

POLITIK PENCITRAAN SBY
(Analisis Framing Blog Kompasiana Wisnu Nugroho tentang
Komunikasi Politik Presiden SBY)

T E S I S

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister



Disusun dan diajukan oleh

ACHMAD SULFIKAR
P1400209031

PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2012

TESIS

POLITIK PENCITRAAN SBY

**(ANALISIS FRAMING BLOG KOMPASIANA WISNU NUGROHO TENTANG
KOMUNIKASI POLITIK PRESIDEN SBY)**

Disusun dan diajukan oleh

ACHMAD SULFIKAR

Nomor Pokok P1400209031

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

Pada tanggal 26 Januari 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Komisi Penasihat



Dr. Hasrullah, MA.

Ketua

Ketua Program Studi
Pascasarjana
Komunikasi,

Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si.

Anggota

Direktur Program
Universitas Hasanuddin,

Prof.Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si.

Prof.Dr.Ir. Mursalim

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Sulfikar

Nomor Pokok : P1400209031

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Studi : Komunikasi Massa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan penjaduan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 26 Januari 2012

Achmad Sulfikar

ABSTRAK

ACHMAD SULFIKAR. Politik Pencitraan SBY suatu Analisis Framing Blog Kompasiana Wisnu Nugroho tentang Komunikasi Politik Presiden SBY (dibimbing oleh Hasrullah dan M. Iqbal Sultan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) praktik komunikasi politik Presiden SBY berdasarkan tulisan dalam blog Wisnu Nugroho, dan (2) untuk mengetahui politik pencitraan Presiden SBY dalam bingkai blog Wisnu Nugroho.

Data diperoleh dari artikel di Blog Kompasiana oleh Wisnu Nugroho. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis bingkai berdasarkan model Gamson dan Modigliani.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi politik Presiden SBY diorganisasikan dengan baik dan menggunakan strategi pencitraan di media untuk membentuk citra positif, dimana beberapa hal merupakan sesuatu yang baru dalam praktik politik praktis di Indonesia. Berdasarkan analisa pada unsur *metaphors, catchphrases, exemplaars, depictions, visual images, roots, appeals to principles* dan *concequences* dapat disimpulkan *core frame* pada tulisan Blog Wisnu Nugroho bahwa SBY memanfaatkan penampilannya di media dengan sangat cermat yang dikemas dalam bentuk pidato atau pernyataan sebagai satu bentuk komunikasi politik untuk tujuan pencitraan.

ABSTRACT

ACHMAD SULFIKAR. Political Imagery of SBY, A Framing Analysis of Wisnu Nugroho's Kompasiana Blog about Political Communication of President SBY (guided by Hasrullah and M. Iqbal Sultan).

This study aims to determine (1) the President's political communication practices based on the articles in the Wisnu Nugroho's blog, and (2) to determine the president's political image in the frame of Wisnu Nugroho's blog.

Data were obtained from articles in Blog Kompasiana by Vishnu Nugroho. Then the data were analyzed using a frame analysis model based on Gamson and Andre Modigliani.

The results showed that the practice of political communication is organized by both the President and using imaging strategies in the media to form a positive image, where some things are new in the practice of practical politics in Indonesia. Based on the analysis of the elements of metaphors, catchphrases, exemplaars, depictions, visual images, roots, appeals to principles and consequences can be inferred core frame on Wisnu Nugroho's Blog posts that SBY utilize his appearance in the media very closely packed in the form of speeches or statements as a form of political communication for imaging purposes.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji dan pernyataan syukur hanya bagi Allah SWT atas kehendakNya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini, sholawat dan salam senantiasa dipersembahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.

Sejak awal studi di Pascasarjana Universitas Hasanuddin sampai pada tahap penulisan tesis ini, banyak hal yang saya peroleh baik secara langsung maupun tidak langsung, tentunya patut rasanya memberikan apresiasi penghargaan sekaligus menghaturkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang telah ikut andil dalam membina, membimbing maupun bertukar pikiran dengan saya.

Ucapan terima kasih atas semangat, do'a, kasih sayang dan perhatian yang penuh ketulusan dari orang tua saya, Muh. Rum Razak dan Andi Erma Rum Petta Senga'. Istri, Ika Sukmawati Said, dan anakku tercinta Aidan Riza Achmad, menjadi modal utama bagi saya untuk selalu bersemangat dalam menuntut ilmu di PPS Unhas.

Terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Dr. Hasrullah, MA., dan Bapak Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si sebagai pembimbing tesis saya, Bapak Prof. Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi PPS Unhas, Bapak Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.Si., Dr. Muh. Farid, M.Si., selaku tim penguji yang juga menjadi tempat saya bertanya dan meminta saran mengenai tesis ini.

Keterlibatan teman-teman mahasiswa dan kerabat lainnya dalam melakukan proses perkuliahan dan saling berbagi ilmu melalui wahana diskusi, tentunya banyak memberikan warna baru bagi cakrawala berpikir saya selama menempuh pendidikan di Pascasarjana Unhas, Olehnya itu, patut kiranya saya menghaturkan banyak terima kasih dan rasa salut kepada beberapa teman-teman, antara lain : Muh. Masy'at, A. Rezky Mulyadi, Achmad, Dede Rohman, Nosakros Arya, Tenri Yulia, Munir Yusuf, Abdain, Rahmat, Ulfah At Tamimi dll. Rasanya banyak teman-teman yang terlibat dalam menanam investasi jasa atas keberhasilan saya menyelesaikan studi di PPS Unhas yang saya tidak bisa sebutkan satu per satu, semoga ketulusan mereka mendapat pahala di Sisi Allah SWT, amin.

Semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan dan jika ada kekurangan yang diakibatkan oleh kekeliruan peneliti mohon dimaafkan.

Makassar, 26 Januari 2012

Peneliti,

Achmad Sulfikar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
i	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
ABSTRAK	
iv	
ABSTRACT	v
KATA	PENGANTAR
.....vi	
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	
xiii	
DAFTAR TABEL	
xiv	
BAB I. Pendahuluan	
1	
A. Latar Belakang	
1	
B. Rumusan Masalah	
11	

C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	12
BAB II. Tinjauan Pustaka	13
A. Kajian Konsep dan Teori	13
1. Jurnalisme Online	13
2. Blog	16
3. Pendekatan Konstruksivisme dalam Komunikasi Politik	31
4. Opini Publik dan Citra dalam Komunikasi Politik	33
B. Teori Pendukung	36
1. Teori Kumpulan Tindakan	37
2. Teori Logika Pesan	40

3. Teori Ekologi Media	43
4. Analisis Framing	47
C. Hasil Penelitian yang Relevan	50
D. Kerangka Pikir	52
BAB III. Metode Penelitian	54
A. Tipe Penelitian	54
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	54
C. Jenis dan Sumber Data	55
D. Unit Analisis	56
E. Teknik Analisis	58

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan	
61	
A. Hasil Penelitian	
61	
1. Sejarah Blog	
61	
2. Perkembangan Blog di Indonesia	
70	
3. Kompasiana dan Blog Wisnu Nugroho	
71	
4. Profil Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	
76	
B. Temuan Data, Analisis dan Pembahasan	
84	
1. Framing Blog Wisnu Nugroho tentang Komunikasi Politik dan Politik Pencitraan Presiden SBY	
84	
2. Pembahasan	
101	
C. Keterbatasan dan Peluang	
128	

BAB V. Kesimpulan dan Saran

130

A. Kesimpulan

130

B. Saran

133

DAFTAR PUSTAKA

134

LAMPIRAN

138

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori tulisan blog Wisnu Nugroho	57
Tabel 2. Tema tulisan blog Wisnu Nugroho kategori politik	57
Tabel 3. Tulisan Wisnu Nugroho tentang komunikasi politik Presiden SBY	58
Tabel 4. Model Analisis Framing Gamson dan Andre Modigliani	60
Tabel 5. Framing blog Wisnu Nugroho tentang komunikasi politik dan politik pencitraan Presiden SBY	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Kerangka pikir penelitian

53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Senyum Sempurna di Tahun Politik	83
Lampiran 2. Pak Beye Update	85
Lampiran 3. Menabung Popularitas Cara Pak Beye.....	94
Lampiran 4. Old n New di Istana (tahi lalat).....	95
Lampiran 5. Pak Beye Mau? Mau? Mau?	95
Lampiran 6. Pak Mayar (Koalisi Kerakyatan).....	95
Lampiran 7. Pak Mayar (Listrik 450 watt)	95
Lampiran 8. Mekdonalisasi Demokrat	95
Lampiran 9. Kendali Demokrat	95
Lampiran 10. Beringin Rontok.....	95
Lampiran 11. Penyakit Rakyat Menurut Pak Beye	95
Lampiran 12. Sebelum Pak Beye Pidato.....	95
Lampiran 13. BBM Telah Turun Ibu-ibu	95
Lampiran 14. Seolah-olah.....	95
Lampiran 15. Peci Miring	95
Lampiran 16. Menyidang Pengikut	95
Lampiran 17. Pemerintah yang Murung	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di belahan manapun di dunia ini sosok penguasa negeri selalu menjadi sorotan utama, termasuk Indonesia tentu saja. Kita bisa melihat di berbagai media massa cetak maupun elektronik, sosok Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (selanjutnya disingkat SBY) selalu menjadi sorotan utama. Setiap komentar, pidato, tingkah lakunya tidak pernah lepas dari perhatian media. Hal ini lumrah terjadi, bagaimanapun apa yang dilakukan oleh SBY atau kejadian apapun yang menyangkut SBY akan berdampak luas dan sangat berarti bagi orang banyak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedikitnya lebih dari 259 juta jiwa warganegara Indonesia bergantung pada kebijakan dan gerak langkah seorang SBY.

Contoh yang masih baru dan belum hilang dari ingatan kita adalah pernyataan SBY dalam pidatonya di depan para anggota TNI/Polri tentang gaji Presiden yang tidak pernah naik selama enam tahun terakhir. Tak pelak pernyataan ini kembali menjadi perbincangan hangat di media massa. Sejumlah talk show di televisi digelar membicarakan keluhan Sang Presiden ini, beragam ulasan dimuat di koran-koran menganalisisnya dengan berbagai sudut pandang. Dari semua tanggapan yang dilontarkan

di berbagai media, yang paling riuh dan ramai ternyata di media-media online, baik di forum-forum online, jejaring sosial hingga blog-blog penuh dengan komentar. Sekali lagi, tanggapan yang sangat ramai ini berkaitan dengan sosok SBY yang juga Presiden Republik Indonesia, tentu saja keadaan akan berbeda jika SBY adalah seorang pejabat biasa atau bahkan masyarakat biasa.

