesi tengah. Pelantikan tersebut dipimpin oleh ketua DPP Zikir Ittihad Perindo Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Jindan di Kantor Pusat DPW Perindo Sulawesi Tengah. Majelis Zikir Perindo merupakan organisasi sayap Perinto yang bergerak dibidang keagamaan. Organisasi ini di harapkan mampu membina kualitas dan sumber daya manusia terutama ummat Islam melalui kegiatan spiritual, pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Dengan dilantiknya Ketua DPW dan anggota Dewan DPD Majelis Zikir Perindo diharapkan akan mampu mengajak ummat Islam khususnya di Sulawesi Tengah untuk rutin menggelar zikir bersama agar ummat Islam dapat bersatu untuk menjaga kerukunan bangsa dan negara.

Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Jindan (Ketua DPP Majelis Ittihad Perindo)

“Antusias sangat luar biasa dan yang duduk di pengurusan ini hampir 100 persen ini adalah kiyai, ustazah, dan ada beberapa habait”.

Narator:

Selain untuk mempererat silaturahmi sesama anggota DPW dan DPD Majelis Zikir Perindo, dengan zikir bersama kegiatan ini akan memperkuat dan merapatkan barisan Partai Perindo jelang pemilu 2019.

Tim iNews melaporkan.

Berita 12 : 22 Maret 2018
Jenis Berita : iNews Pagi
Durasi : 02.54 menit
Judul Berita : Digelar Selama Dua Hari, Rapimnas Partai Perindo Berlangsung Meriah

Presenter:

Partai Perindo resmi mendukung Presiden Jokowi untuk maju kembali sebagai calon Presiden di Pilpres tahun 2019 mendatang. Hal tersebut ditegaskan Ketua Umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo dalam Rapat Pimpinan Nasional ke-2 Partai Perindo yang resmi dibuka Rabu malam di Jakarta.

Narator:

Penekanan tombol secara bersamaan yang dilakukan Presiden Jokowi dan Ketua Umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo menandai dibukanya Rapat Pimpinan Nasional ke-2 Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) Rabu malam di Jakarta. Selain pengurus pusat dan daerah serta kader Perindo, RAPIMNAS yang digelar selama 2 hari turut dihadiri sejumlah tokoh nasional, menteri kabinet, duta besar serta perwakilan partai politik nasional. Dalam pidato politiknya, Ketua Umum Perindo Hary Tanoesoedibjo menegaskan dukungannya terkait pencalonan Presiden Jokowi untuk maju kembali dalam bursa calon Presiden di pilpres 2019 mendatang.

Hary Tanoesoedibjo (Ketua Umum Partai Perindo)

“Pada acara RAPIMNAS ini, kami ingin menegaskan kembali untuk mencalonkan Bapak Ir. H. Jokowi sebagai calon Presiden pada pemilu yang akan datang supaya apa yang telah dilakukan oleh beliau yang selama ini telah berjalan dan kearah yang baik tetap dapat dilanjutkan, baik secara ekonomi, politik, sosial dan budaya. Khususnya kepada kader Partai Perindo yang ada disini yang mewakili seluruh nusantara, saya tanyakan kepada saudara sekalian, “setujukah kita calonkan kembali Bapak Ir. H. Jokowi sebagai calon Presiden pada pemilu yang mendatang”, ‘setuju?’. ‘Setuju’ (jawab hadirin). Terima kasih. Pak Jokowi, ternyata kader Partai Perindo mencintai Bapak”.

Narator:

Sementara itu Presiden Jokowi mengapresiasi kegiatan RAPIMNAS ke-2 Perindo ini. Presiden juga meminta Perindo untuk bekerjasama mengedepankan demokrasi, salah satunya dengan memberikan program kerja terbaik bagi masyarakat seperti yang selama ini Partai Perindo lakukan.

Presiden Jokowi:

“Oleh karena itu saya mengajak kepada keluarga besar Perindo seluruh parpol dan politisi kita untuk memfokuskan pada adu program, sekali lagi ‘adu program’, adu prestasi dalam pilkada, pileg dan pilpres 2019 nanti”

Narator:

RAPIMNAS Partai Perindo berlangsung 2 hari mulai Rabu malam. Rapimnas membahas konsolidasi menghadapi pemilihan legislatif dan pemilihan Presiden 2019.

Tim liputan iNews melaporkan.

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di
iNews (Analisis Wacana Kritis)

Nama Informan :

Jabatan / Pekerjaan : Komisi Penyiaran Indonesia

Hari / Tanggal :

1. Apakah pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews sudah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Penyiaran di Indonesia?
2. Bagaimana netralitas iNews terhadap pemberitaan Partai Perindo jika dilihat dari Undang-Undang Penyiaran?
3. Jika dilihat dari pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews, apakah media berpihak kepada Partai Politik?
4. Partai Perindo dan MNC Group (iNews) dipimpin oleh Hary Tanoesoedibjo, apakah HT memanfaatkan mediana untuk kepentingan partainya?
5. Apakah kepemimpinan Hary Tanoesoedibjo di partai politik berpengaruh terhadap pemberitaan di iNews?
6. Apakah iklan Partai Perindo yang secara terus menerus disiarkan di iNews melanggar ruang publik?
7. Apakah iklan Partai Perindo di iNews merupakan kepentingan ekonomi atau politik?
8. Apakah iklan dan pemberitaan Partai Perindo di iNews dapat mempengaruhi keputusan politik khalayak?