Fakta saat ini memperlihatkan kepada kita bahwa masyarakat memilih berkomentar dan menyampaikan opini, pendapat atau ide mengenai sebuah isu atau peristiwa melalui media-media online lebih banyak daripada melalui jalur media arus utama (*mainstream*) seperti televisi, surat kabar atau radio. Jejaring sosial online seperti Facebook dan Twitter dipenuhi dengan komentar dan tanggapan terhadap segala sesuatu yang terjadi di masyarakat. Selain jejaring sosial, masyarakat saat ini juga menggunakan *social blog* untuk menyampaikan pendapat dan melaporkan suatu peristiwa. Pelaku atau penggiat yang aktif menulis di *social blog* ataupun di web blog pribadi disebut *blogger*.

Langkah politik dan kebijakan Presiden SBY yang disampaikan dalam berbagai bentuk komunikasi politik SBY juga tak luput dari pengamatan oleh para blogger di Indonesia. Wisnu Nugroho atau lebih dikenal dengan panggilan Mas Inu adalah salah seorang blogger Indonesia yang kemudian terkenal dengan tulisan-tulisan ringannya seputar Presiden SBY di *Kompasiana*, sebuah *social blog* yang dibangun dan dikelola megaportal Kompas.com.

Di blog yang beralamat di www.kompasiana.com/wisnunugroho Wisnu menggali cerita remeh-temeh dan tidak penting. Bahkan Wisnu menggunakan *tagline* “Ngeblog di Kompasiana tentang Pak Beye dengan semangat mengabarkan yang tidak penting agar yang penting tetap penting”, tetapi dari cerita yang remeh dan terkesan tidak penting ini pembaca bisa mengetahui banyak hal yang selama ini tersembunyi di balik dinding istana Presiden, di balik ketatnya penjagaan dan protokoler seorang Presiden. Tetapi cerita remeh dan tidak penting ini kemudian menjadi menarik dan sangat penting karena bagaimanapun menyangkut orang nomor satu di negeri ini.

Tulisan-tulisan Wisnu Nugroho kemudian menjadi sangat populer di kalangan *kompasianer* (sebutan untuk blogger Kompasiana), bukti popularitas dan minat besar pembaca terhadap tulisan Wisnu Nugroho terlihat dari data hasil penelusuran peneliti yang menunjukkan hingga saat ini blog Wisnu Nugroho dibaca oleh lebih dari 750.000 pembaca, setiap tulisannya rata-rata dibaca oleh 2.500 orang pembaca, setiap tulisan rata-rata dikomentari oleh 100 pembaca, dan bahkan semua tulisan Wisnu Nugroho di Kompasiana selalu menjadi headline di Kompasiana. Popularitas Wisnu Nugroho dan tulisannya kemudian tidak terbatas hanya di kalangan *Kompasianer* saja, tetapi juga dibahas di forum-forum online besar lainnya, salah satunya adalah *Kaskus*, sebuah forum online terbesar di Indonesia. Antusias masyarakat terhadap tulisan-tulisan Wisnu Nugroho juga terlihat dari sangat besarnya minat masyarakat membeli

buku *Tetralogi sisi lain SBY* yang tidak lain hanya berisi tulisan-tulisan yang telah dimuat sebelumnya dalam blognya. Sejak beredar di pasaran pada akhir Juli 2010, buku tersebut langsung menjadi *Best Seller*. Cetakan pertama sebanyak 7000 eksemplar habis dalam waktu kurang dari dua minggu. Merespon besarnya minat masyarakat, Penerbit Buku Kompas atau PBK mencetak-ulang buku Anton Wisnu Nugroho ini hingga 42.000 eksemplar. Patris, salah seorang staf dari PBK menyebutkan buku Wisnu Nugroho termasuk buku fenomenal. Hanya dalam waktu satu bulan buku itu sudah memasuki cetakan keempat. Di jaringan toko buku Gramedia, buku ini jadi buku terlaris nomor satu. Buku ini juga menjadi penyumbang terbesar pemasukan toko beberapa bulan terakhir (rakbukuonline.wordpress.com).

Blog sendiri adalah salah satu fenomena mutakhir media massa moderen. Trent Lott, seorang anggota senat Amerika Serikat sama sekali tidak pernah menyangka karir politik yang susah payah dibangunnya berakhir di tangan Joshua Marshall, seorang blogger lewat tulisan dalam blognya. Joshua Marshall yang hanya seorang warga biasa aktif menuliskan laporan dan kritik melalui blognya talkingpointsmemo.com terhadap Trent Lott yang akhirnya mampu membuat perubahan. Joshua Marshall menulis di blognya tentang sebuah pidato Lott yang terdengar agak rasis. Pada awalnya media massa utama di Amerika tidak menyadari bagaimana efek dari pidato Lott yang dilaporkan melalui blog itu hingga sampai suatu saat blogger yang lain ikut marah dan mengecam. Tiga hari kemudian berita ini disiarkan melalui NBC, empat hari kemudian Lott minta

maaf. Tetapi kemudian sejarah menulis karir politik Trent Lott berakhir akibat tekanan melalui jaringan online.

Masyarakat dunia mungkin juga tidak akan pernah mengetahui skandal seks Bill Clinton dengan Monica Lewinsky yang sangat menggemparkan itu jika saja Matt Drudge, yang juga seorang blogger tidak menulis tentang hubungan gelap tersebut dalam blognya (http://en.wikipedia.org/wiki/Drudge_Report). Ketika sebuah blog tidak lagi hanya memuat catatan harian yang remeh dan mulai memuat topik yang lebih serius dan memiliki nilai berita, blog menjadi sesuatu yang berbeda dan menarik.

Berbicara tentang nilai berita berarti berbicara tentang sebuah wacana yang memiliki rentang sejarah panjang. Sejarah mencatat bahwa pada tahun 1676, Cristian Weise dalam *Schediasma Curiosum de Lectione Novellarum* secara sederhana menyatakan bahwa dalam memilih berita harus dipisahkan antara yang benar dan yang palsu. Hampir dua dekade setelah pernyataan Cristian Wiese tersebut tepatnya tahun 1688, Daniel Hartnack dalam tulisannya *Erachten von Einrichtung der alten teutschen und neuen Europaischen Historien* membahas masalah seleksi berita ini dengan memberi penekanan pada unsur pentingnya peristiwa (Kusumaningrat, 2006:58). Jika dua pakar yang peneliti sebutkan sebelumnya termasuk dalam pandangan klasik maka pandangan moderen tentang nilai berita pertama kali diungkapkan oleh Walter

Lippman. Istilah “nilai berita” atau *news value* sendiri diperkenalkan oleh Lippman pada tahun 1922 dalam bukunya *Public Opinion*.

Dalam perjalanannya, kriteria nilai berita banyak berubah, namun saat ini kriteria-kriteria tersebut sudah lebih sederhana namun lebih sistematis dari yang pernah ada, sehingga sebuah unsur kriteria mencakup jenis-jenis berita yang lebih luas. Salah satu kriteria atau unsur nilai berita yang ada sekarang ini adalah *Prominence* atau keterkenalan atau bisa juga disebut ketokohan. Kejadian yang menyangkut tokoh terkenal atau *prominent names* sudah pasti menarik pembaca. Dalam dunia jurnalistik ada istilah yang mengatakan “*personages make news*” atau “*news about prominent persons make copy*”.

Salah satu tokoh yang lazim menjadi *prominent names* adalah seorang pemimpin negara seperti SBY. Selain faktor keterkenalan SBY atau faktor *prominence*, faktor yang tidak kalah berpengaruh dalam menyita perhatian publik di setiap tingkah laku dan ucapan SBY adalah faktor *consequence*, atau nilai konsekuensi atau akibat yang akan mengikuti kebijakannya.

Unsur *prominence* dan *consequence* kelihatan sangat kuat mendasari ketertarikan publik untuk mengikuti cerita-cerita dan Wisnu yang terkesan sangat remeh ini. Pepih Nugraha, wartawan senior Kompas sekaligus editor Kompasiana dalam pengantar buku *Pak Beye dan Istana* menyebutkan bahwa unsur “menarik” dan “penting” sebagai fitrah jurnalisme atau nilai sebuah berita (*news value*) menjadi kabur di

lingkungan Istana Presiden tatkala Wisnu menceritakan hal-hal sepele dan remeh-temeh menjadi sebuah cerita (Nugroho, 2010:XIII).

Validitas tulisan-tulisan Wisnu Nugroho yang bekerja sebagai Jurnalis Harian *Kompas* yang bertugas di Desk Politik, Hukum, dan Keamanan serta di Istana Kepresidenan sejak 2004-2009 tidak perlu diragukan mengingat akses yang luas yang diberikan untuk “wartawan istana” seperti Wisnu, apa yang ditulis Wisnu tidak sekedar cerita dari mulut ke mulut yang kadang penuh distorsi dan deviasi. Di sela-sela laporan pentingnya ke Harian Kompas mengenai kegiatan SBY sebagai seorang Presiden, Wisnu mencatat cerita-cerita yang remeh tersebut, tidak dimaksudkan untuk dimuat di Harian Kompas tempatnya bekerja, melainkan melalui diposting di blognya karena dianggap tidak penting. Tetapi di sinilah menariknya, cerita tentang bagaimana tahi lalat SBY yang dibuang tentu saja tidak akan publik dapatkan di media-media arus utama seperti surat kabar atau televisi. Begitu juga tentang bagaimana SBY harus latihan pidato berulang-ulang hingga memperbaiki peci yang miring sebelum tampil berpidato di televisi tidak akan publik dapatkan kecuali di media non arus utama seperti blog Wisnu Nugroho ini.

Menurut Pepih Nugraha, apa yang dilakukan oleh Wisnu dengan liputan *indie*-nya di Istana Negara adalah praktik nyata sebuah kolaborasi antara media arus utama (*mainstream*) dan media *indie* (*independent*) yang merupakan *layer* ke-10 dari 11 *layer* jurnalisme warga (*citizen journalism*) sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Steve Outing

(Nugroho, 2010:XXXIX). Apa yang dilakukan oleh Wisnu merupakan suatu hal baru dalam khazanah jurnalistik di Indonesia, dimana jurnalis selain menulis laporan untuk media tempatnya bekerja juga menulis beritanya untuk blog pribadi atau *social media* seperti situs pertemanan Facebook, Twitter dan Kompasiana. Di negara-negara maju jurnalis yang tidak pernah bersentuhan dan aktif di dunia *online* atau setidaknya memiliki blog dan tidak punya akun untuk menulis status di situs pertemanan akan dianggap “jurnalis masa lalu”.

Dari cerita-cerita yang ditulis Wisnu Nugroho ada satu benang merah yang bisa ditarik dari langkah politik dan kebijakan politik SBY yang disampaikan dalam berbagai bentuk komunikasi politik SBY, yaitu sebuah politik pencitraan. Makin banyak membaca artikel yang nampak sangat remeh itu, makin jelas kelihatan bahwa sebuah sistem komunikasi politik terencana dalam tujuan pencitraan sedang berjalan. Bahkan pengamat komunikasi Effendi Ghazali yang juga dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia mewajibkan seluruh mahasiswanya membaca artikel-artikel tersebut sebagai satu materi pembelajaran komunikasi politik khususnya politik pencitraan. Demikian juga dengan Yenny Zanuba Wahid, menyebut kata “pencitraan” sebagai sebetulnya strategi politik SBY dalam resensi buku Wisnu Nugroho di yang dimuat di Harian Kompas edisi Sabtu, 14 Agustus 2010. Politik pencitraan SBY tentu tidak saja berkaitan dengan bagaimana komunikasi politik seorang kepala negara sekaligus kepala pemerintahan disampaikan kepada rakyatnya, tetapi juga

berkaitan dengan politik itu sendiri. Lebih tepatnya “siasat politik” SBY sebagai presiden yang tidak bisa lepas dari kendaraan politik yang dibangunnya, yaitu Partai Demokrat.

Sejarah memang telah mencatat bahwa SBY adalah presiden Indonesia pertama yang terpilih melalui pemilihan langsung oleh rakyat Indonesia. SBY kemudian menjabat sebagai presiden melalui pemilu yang oleh sebagian besar kalangan dianggap sebagai pemilu paling demokratis sampai saat ini.

Konsekuensi dari pemilihan presiden secara langsung oleh rakyat adalah ketidakpastian di tingkat elektoral. Pemenang ditentukan oleh pilihan para pemilih yang tidak stabil dan mudah berubah lantaran tergantung persepsi mereka terhadap kandidat. Untuk mengantisipasi ketidakpastian itu, disamping adanya fakta tren menurunnya kekuatan mesin politik partai, para pemimpin politik tersebut cenderung tak terhindar untuk menjadikan diri mereka sebagai *demagog* yang terus mempersuasi rakyat untuk mengamankan popularitas serta mempreservasi kekuasaan politik mereka. Karenanya, kampanye tidak terhenti setelah pemilu, melainkan terus berlangsung sekalipun mereka berada dalam kekuasaan.

Politik presentasi, kepribadian dan citra atau yang akhir-akhir ini akrab disebut 'politik tebar pesona' menjadi sangat penting dan dorongan yang jauh lebih kuat dari pada mengutamakan kerja-kerja konkret untuk penyelesaian persoalan masyarakat yang mendesak untuk ditangani seperti masalah kemiskinan, korupsi dan pengangguran. Para pemimpin

cenderung manipulatif sebab tindakan maupun kebijakan populis lebih diperuntukkan demi politik pencitraan melalui media massa. Akibatnya semakin sukar mengharapkan ketulusan dari para pemimpin. Dalam logika ini dengan mudah dibaca 'politik empati dan simpati' SBY tidak bisa terpisahkan sebagai bagian strategi kampanye sehari-sehari, yakni dengan mempertontonkan citra positifnya kepada publik lewat media.

Dari fakta yang peneliti uraikan di atas timbul beberapa pertanyaan yang menarik. Bagaimana praktik politik pencitraan SBY melalui berbagai komunikasi politik SBY sebagaimana yang diuraikan dalam tulisan-tulisan Wisnu Nugroho? Bagaimana sosok Presiden SBY sebagai komunikator dalam bentuk foto-foto pada artikel Wisnu Nugroho? Bagaimana pula Wisnu Nugroho membingkai politik pencitraan Presiden SBY dalam tulisan-tulisannya? Pertanyaan-pertanyaan tersebut membutuhkan jawaban, namun tentu saja yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas adalah menggunakan salah satu versi dari analisis wacana, yaitu Analisis *Framing*.

Analisis *framing* lahir dari elaborasi terus-menerus terhadap pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menghasilkan suatu metode yang *up-to-date* untuk memahami fenomena-fenomena media. Analisis framing merupakan suatu tradisi dalam ranah studi komunikasi yang menonjolkan pendekatan multidisipliner dalam menganalisis pesan-

pesan tertulis maupun lisan (Sudibyo, 1999:23). Konsep framing atau frame sendiri bukan berasal dari ilmu Komunikasi melainkan konsep yang dipinjam dari ilmu Kognitif (psikologis). Dalam prakteknya, analisis framing juga memungkinkan disertakannya konsep-konsep sosiologis, politik dan kultural untuk menganalisis fenomena-fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat benar-benar dipahami dan diapresiasi berdasarkan konteks sosiologis, politik dan kultural yang melingkupinya.

B. Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan dan menyatakan masalah penelitian ini ke dalam dua pertanyaan pokok:

1. Bagaimana praktik komunikasi politik Presiden SBY berdasarkan tulisan dalam blog Wisnu Nugroho?
2. Bagaimana politik pencitraan Presiden SBY dalam bingkai blog Wisnu Nugroho?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik komunikasi politik Presiden SBY berdasarkan tulisan dalam blog Wisnu Nugroho.
2. Untuk mengetahui politik pencitraan Presiden SBY dalam bingkai blog Wisnu Nugroho.

D. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana media baru seperti blog mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan menjadi wadah bagi isu yang tidak memiliki ruang di media arus utama.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran yang jelas bagaimana seorang Presiden SBY melakukan komunikasi politik khususnya pengelolaan kesan yang bertujuan meningkatkan pencitraan positifnya.
3. Hasil penelitian ini juga diharapkan memperkaya kajian hasil analisis *framing* terhadap media massa, khususnya media non arus utama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

E. Kajian Teori Dan Konsep

1. Jurnalisme Online

Momen paling fundamental dalam perkawinan internet dan jurnalisme adalah ketika ditetapkannya standar WWW (*world wide web*). Ketika CERN sebuah institut berbasis riset dirilis di Jenewa pada tahun 1991, tak ada seorang pun yang menyadari betapa luar biasa dampaknya terhadap dunia jurnalisme. Dampak ini kelihatan sangat nyata hingga suatu saat sebuah surat kabar *online*, *The Nando Times* menuliskan tagline "*All the news that's bits we print*", C. Lapham melihat tagline ini sangat cocok dengan tipe jurnalisme yang baru ini (Santana, 2005:137).

Jurnalisme online adalah tipe baru jurnalisme karena memiliki beberapa karakteristik dan fitur yang berbeda dengan jurnalisme tradisional. Jurnalisme online mengemuka dalam hal teknologi dan berbagai fitur unik yang menawarkan kemungkinan-kemungkinan yang tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Deuze menyatakan bahwa komponen teknologi adalah faktor yang sangat menentukan bagi definisi jurnalisme online. Deuze menyatakan bahwa perbedaan jurnalis online dan jurnalis tradisional terletak pada jenis keputusan baru yang dihadapi oleh para *cyber*

journalist. Pernyataan lengkap Deuze tentang hal tersebut sebagai berikut (Santana, 2005:137):

“*Online journalist* harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu, dan harus memungkinkan ruang bagi pilihan-pilihan publik untuk menanggapi, berinteraksi, dan bahkan menyusun (*customize*) cerita-cerita tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlinks*.”

J. Pavlik menyebut jurnalisme online ini sebagai “*Contextualized Journalism*” karena mengintegrasikan 3 (tiga) fitur komunikasi yang unik (Pavlik, 2000):

1. Kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan *platform* digital.
2. Kualitas-kualitas interaktif komunikasi-komunikasi online.
3. Fitur-fitur yang ditatanya (*customizable features*).

Ravaeli dan Newhagen mengidentifikasi lima perbedaan utama yang ada diantara jurnalisme online dan media massa tradisional (Santana, 2005:138) :

1. Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media,
2. Kurangnya kuasa tirani penulis atas pembaca,
3. Tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak,

4. Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung secara berkesinambungan dan,
5. Interaktifitas *web*.

D. Weir menyebutkan karakteristik yang sangat luar biasa dari media baru ini adalah kecepatannya secara keseluruhan yang sangat menarik sekaligus menakutkan (Weir, 2000:35)

Terlepas dari perkembangan jurnalisme online yang sangat pesat beserta fitur dan karakternya yang luar biasa, sejarah media massa telah lama membuktikan bahwa sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi lama. Teknologi baru hanya mensubstitusi, radio tidak pernah menggantikan surat kabar, namun menjadi sebuah alternatif, menciptakan ranah yang baru dan khalayak yang baru. Maka bisa dikatakan bahwa jurnalisme online mungkin tidak akan bisa menggantikan sepenuhnya bentuk-bentuk media lama atau tradisional, tetapi menciptakan suatu cara yang unik dan berbeda untuk memproduksi berita dan mendapatkan konsumen berita. Jurnalisme online tidak akan menghapuskan jurnalisme tradisional, namun meningkatkan intensitasnya dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari teknologi internet dengan media tradisional.

Internet adalah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik dari bentuk-bentuk terdahulu. Sebab itu yang berubah bukanlah substansinya, melainkan mode-mode produksi dan perangkatnya (Hilf, 2000:7). Pandangan ini didukung oleh tujuan bahwa

esensi dari proses komunikasi tetap tidak berubah. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi komunikasi berbeda satu sama lain memang bukan penerapannya secara aktual, tetapi berbagai perubahan yang terjadi dalam proses komunikasi, seperti kecepatan komunikasi, harga, persepsi pihak yang berkomunikasi, kapasitas penyimpanan dan fasilitas tempat informasi. Titik pentingnya adalah keunikan internet terletak pada efisiensinya sebagai sebuah media. Namun hal ini tidak lalu menghilangkan fakta bahwa esensi komunikasi secara keseluruhan dan khususnya jurnalisme tetap tidak berubah (intact).