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di
iNews (Analisis Wacana Kritis)

Nama Informan :

Jabatan / Pekerjaan : Pengamat Publik

Hari / Tanggal :

1. Bagaimana anda melihat fenomena Partai Perindo di iNews?
2. Apakah pemberitaan dan iklan yang terus menerus dapat mengubah pola pikir opini publik?
3. Apakah pemberitaan dan iklan Partai Perindo di media massa sebagai upaya konstruksi realitas sosial?
4. Apa sebenarnya yang ingin dicapai Partai Perindo dalam setiap pemberitaan dan iklannya di iNews?
5. Menurut Anda Pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews adalah kepentingan ekonomi atau kepentingan politik dan atau kedua saling terintegrasi?
6. Menurut Anda Pemberitaan dan Iklan Partai Perindo di iNews apakah ada intervensi dari seorang Hary Tanoesoedibjo?
7. Sejauh mana efek yang dapat ditimbulkan akibat pemberitaan dan iklan yang terus menerus?
8. Menurut anda bagaimana kekuatan media televisi dalam mengangkat citra dan popularitas partai dan aktor politik?
9. Bagaimana seharusnya sikap media terhadap kepentingan-kepentingan politik?

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di
iNews (Analisis Wacana Kritis)

Nama Informan :

Jabatan / Pekerjaan : Jurnalis/Wartawan

Hari / Tanggal :

1. Bagaimana menurut anda berita dan iklan Partai Perindo di iNews, apakah itu suda sesuai ketentuan UU penyiaran dan Periklanan?
2. Apakah ada peran jurnalis/wartawan dalam mengkonstruksi berita dan iklan Partai Perindo di iNews?
3. Bagaimana seharusnya sikap seorang jurnalis/wartawan dalam memberitakan Partai Politik yang notabenenya pemimpin partai tersebut adalah pimpinannya di media?
4. Bagaimana tanggapan anda jika jurnalis/wartawan disusupi kepentingan politik dalam pemberitaannya?
5. Bagaimana seharusnya jurnallis/wartawan menjaga independensi dan idealismenya?
6. Apakah ada interfensi Hary Tanoesoedibjo dalam pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews?
7. Apa yang jurnalis atau wartawan lakukan bila mendapat interfensi dari pimpinan yang notabenenya praktisi politik?
8. Menurut anda, apakah ada celah dalam UU Penyiaran yang bisa dimanfaatkan media untuk kepentingan politik atau kelompok tertentu?
9. Seperti apa peran seorang jurnalis/wartawan dalam mengkonstruksi pemberitaan?

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di
iNews (Analisis Wacana Kritis)

Nama Informan :

Jabatan / Pekerjaan : Praktisi Partai Politik

Hari / Tanggal :

1. Bagaimana tanggapan Anda melihat pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews?
2. Menurut Anda, apakah televisi merupakan media yang efektif untuk kampanye?
3. apakah anda melihat bahwa partai perindo memanfaatkan media televisi sebagai media kampanye?
4. Apakah anda melihat bahwa Hary Tanoesoedibjo menggunakan wewenangnya selalu CEO MNC Group untuk kepentingan Partainya?
5. Apakah pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews sebagai upaya konstruksi sosial dan pencitraan partai dan aktor politik?
6. Bagaimana seharusnya sikap seorang pimpinan partai politik yang juga sekaligus sebagai pemilik media?
7. Apakah wajar menurut anda jika Partai Politik memanfaatkan medianya untuk melakukan kampanye secara massif?
8. Apa yang harus dilakukan pemerintah untuk menanggulangi hegemoni media yang ada di Indonesia?

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di
iNews (Analisis Wacana Kritis)

Nama Informan :

Jabatan / Pekerjaan : Komisi Pemilihan Umum

Hari / Tanggal :

1. Bagaimana anda melihat fenomena pemberitaan dan iklan Partai Perindo di iNews?
2. Apakah partai politik dapat beriklan di media televisi?
3. Kapan boleh dan tidak boleh partai politik beriklan/kampanye di media televisi?
4. Pemberitaan dan iklan partai perindo di iNews (November 2017-maret 2018) selama ini, apakah itu bagian dari kampanye politik?
5. Adakah regulasi dari KPU yang membahas tentang kampanye di media massa, khususnya di televisi?
6. Kapan KPU dapat menyatakan bahwa itu pelanggaran kampanye dan kapan dapat ditindak lanjuti?
7. Semisal ada pelanggaran kampanye yang dilakukan oleh partai politik di media televisi, apakah KPU mempunyai kewenangan untuk menindak atau lembaga lain berdasarkan laporan KPU?
8. Dimana letak perbedaan kewenangan antara KPI dan KPU dalam mengawasi kampanye di media televisi?

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di
iNews (Analisis Wacana Kritis)

Nama Informan :

Jabatan / Pekerjaan : iNews

Hari / Tanggal :

1. Seperti apa prinsip pemberitaan iNews ?
2. Bagaimana proses atau sirkulasi produksi berita iNews ?
3. Bagaimana iNews menentukan tema/isu yang akan diangkat dalam pemberitaan?
4. Apa yang menjadi pertimbangan utama iNews dalam menentukan tema/isu pemberitaan sehingga banyak diminati penonton ?
5. Semisal untuk menugaskan yang sifatnya khusus atau insidentil, apakah masi menggunakan surat tertulis manual atau suda menggunakan surat eletronik (email) atau melalui aplikasi chating ?
6. Seperti apa mekanisme pemberitaan siaran langsung dan tunda di iNews ?
7. Seperti apa peran jurnalis dalam mengkonstruksi pemberitaan iNews ?
8. Seperti apa peran redaksi dalam menentukan berita layak dan tidak layak untuk di tayangkan ?
9. Berapa persen porsi pemberitaan politik di iNews ?
10. Apa yang menjadi daya tarik iNews dalam pemberitaan politik ?