2. Blog

Pada masa awal ketika internet merupakan media baru dan ketika biaya untuk memiliki media di luar jangkauan orang awam, internet telah mendemokratisasikan komunikasi massa. Melalui sebuah Web-blog (lebih dikenal dengan sebutan blog) setiap orang bebas menuliskan sebuah artikel atau laporannya untuk disampaikan kembali ke masyarakat. Sebuah blog bisa berisi catatan harian, kumpulan laporan perjalanan, opini, pandangan politik, hingga berita yang tidak memiliki ruang di media massa arus utama. Blog terkenal karena sifatnya yang bebas untuk semua orang. Melalui blog seseorang memiliki akses ke audien yang amat luas (Vivian, 2008:283).

Blog menjadi saluran yang mampu bersuara keras dan efektif di luar media berita tradisional yang lahir dari tradisi dan praktik yang sudah

pakem dan terlembagakan. Sebagai contoh, Kasus Joshua Marshall dan Matt Drudge yang telah disebutkan pada bab sebelumnya adalah satu dari banyak cerita tentang blogger yang menulis berita dan mampu menarik perhatian masyarakat.

Pendayagunaan teknologi internet dalam komunikasi massa saat ini telah membawa banyak perubahan fundamental pada fungsi dan sistem media massa konvensional. Media massa saat ini mengalami desentralisasi fungsi yang mana institusi media bukan menjadi satu-satunya tumpuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan terhadap informasi. Teknologi internet yang mengandalkan sistem jaringan tidak tersentral telah memungkinkan semua orang dengan cara interaktif mencari, mendapat, menyimpan, memproses, membuat dan juga sekaligus mempublikasikan informasi. Internet seolah menjadi kekuatan media massa modern, di mana kebebasan, interaktifitas, fleksibilitas dan desentral menjadi pilar-pilar utamanya.

Kegiatan jurnalisme yang dulu menjadi monopoli pers dan institusi-institusi media pun sekarang dapat diaplikasikan secara lebih fleksibel. Jurnalisme sebagai suatu kegiatan mencari, memproses, membuat dan mempublikasikan informasi bisa dilakukan oleh siapa saja, tidak harus oleh orang-orang yang bekerja maupun berkenaan dengan institusi pers secara langsung. Internet memungkinkan terjadinya distribusi kesempatan bagi semua orang untuk menjadi newsmaker sekaligus editor dan publisher-nya.

Salah satu bentuk media yang saat ini digunakan oleh banyak pengguna internet untuk melakukan kegiatan jurnalisme secara personal adalah blog. Blog adalah suatu situs yang biasanya dikelola oleh satu orang secara individual, seringkali terfokus pada suatu subjek atau topik tertentu, baik berita, catatan harian, kumpulan link, daftar komentar atau hasil pikiran (www.guardian.co.uk/online/story/0.3605.html), yang update secara teratur dengan susunan posting terbaru berada paling atas diikuti posting-posting sebelumnya sesuai dengan urutan kronologi waktu, dan mempunyai frekuensi kunjungan oleh orang lain yang tinggi (www.camworld.com/journal/rants/99/01/26.html). Karakteristik utama dari blog yang membedakannya dengan bentuk website lain adalah selalu adanya penanda tanggal dan waktu pada setiap posting yang dilakukan. Blog diupdate secara terus-menerus dimana blogger sebagai pemiliknya bebas untuk menuliskan segala apa yang dipikirkan, dirasakan dan dialaminya dalam kehidupan sehari-hari, baik berkenaan dengan tema-tema yang dekat dengan keseharian mereka maupun tema-tema yang lebih berat dan serius.

Fenomena blog saat ini mulai mendapatkan perhatian secara luas dari berbagai pihak, baik ahli-ahli di bidang IT, pengusaha media, pengamat komunikasi ataupun juga pengamat sosial. Keberadaan blog saat ini semakin berarti penting sebagai suatu media massa baru yang mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan dengan bentuk media

massa lainnya – seperti televisi, radio, surat kabar, majalah maupun film – baik dari segi sistem pengoperasian maupun performance-nya.

Menurut laporan terbaru “*Pew Internet & American Life Project*” (http://www.pewinternet.org/PPF/r/144/report_display.asp), pada akhir 2004 lalu, blog telah digolongkan sebagai bagian dari budaya online. Hasil survey yang dilakukan lembaga tersebut menunjukkan, pembaca blog melonjak hingga 58% pada 2004 dimana kini 27% dari pengguna internet adalah pembaca blog. Sementara itu, 12% dari pengguna internet telah menuliskan posting berupa komentar di blog milik orang atau pihak lain.

Pentingnya fenomena weblog untuk tahun 2004 antara lain ditunjukkan dengan terpilihnya kata “blog” sebagai “*Words of the year 2004*” oleh penerbit kamus kenamaan *Merriam-Webster* (<http://www.m-w.com>). ABC News di Amerika juga menobatkan Bloggers sebagai “*People of the Year 2004*” (<http://abcnews.go.com>), jaringan TV ABC di Amerika menetapkan blogger sebagai *people of the year*. Begitu juga dengan majalah TIME yang juga menetapkan blogger sebagai *person of the year 2004* (www.time.com).

Masyarakat yang aktif memanfaatkan blog sebagai media berbagi dan penyebarluasan informasi juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Mereka kini tidak hanya menulis catatan harian atau opini pribadi melalui blognya, tetapi juga membahas topik yang menyentuh hajat hidup orang banyak. Konten blog menjadi lebih serius, mulai dari politik, ekonomi, budaya, hingga kritik terhadap lembaga

pelayanan masyarakat. Meskipun kadang topik yang dibahas oleh blogger juga di bahas di media massa arus utama, tetapi blogger menyajikan laporannya dari sudut pandang yang berbeda.

Eksistensi blog telah mendorong terwujudnya desentralisasi informasi secara signifikan yang mana setiap individu dalam hal ini blogger bisa menyampaikan informasi apapun dalam berbagai format dan perspektif. Dengan demikian, terjadinya sentralisasi informasi yang seringkali hanya mengangkat hal-hal yang menjadi perhatian pihak media atau hal-hal yang hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja (terutama penguasa bidang politik atau ekonomi) dalam pemberitaan media konvensional bisa dilimitasi atau bahkan bisa dieliminir. Blog merupakan mediator yang memungkinkan semua orang, baik secara individual maupun institusional, mendapatkan akses terhadap media. Dengan adanya kebebasan akses tersebut, setiap orang berkesempatan untuk menyampaikan informasi, inspirasi, pengetahuannya kepada publik tanpa adanya perantara atau filter-filter tertentu.

Sifatnya yang massa sekaligus personal, menjadikan blog media yang independen dan dapat secara bebas digunakan untuk mempublikasikan pikiran, ide, gagasan maupun beragam informasi. Blog merefleksikan kebebasan internet dari segala belenggu dan kontrol eksternal. Melalui blognya, seorang blogger bisa mempublikasikan informasi-informasi tentang apapun, tanpa adanya kontrol maupun editor dari pihak lain. Oleh sebab itu weblog disebut-sebut sebagai suatu bentuk

media jurnalisme baru karena independensinya dalam mempublikasikan informasi.

Beragamnya latar belakang, minat, ketertarikan dan kesukaan blogger membuat bentuk dan isi informasi dalam blog pun juga bermacam-macam. Hal itu terjadi karena biasanya sebuah blog sangat merefleksikan blogger pemiliknya sehingga seringkali sebuah weblog berisi informasi-informasi yang bersifat sangat spesifik, detail dan up to date berkenaan dengan suatu hal atau bidang tertentu sesuai dengan karakteristik pemiliknya.

Keinteraktifan juga menjadi nilai tambah yang membuat blog menjadi media yang tidak monoton dan tidak bersifat searah. Pengunjung suatu blog biasanya mendapatkan fasilitas untuk menyampaikan respon, tanggapan, sanggahan dan komentar terhadap tulisan-tulisan isi posting dalam blog tersebut, atau bisa juga menambahkan sambungan (*link*) ke website atau blog lain yang berhubungan dengan tulisan tersebut. Meski masih menjadi perdebatan di sebagian kalangan, kini blogger dan blognya kemudian tumbuh dan berkembang membentuk sesuatu yang dikenal dengan istilah Jurnalisme Warga (*citizen journalism*).

Jurnalisme warga mengisi ruang publik yang kehilangan media diskusi, muncul dari kalangan wartawan dan warga masyarakat yang jenuh dengan politik, kapitalisme, sistem pasar media, serta tatanan yang apatis dan sinis. Akibat dari paradigma kompetitif dalam perkembangan media, publik melihat banyak eksploitasi, ketidakadilan, dan

ketidakseimbangan. Media arus utama dianggap tidak lagi melayani publik, melainkan kepentingan kelas, seks, dan etnisitas dari stratifikasi sosial (Santana, 2005:28). Dalam jurnalisme warga yang menggunakan internet sebagai salurannya, jurnalisme dilihat bukan lagi sebagai penyaji informasi semata, diskusi dan debat hadir dalam laporan dan pemberitaannya.

Berbicara tentang Jurnalisme warga (*Citizen Journalism*) tidak bisa lepas dari konsep yang memayunginya yaitu Jurnalisme Online (*Online Journalism*). Mark Deuze, profesor dari University of Amsterdam dan ahli media digital mengkonstruksi 4 tipe jurnalisme online berdasarkan keterkaitan dengan editorial mainstream media dan konektivitas pada publik di satu sisi dan *unmoderated* dan *moderated communication* disisi lainnya. Keempatnya digambarkan dengan bagan berikut ini (Berkman dan Shumway, 2003:83):

1. *Mainstream News Sites*: web yang dimiliki media konvensional yang biasanya hanya berupa versi online dari media konvensional. Di Indonesia bisa dibilang saat ini telah dimiliki oleh konvensional media, contohnya kompas.com, liputan6.com, mediaindonesia.com, suaramerdeka.com, dan lain-lain.
2. *Index and Category Sites*: tipe online media ini digunakan untuk menghubungkan pembaca dengan news site yang ada di internet. Contohnya adalah Yahoo!, Google.com, AOL. Kategori ini

melibatkan editor yang memonitor breaking news, forum diskusi, dan monitor chat.

3. *Meta and Comment Sites*. Tipe ini disebut jurnalisme tentang jurnalisme, yaitu berupa situs informasi, data dan hasil penelitian yang berkaitan dengan jurnalisme dan media. Contohnya poynter.org dan weblog yang dioperasikan oleh para pengkritisi media bisa masuk dalam kategori ini.

4. *Share and Discussion Sites*. Tipe terakhir ini berisi tentang situs yang fokus pada kepentingan publik, berupa komunikasi partisipator yang minim pengeditan dan moderator. Situs berisi *posting* berita, informasi dan analisis yang dibuat pemilik situs. Contohnya adalah Slashdot, Kuro5shin dan berbagai macam weblog group.

Dari keempat tipe ini jurnalisme warga masuk dalam kategori ke-4 yaitu *share* dan *discussion sites*. Slashdot dan Kuro5shin masuk dalam kategori jurnalisme warga menurut J.D. Lasica, dalam *Online Journalism Review*(2003) yaitu kategori media kolaboratif.

Ada beberapa istilah yang dikaitkan dengan konsep jurnalisme warga diantaranya *public journalism, civic journalism, advocacy journalism, citizens media participatory journalism, participatory media, open source reporting, distributed journalism* hingga *grassroot journalism*.

Shayne Bowman & Chris Willis mendefinisikan citizen journalism sebagai “...*the act of citizens playing an active role in the process of*

collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information". Ini artinya warga memiliki hak untuk menjadi pencari, pemroses dan penganalisa berita untuk kemudian dilaporkan kepada masyarakat luas melalui media. Sementara Wood and Smith mendefinisikan *netizens* (sebutan untuk *citizen journalist*) sebagai sekelompok warga yang aktif memberikan kontribusi berita seiring dengan perkembangan internet. Menurutnya netizen harus memahami nilai – nilai kerja kolektif dan aspek-aspek yang harus dimiliki dalam menjalankan proses komunikasi publik (Bowman dan Willis, 2003).

Jurnalisme warga, meski berangkat dari berbagai konsep jurnalisme diatas namun memiliki keunikan khusus yang tidak dimiliki konsep lain dimana jurnalisme warga berada sama posisi dengan jurnalisme profesional termasuk tugasnya yaitu meliput, menganalisa dan menyiarkan berita yang dibuatnya. Jurnalisme warga mencoba mendefinisi ulang nilai berita, mempertanyakan nilai objektivitas dan imparialitas, mendorong keterlibatan wartawan lebih besar sebagai peserta aktif dalam masyarakat, dan menginginkan praktik jurnalisme yang mencerminkan keragaman kultural di masyarakat Amerika. Kemunculan gerakan jurnalisme warga merupakan reaksi terhadap jurnalisme konvensional yang kurang menghiraukan kewajiban untuk mewakili kepentingan pembacanya, dan dalam tingkat tertentu menjadi alat mengeruk keuntungan semata. Dasar pemikiran ini membuka pintu bagi tumbuhnya jurnalisme warga dimana warga yang mempunyai berita,

dan foto dapat menyampaikannya langsung melalui *blog* atau ke beberapa *mainstream media* yang sudah mengakomodasi misalnya situs *BBC* (www.bbc.co.uk), *CNN* (www.cnn.com), dll. Dan dari sinilah jurnalisme warga lahir dan berkembang hingga saat ini.

J.D. Lasica, dalam *Online Journalism Review*, mengategorikan media jurnalisme warga ke dalam lima tipe (Lasica, 2003):

1. *Audience participation* (seperti komentar user yang diattach pada kisah-kisah berita, blog-blog pribadi, foto, atau *video footage* yang diambil dari handycam pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas).
2. Situs web berita atau informasi independen (*Consumer Reports*, *Drudge Report*).
3. Situs berita partisipatoris murni (*OhmyNews*).
4. Situs media kolaboratif (*Slashdot*, *Kuro5hin*).
5. Bentuk lain dari media "typist" (*mailing list*, *newsletter e-mail*).
6. Situs penyiaran pribadi (situs penyiaran video, seperti KenRadio).

Sementara itu dua tahun kemudian seorang ahli media yang sering menulis di poynter.org, Steve Outing memilah jurnalisme warga ke dalam 11 kategori (Outing, 2005):

1. Membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan

jurnalis profesional. Ini mungkin yang kita kenal sebagai ruang “surat pembaca” di media konvensional.

2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis jurnalis profesional. Biasanya ada kontribusi pendapat dari luar jurnalis, dimana foto kontributor akan ikut diterbitkan. Ini juga yang biasa kita jumpai di majalah-majalah umumnya.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non jurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi/ bidang yang akan dibahas dalam artikel tersebut, sebagai bantuan dalam mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional non jurnalis ini bisa juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut. Ini juga bisa kita temui di media konvensional.
4. *Bloghouse*, sebuah website yang mengundang pembaca untuk ikut membaca.
5. *Newsroom citizen “transparency” blogs*, merupakan blog yang disediakan untuk upaya transparansi organisasi sebuah media, dimana pembaca bisa memasukkan keluhan, kritikan, atau pujian atas pekerjaan media tsb.
6. *Stand-alone citizen journalism site*: melalui proses *editing*.
7. *Stand-alone citizen journalism site*: tanpa proses *editing*.

8. *Stand-alone citizen-journalism website* dengan tambahan edisi cetak.
9. *Hybrid: Pro + Citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Disini ada peran para editor dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat ke halaman utama. Kontribusi berita tidak otomatis diterima sebagai sebuah berita, dan berita yang masuk masih tersaring lagi sebagai berita yang menjadi topik utama (berhak muncul di halaman pertama) atau bukan. Contohnya adalah ohmynews.com
10. Penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana website membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
11. Model wiki, dimana pembaca adalah juga editor. Setiap orang bisa menulis artikel, dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap artikel yang terbit.

Jurnalisme warga sendiri memiliki keterkaitan dengan New Media Theory yang dikemukakan Denis McQuail (2000). Ia memperlihatkan adanya empat kategori media baru yang juga menjadi sifat dari jurnalisme warga diantaranya,

1. Media komunikasi interpersonal, seperti telepon (yang semakin hari semakin bersifat mobile bahkan bisa terkoneksi internet) dan email,

2. Media interaktif, contohnya semua perangkat lunak yang ada di komputer dan video games,
3. *Information search media*, contoh yang paling relevan adalah internet (*world wide web*) yang merupakan sebuah perpustakaan dunia maya. Termasuk didalamnya adalah google.com, yahoo.com, msn.com. aol.com. Teknologi baru ini memungkinkan audience untuk aktif dan menjadi subyek sementara teknologi menjadi obyeknya,
4. *Collective participatory media*. Contohnya adalah penggunaan internet untuk sharing dan bertukar informasi, ide, pengalaman dan mengembangkan hubungan berbasis internet. Disinilah letak obyek penelitian yaitu jurnalisme warga berada. Jurnalisme warga bahkan telah meruntuhkan teori agenda setting, karena jurnalisme warga menjadi penentu arah perkembangan isu, bahkan peran *gatekeeping* dan *editing* tidak lagi berada di editor (mainstream media) namun pada user.

Denis McQuail juga memberikan lima konsep pembeda antara media baru dengan media konvensional diantaranya (McQuail, 2000:127-128);

1. Derajat interaktivitas, dimana interaksi dalam new media lebih fleksibel dan lebih tinggi dibanding media konvensional,

2. Derajat keberadaan sosial (*keberadaan sosial*) dimana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Pada penerapannya jurnalisme warga sebagai media baru memungkinkan audience untuk bisa berhubungan secara personal dengan media dengan melakukan kontak langsung,
3. Derajat otonomi, dimana user dalam hal ini *netizen* memiliki kemampuan untuk mengontrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen. Bagian ini menjadi bagian terpenting dalam sejarah keberadaan jurnalisme warga, dimana warga bisa memiliki media sendiri dan diolah sendiri,
4. Derajat *playfulness*, kemampuan media menyediakan hiburan bagi para user,
5. Derajat privasi yang berhubungan dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apapun di media baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

Dalam new media theory, McQuail juga menunjukkan enam perbedaan antara media lama dan media baru yaitu,

1. Media lama konsepnya satu obyek berbicara pada banyak orang, sementara media baru bersifat desentralisasi yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapapun,

2. Media lama adalah *one way communication*, sementara media baru *two way communication* yang memungkinkan adanya feedback dari audience,
3. Media lama dibawah kontrol negara, sementara media baru diluar kontrol negara, bahkan bisa dinikmati siapapun yang ada didunia tanpa batasan negara,
4. Media lama memproduksi lapisan sosial sementara media baru adalah memproduksi konsep demokratisasi,
5. Media lama memfragmentasi audience sementara media baru meletakkan audience pada posisi yang sama,
6. Media lama membentuk kebingungan sosial, sementara media baru berorientasi pada individu.

Dennis McQuail juga mengatakan bahwa media baru membuka kesempatan komunikasi yang lebih besar untuk demokrasi. Hal inilah yang menjadi kunci konsep jurnalisme warga yang pada dasarnya digunakan untuk komunikasi langsung antara warga (*citizen*) dengan negara yang selama ini dijabatani oleh mainstream media yang menyebut dirinya dari pilar ke-4 demokrasi. Lebih jauh jurnalisme warga membuka forum terbuka bagi interaksi antar warga negara dan menjalankan fungsi advokasi dan *watchdog* yang selama ini didominasi oleh media konvensional. Fungsi "*watchdog*" memungkinkan warga untuk mengawasi kinerja pemerintah untuk memastikan bahwa pemerintah bekerja untuk kepentingan masyarakat luas. Hal itu senada juga dikemukakan oleh

pencetus jurnalisme warga yaitu Bowman and Willis yang mengatakan bahwa: "*The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires.*"

Raunda Hauben dalam presentasi di sebuah seminar tentang konferensi tahunan asosiasi peneliti internet bulan oktober 2008 mengemukakan bahwa internet memungkinkan *netizen* dalam jurnalisme warga untuk menciptakan isi dan mindset agenda media untuk didiskusikan. Dengan demikian *netizen* tidak hanya memiliki kemampuan menentukan isi namun juga mendesain bentuk forum yang mereka inginkan.

3. Pendekatan Konstruksivisme dalam Komunikasi Politik.

Ruang lingkup kajian komunikasi politik pada masa-masa awal hanya berkaitan dengan kampanye politik dan pemilihan umum. Kajian tersebut masih dilihat secara parsial, belum mengarah pada suatu bentuk khusus studi komunikasi politik. Peranan media dalam memengaruhi pemilih kemudian menjadi perhatian para ahli setelah acara debat calon presiden Amerika Serikat pada tahun 1960 ditayangkan melalui televisi (Cangara, 2009:33). Selanjutnya penelitian komunikasi politik berkembang luas, mulai dari studi opini publik dan kaitannya dengan komunikasi politik, hubungan antara media dengan pemerintah, hingga sistem informasi dalam institusi birokratis.

Sejalan dengan perkembangan komunikasi politik sebagai suatu bidang kajian ilmiah, metode yang digunakan dalam penelitian komunikasi politik juga menunjukkan kecenderungan semakin beragam. Salah satu pendekatan teoritis dalam kajian komunikasi politik yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konstruksivisme. Pendekatan ini berangkat dari pandangan pokok bahwa setiap orang dalam keadaan normal memahami dunia di sekitarnya melalui "*systems of personal construct*" (sistem-sistem konstruksi personal). Sistem konstruksi personal adalah kerangka berpikir yang mendasari seseorang memberikan penilaian-penilaian berdasarkan kategori-kategori dan perbedaan-perbedaan (Griffin, 2003:116). Para tokoh politik misalnya dibedakan menjadi jujur dan tidak jujur, berintegritas tinggi dan rendah, berkapabilitas tinggi dan rendah.

Kalangan konstruksivisme berpandangan bahwa pemahaman seseorang mengenai dunia sekitarnya terbentuk melalui proses interpretasi yang diperoleh. Proses interpretasi ini menghubungkan diri seseorang dengan aktifitas dengan perilakunya. Dalam konteks politik bisa dikatakan bahwa perilaku politik, misalnya pemberian suara dalam pemilihan, oleh banyak orang dinilai sebagai suatu tindakan penting atas dasar keyakinan mengenai dunia politik yang melingkupi mereka (Pawito, 2009:40).

Timbulnya perilaku politik tertentu pada khalayak terutama sangat dipengaruhi oleh informasi dan citra media yang disebarluaskan oleh

media berupa berita atau iklan. Tetapi realitas yang disajikan oleh media massa adalah realitas yang telah dikonstruksi. Khalayak lalu membentuk persepsi-persepsi sesuai dengan realitas bentukan media. Kemudian pada diri khalayak tumbuh sikap-sikap yang berkembang menjadi keyakinan tertentu mengenai dunia politik. Keyakinan-keyakinan ini sesuai dengan konteks dan relevansinya (*context-relevant beliefs*). Keyakinan-keyakinan ini terbentuk melalui persepsi.

Dalam penelitian komunikasi politik, dengan menggunakan pendekatan konstruktivisme dimungkinkan adanya penelusuran mengenai beberapa persoalan penting:

- a. bagaimana media massa mengkonstruksi realitas – studi tentang isi media atau isi pesan,
- b. bagaimana individu khalayak dengan latar belakang sosio – ekonomi – kultural – yang saling berbeda-beda mempersepsikan isi media, dan
- c. bagaimana pengaruh dari exposure isi media terhadap sikap-sikap dan perilaku politik khalayak (Pawito, 2009:41).

4. Opini Publik dan Citra dalam Komunikasi Politik.

Defenisi opini publik secara umum menurut Bernard Henessy adalah kompleks preferensi yang dinyatakan sejumlah orang tertentu mengenai isu yang menyangkut kepentingan umum, sedangkan dalam konteks politik Floyd Allport menyatakan bahwa pendapat-pendapat

pribadi menjadi opini publik jika sikap atau hal-hal yang diekspresikan itu ada hubungannya dengan kekuasaan pemerintah atau politik sebab tidak semua pernyataan atau ekspresi pribadi memiliki kaitan dengan politik (Cangara, 2009:157). Agar opini publik dapat terbentuk, opini pribadi harus dimiliki bersama secara luas melalui kegiatan kolektif dengan lebih banyak orang. Pembentukan opini publik dari opini pribadi ini melibatkan saling pengaruh di antara proses personal, sosial dan politik (Nimmo, 2006:19). Salah satu bentuk pembentukan atau penggalangan opini publik sangat jelas ditampilkan dalam kampanye-kampanye politik menjelang pemilihan umum. Sasaran utama dari kampanye-kampanye politik tersebut mengerucut pada terbentuknya sebuah citra positif dari seorang kandidat atau partai politik .

Citra dalam konteks komunikasi politik adalah bayangan, kesan, atau gambaran tentang suatu objek terutama partai politik, kandidat, elit politik, dan pemerintah (Parwito, 2009:263). Citra positif sangat penting untuk tumbuhnya preferensi-preferensi para pemilih terhadap seorang kandidat atau suatu partai. Citra membantu memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya, tentang preferensi politik, dan tentang penggabungan dengan orang lain.

Citra terbentuk oleh perpaduan antara informasi dan pengalaman. Informasi yang ada atau diterima oleh seseorang mengenai suatu hal atau objek biasanya menumbuhkan persepsi-persepsi tertentu mengenai objek

bersangkutan dan akhirnya membentuk citra tertentu pula terhadap objek yang bersangkutan. Namun demikian terbentuknya persepsi juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman. Orang yang memiliki pengalaman buruk terhadap partai atau kandidat tertentu biasanya sulit untuk memiliki persepsi yang positif terhadap partai atau kandidat bersangkutan.

Upaya membangun citra positif dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya (Parwito, 2009:265):

- a. penonjolan pada kesuksesan atau keberhasilan yang telah dicapai pada masa lampau,
- b. menumbuhkan asosiasi pemikiran tentang partai atau kandidat dengan kebesaran sejarah di masa lampau, seperti kejayaan bangsa, pemimpin kharismatis yang pernah ada, dan bentuk-bentuk ekspresi simbolik baik kata-kata maupun gambar-gambar,
- c. memberikan penonjolan orientasi ke depan, misalnya dengan kecanggihan teknologi dan optimisme kemajuan-kemajuan di masa yang akan datang, dan
- d. menghadirkan tokoh-tokoh tertentu demi menumbuhkan dan memperkokoh keyakinan akan kuat atau luasnya dukungan termasuk tokoh-tokoh adat, tokoh masyarakat, dan pemimpin atau tokoh-tokoh dari negara lain.

F. Teori Pendukung

Perkembangan metodologi penelitian kualitatif dalam ilmu-ilmu sosial sejak era mazhab Chicago berlangsung secara pasang surut, namun dalam beberapa dekade terakhir kembali meningkat pesat bahkan menembus bidang-bidang lain seperti pendidikan bahkan ilmu kesehatan. Tidak ketinggalan ilmu komunikasi juga mengalami kemajuan yang lebih pesat dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang sejak awal bersifat lintas disiplin. Sebagaimana telah dinyatakan oleh Prof. Deddy Mulyana bahwa sebagian teori dan metode penelitian yang digunakan dalam ilmu komunikasi berasal dari sosiologi dan antropologi terutama fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schultz, Peter Berger dan Thomas Luckmann; interaksionisme simbolik yang dikenalkan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer, dan teori dramaturgi oleh Erving Goffman (Mulyana & Solatun ed., 2007:3).

Pada penelitian ini, selain menggunakan pendekatan analisis framing dari Gamson dan Modigliani sebagai inti dari penelitian, peneliti juga menggunakan tiga teori sebagai pendukung yaitu *Teori Kumpulan Tindakan*, *Teori Logika Pesan*, dan *Teori Ekologi Media*. Kedua teori pertama yang berada dalam kelompok sosiopsikologi ini memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator individu mengelola pesan. Teori ini menjelaskan berbagai pilihan dan strategi individu untuk mencapai tujuan pesan yang tertanam secara internal dalam diri individu, dan bagaimana kecenderungan atau orientasi individu dalam merencanakan dan mendesain pesan mereka. Teori yang ketiga

menjelaskan bagaimana teknologi komunikasi dan media berpengaruh besar pada kehidupan manusia, serta melihat media sebagai bukan hanya sebagai sebuah sarana melainkan pesan itu sendiri.

1. Teori Kumpulan Tindakan

Teori kumpulan tindakan (*action assembly theory*) yang dikembangkan oleh John Greene menjelaskan cara bagaimana kita mengelola pengetahuan di dalam pikiran dan menggunakannya untuk membuat pesan (Littlejohn, 1996:115). Menurut teori ini, manusia membentuk pesannya dengan menggunakan apa yang disebut dengan pengetahuan isi (*content knowledge*) dan pengetahuan prosedural (*procedural knowledge*). Menurut Greene, orang mengetahui 'mengenai' sesuatu yang merupakan pengetahuan isi, dan orang mengetahui bagaimana melakukan sesuatu yang merupakan pengetahuan prosedural. Dalam teori kumpulan tindakan, pengetahuan prosedural berada di tengah-tengah atau di pusat.

Bentuk pengetahuan prosedural ini bisa dijelaskan dalam sebuah ilustrasi dimana ingatan kita dipenuhi dengan 'elemen ingatan' yang saling berhubungan satu sama lain. Setiap elemen ingatan disebut dengan *node* atau simpul yang saling terhubung, persis seperti sebuah website yang terhubung dengan jaringan internet. Pengetahuan prosedural terdiri atas elemen ingatan yang berhubungan dengan perilaku, konsekuensi, dan

situasi. Namun demikian jaringan elemen ingatan kita selalu berubah dalam suatu sistem yang kompleks, bukan berarti tidak terorganisasi.

Pada waktunya, kelompok elemen ingatan yang paling sering digunakan akan menjadi semakin kuat dan membentuk ikatan sedemikian rupa sehingga elemen ingatan tertentu cenderung mengelompok menjadi apa yang disebut dengan “modul” yang oleh Greene dinamakan “catatan prosedural” (*procedural records*). Tetapi catatan prosedural tidaklah begitu tegas dalam arti tidak memiliki batas yang jelas (Miller, 2005:112).

Catatan prosedural sendiri adalah seperangkat hubungan antar elemen ingatan dalam suatu jaringan tindakan. Sebagian dari hubungan antar elemen ingatan ini merupakan hubungan otomatis. Jika kita melakukan suatu perbuatan mengulang-ulang sebagaimana orang yang menginjak pedal kopling dan memindahkan gigi mesin ketika mengendarai mobil. Ketika kita melakukan suatu tindakan, maka kita harus mengumpulkan prosedur yang sesuai. Dari seluruh tindakan yang ada dalam ingatan kita harus memilih prosedur yang paling sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi agar memperoleh hasil atau konsekuensi yang diinginkan dengan cara memilih suatu urutan tindakan (*action sequence*). Menurut teori ini, ketika kita bertindak, maka kita harus mengumpulkan prosedur yang berhubungan dari berbagai catatan prosedural yang sesuai.

Adakalanya prosedur yang terkumpul menjadi saling terkait dengan sangat kuat karena sangat sering digunakan sehingga orang

menjadi bergantung kepada prosedur tersebut sebagai suatu tindakan yang sudah terprogram, ini disebut dengan kumpulan bersatu (*unitized assemblies*). Tindakan yang bersifat rutin ini tidak membutuhkan upaya besar untuk melakukannya, kita tidak perlu banyak berpikir apa yang harus dilakukan karena seluruh urutan tindakan sudah tersedia di dalam ingatan kita.

Menurut Greene, setiap elemen ingatan yang diaktifkan tersebut pada awalnya menjadi bagian dari catatan prosedural, namun pikiran kita mengambil keluar berbagai elemen yang diaktifkan itu untuk kemudian digabungkan menjadi 'koalisi'. Dari koalisi tersebut, maka pikiran kita secara cepat dan serentak akan menyusun kembali serangkaian tindakan yang akan kita lakukan. Proses demikian disebut dengan representasi keluaran (*output representation*), yaitu segala ingatan yang kita butuhkan agar kita bertindak dengan tepat dan teratur, mulai dari yang paling mudah (*low level*), hingga yang paling sulit (*high level*). Seluruh tindakan – misalnya bagaimana menuliskan kalimat hingga bagaimana menyatakan rasa simpati atau tidak suka – saling berhubungan dengan ketat. Berbagai hubungan lain yang menjadi bagian dari catatan prosedural yang kurang relevan dengan situasi tersebut akan menyusut dalam suatu proses yang disebut dengan pembusukan (*decay*) (Littlejohn, 1996:116).

Dengan demikian sangat jelas bahwa tidak ada satu tindakan yang dapat berdiri sendiri. Setiap tindakan tidak akan melibatkan tindakan lainnya dan sebaliknya. Untuk menulis sebuah paragraf, kita harus

menggabungkan berbagai tindakan, mulai dari menyusun pengetahuan, menggunakan bahasa, hingga menuliskan kata atau kalimat. Setiap pengetahuan yang telah kita dapat adalah representasi dari sesuatu yang mungkin perlu kita lakukan.

Proses kumpulan tindakan tidak hanya membutuhkan pengetahuan dan motivasi, tetapi juga kemampuan untuk menemukan dan mengatur tindakan yang diperlukan secara cepat dan efisien. Kumpulan tindakan membutuhkan waktu dan upaya untuk melaksanakannya. Berpikir adalah kerja. Semakin kompleks tugas kumpulan tindakan semakin banyak waktu dan tenaga yang diperlukan.

2. Teori Logika Pesan

Barbara O'Keefe pada mulanya adalah seorang pendukung teori konstruktivisme, namun kemudian ia mengembangkan teorinya dengan memasukkan juga pandangan-pandangan yang berkaitan dengan bagaimana orang mendesain pesan. Ia menyatakan bahwa manusia berpikir secara berbeda bagaimana berkomunikasi dan membuat pesan, dan manusia menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang harus dikatakan kepada orang lain pada situasi tertentu. O'Keefe menggunakan istilah 'logika dalam merancang pesan' (*message design logic*) untuk menjelaskan bagaimana proses berpikir yang terjadi sehingga munculnya pesan (Miller, 2005:110).

Barbara O'Keefe mengemukakan tiga logika dalam merancang pesan, dimulai dari yang paling tidak terpusat pada orang (*least person-centered*) hingga yang sangat terpusat (*most person-centered*) (Miller, 2005:110).

- Logika ekspresif (*expressive logic*), yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara untuk mengeskpresikan diri dan untuk menyatakan perasaan dan pikiran. Pesan yang terdapat pada logika ekspresif ini bersifat terbuka dan reaktif, dengan hanya memberikan sedikit perhatian pada kebutuhan dan keinginan orang lain. Dalam hal ini, logika ekspresif bersifat *self-centered* atau terpusat pada diri si pembicara atau penulis, kebalikan dari *person-centered* atau terpusat pada lawan bicara sebagaimana yang dikenal dalam teori konstruksivisme.
- Logika konvensional (*conventional logic*), yaitu logika yang melihat komunikasi sebagai suatu permainan yang dimainkan dengan mengikuti sejumlah aturan. Di sini komunikasi merupakan alat untuk mengekspresikan diri yang dilakukan menurut aturan dan norma yang diterima termasuk hak dan tanggung jawab masing-masing orang yang terlibat. Logika jenis ini bertujuan untuk merancang pesan yang sopan, pantas, dan berdasarkan aturan yang sepatutnya diketahui setiap orang.

- Logika retorika (*rethorical logic*), yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai suatu cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi. Pesan yang dirancang dengan menggunakan logika ini cenderung lentur dan fleksibel, memiliki pemahaman dan terpusat pada komunikan. Pembicara atau penulis yang menggunakan logika ini cenderung untuk membingkai ulang situasi yang dihadapi agar berbagai tujuan, termasuk persuasi dan kesopanan, dapat diintegrasikan dalam suatu kesatuan yang bulat.

Menurut O'Keefe, pada situasi tertentu pesan akan cenderung sama, tetapi pada situasi lain, pesan akan menjadi berbeda. Ini disebut sebagai keragaman pesan (*message diversity*). Pada situasi tertentu akan terdapat sedikit keragaman, namun pada situasi lain terdapat keragaman yang besar. Apapun logika yang digunakan dalam merancang pesan maka akan menghasilkan bentuk pesan yang kurang lebih sama jika tujuan komunikasi bersifat sederhana dan tidak ada orang yang akan kehilangan muka. Sebaliknya, jika banyak tujuan yang ingin dicapai, kompleks, dan memiliki potensi seseorang kehilangan muka, maka apapun logika yang digunakan dalam merancang pesan akan menghasilkan berbagai bentuk pesan yang berbeda.

3. Teori Ekologi Media

Kehadiran teknologi tidak dipungkiri memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Sadar atau tidak, manusia menjadi tergantung kepada teknologi. Pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia menarik perhatian Marshall McLuhan, khususnya teknologi komunikasi. Menurutnya manusia memiliki hubungan simbolik dengan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa diri kita (McLuhan, 2006:354).

Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat bergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. McLuhan melihat media berperan menciptakan dan mengelola budaya. Pemikiran McLuhan ini dinamakan teori mengenai ekologi media (*media ecology*), yang didefinisikan sebagai studi mengenai lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia (West, 2008:140).

McLuhan memandang penemuan teknologi sebagai hal yang sangat vital karena menjadi kepanjangan atau ekstensi dari kekuatan pengetahuan dan persepsi pikiran manusia. Pemikiran McLuhan melibatkan sejumlah disiplin ilmu dan menggunakan berbagai jenis teknologi, ia melihat adanya persimpangan (*intersection*) antara hubungan manusia dengan teknologi serta bagaimana teknologi tersebut memengaruhi persepsi dan pengertian manusia terhadap banyak hal.

Media adalah esensi peradaban dan sejarah diarahkan oleh media yang mendominasi pada setiap zamannya.

Pengaruh teknologi media pada masyarakat menjadi gagasan utama dari teori ekologi media. Gagasan ini dapat ditinjau dari tiga asumsi yang menjadi landasan teori tersebut (West, 2007:463):

1. Media memengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat (*media infuse every act and action in society*),
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita (*media fix our perceptions and organize our experineces*),
3. Media mengikat dunia bersama-sama (*media tie the world together*).

Pemikiran McLuhan yang paling terkenal adalah ungkapannya yang menyebutkan bahwa media adalah pesan (*medium is the message*). Melalui ungkapan itu McLuhan menegaskan bahwa pesan yang disampaikan media sama pentingnya dengan media atau saluran komunikasi yang digunakan pesan untuk sampai kepada penerimanya. Dengan kata lain media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan dan memberikan pengaruhnya kepada masyarakat, dan bukan isi pesannya. Orang yang *chatting* di Internet atau berkomunikasi dan berinteraksi melalui *facebook* atau *blog* bisa jadi tidak terlalu mementingkan isi pesan yang mereka terima atau isi pesan yang mereka tulis, tetapi kenyataan bahwa mereka menggunakan internet atau *facebook* itulah yang penting.

Menurut McLuhan, dalam menggunakan media orang cenderung mementingkan isi pesannya saja dan seringkali tidak menyadari bahwa media yang menyampaikan pesan itu juga memengaruhi kehidupannya. Menurutnya, media membentuk dan memengaruhi pesan atau informasi yang disampaikan. Suatu pesan yang disampaikan melalui radio memberikan pengaruh berbeda jika pesan tersebut disampaikan melalui televisi.

Sebagai kelanjutan dari gagasan sebelumnya mengenai teori ekologi media, McLuhan mengembangkan lebih jauh pemikirannya dalam menjelaskan efek teknologi terhadap masyarakat dengan mengajukan gagasan yang disebutnya hukum media (*media laws*). Pengembangan teori ini menghasilkan efek lingkaran media, yaitu teknologi baru memengaruhi cara orang berkomunikasi, cara orang berkomunikasi membawa perubahan pada masyarakat, dan perubahan masyarakat menyebabkan munculnya teknologi baru (McLuhan dan McLuhan, 1988). McLuhan mengajukan konsep yang disebut Tetrad sebagai upaya untuk memahami hukum media yang terdiri atas empat hukum media, yaitu penguatan, ketertinggalan, penemuan, dan pembalikan;

- Penguatan (*enhancement*). Hukum yang menyatakan bahwa media memperkuat masyarakat. Menurut McLuhan, internet memperkuat masyarakat dengan cara-cara:

- Internet memiliki potensi untuk memperkuat sejumlah indra sekaligus termasuk penglihatan dan pendengaran.
- Internet memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi.
- Internet dapat memperkuat pembagian kelas di masyarakat karena kelompok masyarakat kaya dan miskin dapat mengakses internet.
- Internet memperkuat desentralisasi kekuasaan. Penguasa tidak menjadi satu-satunya pihak yang memiliki akses terhadap informasi.
- Ketinggalan (*absolescence*). Menyatakan bahwa media mampu menjadikan sesuatu hal menjadi tertinggal atau ketinggalan zaman dan tidak berguna.
- Penemuan (*retrieval*). Hukum ketiga menyatakan bahwa media menemukan kembali dan menyimpan sesuatu yang dulu pernah hilang. Apa yang dulu dianggap sudah tidak berguna atau ketinggalan zaman, muncul kembali dan digunakan lagi.
- Pembalikan (*reversal*). Menyatakan bahwa media akan menghasilkan atau menjadi sesuatu yang lain jika didesak hingga ke batas akhirnya. Pembalikan mengandung ciri-ciri atau karakteristik dari sistem mana dia berasal.

4. Analisis Framing

Media bukan suatu saluran yang bebas dan bukan pula seperti yang digambarkan, memberitakan apa adanya Dan sesuai dengan realitas, tidak heran jika setiap hari kita banyak menyaksikan peristiwa yang sama namun disampaikan dengan cara berbeda oleh media. Ada peristiwa yang diberitakan oleh sebuah media tetapi tidak diberitakan oleh media yang lain. Ada yang menganggap penting suatu peristiwa untuk diberitakan, tetapi media yang lain melihatnya tidak begitu penting. Subjektivitas media tergambar dari adanya sebuah peristiwa yang dimaknai secara berbeda dengan wawancara dan orang yang berbeda dengan perspektif yang berbeda oleh media (Eriyanto, 2002:2).

Analisis Framing adalah salah satu metode dalam analisis media, seperti halnya analisis isi dan analisis semiotik. Framing secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa. Analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Sobur, 2001:162). Cara pandang dan perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak mengarah kemana akhirnya pemberitaan tersebut. Framing merupakan teknik penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu peristiwa tidak secara total diingkari tetapi secara halus dibelokkan dengan memberikan perhatian khusus terhadap aspek-aspek tertentu dengan menggunakan

istilah-istilah yang memiliki konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, tabel, dan alat ilustrasi lainnya (Sudibyo, 2001:186).

Ide tentang analisis framing pertama kali dimunculkan oleh Baterson pada tahun 1955. Frame pada awalnya dimaknai sebagai struktur konseptual yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, dan menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman (1974) yang menganggap frame sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sudibyo, 1999:24).

Peneliti yang paling sering mendiskusikan dan menerapkan konsep framing adalah W.A. Gamson. Ia terkenal dengan pendekatan konstruksionisnya untuk menganalisis wacana komunikasi. Pendekatan ini melihat proses framing sebagai konstruksi sosial untuk memaknai realitas. Proses ini bukan hanya terjadi dalam level wacana, namun juga dalam struktur kognisi individu dengan adanya konsep frame dalam level individual atau skemata interpretasi. Frame dalam level wacana dan level individual ini merupakan dua sistem yang saling berkaitan dalam proses konstruksi sosial untuk memaknai realitas. Dalam konteks inilah Gamson melihat adanya hubungan antara wacana media dan opini publik yang terbentuk di masyarakat.

Dalam mendefinisikan framing, Gamson melakukan dua pendekatan, yaitu pendekatan kultural yang menghasilkan framing dalam level kultural dan pendekatan psikologis yang menghasilkan framing

dalam level individual. Dalam level kultural, frame pertama-tama dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen konstitusif yang tersebar dalam konstruksi wacana. Dalam hal ini frame memberikan petunjuk elemen-elemen isu mana yang relevan untuk diwacanakan, problem-problem apa yang memerlukan tindakan-tindakan politis, solusi yang pantas diambil, serta pihak mana yang *legitimate* dan *favourable* dalam wacana yang dibentuk (Sudibyo, 2009:24). Sedangkan asumsi dasar dari framing level individu adalah bahwa individu selalu bertindak atau mengambil keputusan secara sadar, rasional, dan intensional. Individu senantiasa menyertakan pengalaman hidup, wawasan sosial, dan kecenderungan psikologis yang dimilikinya dalam menginterpretasi pesan yang ia terima. Pengalaman dan pengetahuan individu pada akhirnya mengendap yang akhirnya membentuk *schemata of interpretation*. Skemata memberikan kemampuan pada individu untuk memetakan, menerima, mengidentifikasi, dan memberikan label pada peristiwa atau informasi yang diterimanya (Sudibyo, 2009:28). Skemata inilah yang disebut sebagai framing dalam level individu.

Dari uraian singkat di atas dapat disimpulkan bahwa analisis framing, seperti bentuk riset kualitatif lainnya sangat bergantung pada konteks-konteks psikologi, sosial, budaya, politik dari masyarakat sewaktu peristiwa tersebut terjadi.

G. Penelitian yang Relevan

Peneliti mengambil tiga contoh penelitian yang peneliti ketahui cukup relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian pertama berjudul *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru* yang diteliti oleh Agus Sudibyo mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, Fisipol UGM. Dengan menggunakan analisis framing peneliti ini berhasil memunculkan sisi-sisi menarik yang diwacanakan oleh pers Indonesia pada masa orde baru atas figur Presiden Soekarno yang sarat kontroversi. Hasil penelitian ini bahkan secara baik mampu mengidentifikasi proses perebutan wacana antara negara yang dikuasai Soeharto dan tentara dengan Soekarno sebagai institusi, ideologi dan pemikiran. Melalui analisis framing, peneliti ini bisa menunjukkan bagian-bagian mana yang secara sengaja dimunculkan dari sisi kehidupan dan pemikiran Presiden Soekarno sebagai hal yang signifikan atau sebaliknya, baik untuk tujuan-tujuan delegitimasi ataupun mempekuat.

Hasil penelitian kedua oleh Marsefio S. Luhukay, mahasiswa pascasarjana ilmu komunikasi Universitas Airlangga berjudul *Presiden SBY dan Politik Pencitraan : Analisis Teks Pidato Presiden SBY dengan Pendekatan Retorika Aristoteles*. Penelitian ini mengkaji komunikasi politik SBY dalam bentuk pidato yang penuh dengan pengelolaan kesan (*impression management*). Selain itu penelitian ini juga mengembangkan pertukaran pesan-pesan politik oleh Presiden SBY melalui pidato-pidatonya serta mengembangkan konsep, model teoritis dan pendekatan komunikasi politik yang berkaitan dengan peran Presiden SBY sebagai

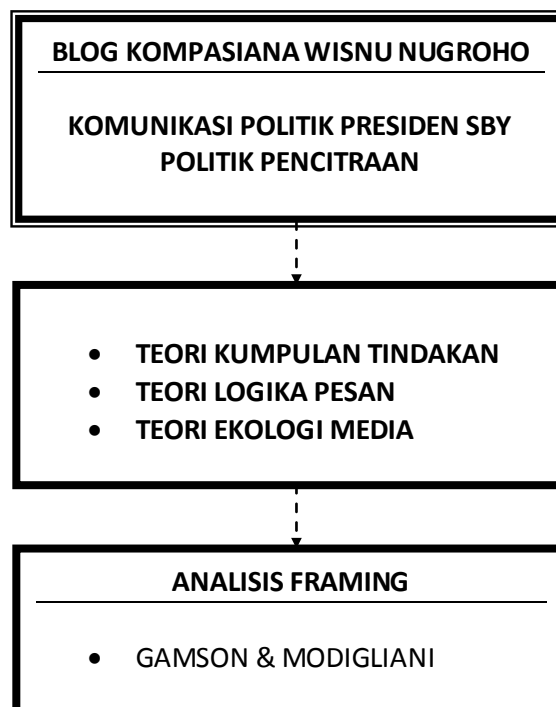
komunikator politik. Penelitian menggambarkan secara jelas dan objektif tentang apa, mengapa, dan bagaimana Presiden SBY melakukan komunikasi politik, khususnya pengelolaan kesan dalam bentuk pidato di panggung politik.

Hasil penelitian ketiga yang peneliti anggap relevan dengan penelitian ini adalah sebuah penelitian yang berjudul *Eksistensi Blog Dalam Desentralisasi Informasi* oleh Nurist Surayya, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Pada penelitian setebal 600 halaman tersebut, Nurist Surayya menguraikan blog sebagai media cyber yang multifungsi; mendeskripsikan pola baru jurnalisme media massa, sekaligus merumuskan keberadaan weblog sebagai suatu bentuk media jurnalisme baru; dan menguraikan secara gamblang eksistensi blog dalam desentralisasi informasi.

H. Kerangka Pikir

Untuk menjawab pertanyaan bagaimana praktik komunikasi politik Presiden SBY, dan bagaimana blogger Wisnu Nugroho membingkai komunikasi politik Presiden SBY dalam tulisan-tulisannya, peneliti menggunakan dua pendekatan. Pendekatan pertama, peneliti akan menggunakan perspektif interaksi simbolik dan dramaturgi untuk menjelaskan praktik-praktik komunikasi politik Presiden SBY yang dilakukan dalam kampanye, komunikasi formal dan non formalnya yang terangkum dalam tulisan-tulisan Wisnu Nugroho. Pendekatan kedua menggunakan analisis framing Gamson dan Modigliani untuk

menelisis pembingkai Wisnu Nugroho tentang komunikasi politik Presiden SBY dalam tulisannya. Sebelum menjelaskan jawaban dan analisa-analisa atas pertanyaan utama yang ada dalam rumusan masalah penelitian ini, yang tidak kalah pentingnya peneliti juga akan menjelaskan secara umum fenomena blog di Indonesia serta partisipasi dan aktifitas masyarakat Indonesia dalam mengembangkan jurnalisme warga secara online (*blogger*), khususnya Kompasiana tempat dimana Wisnu Nugroho menuliskan pengalaman langsungnya dan fakta seputar Presiden SBY yang belum pernah dituliskan secara lebih akurat di media arus utama. Berikut skema kerangka pikir peneliti:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian