

REALITAS PROPAGANDA PEMBERITAAN MEDIA MASSA

Framing Pan dan Kosicki di Harian Rakyat Merdeka dan Tempo Masa Kampanye 2014

Abstrak

Media massa, dalam penelitian ini merupakan alat utama yang memproses, membangun persepsi publik melalui kemasan pemberitaan. Sehingga seringkali media massa berhasil mengkonstruksi realitas sosial yang ada. Semakin sering dan serupa pengemasan berita, maka akan semakin cepat terjadi bangunan realitas media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan isu propaganda dalam teks pemberitaan pada masa kampanye Pilpres 2014, serta peran dan fungsi propaganda media dalam menciptakan pendapat umum tentang calon Presiden di Harian Rakyat Merdeka dan Tempo.

Penelitian ini menggunakan analisis bingkai media, dengan pendekatan perangkat framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Memaknai teks melalui empataspek struktur dalam berita, yakni; struktur sintaksis, skrip, tematik, dan struktur retorik. Framing sendiri ditentukan oleh berbagai faktor, selain pemilihan sisi pemberitaan, bahasa merupakan salah satu bahan konstruksi wacana sebuah berita.

Kemampuan bahasa untuk memproduksi wacana menjadi satu bahasan menarik untuk dikaji, bukan saja karena penampilan realitas yang boleh jadi berbeda akibat dari pemakaian bahasa, melainkan juga karena pengguna bahasa (media) tak jarang menjadi subyek yang patut dipertanyakan posisinya atas informasi yang direproduksi.

Temuan penelitian ini mengungkapkan, bagaimana antara Rakyat Merdeka dan Tempo melakukan konstruksi realitas melalui kerangka frame operasionalisasi teks berita pada masa kampanye Capres 2014 antara Prabowo-Hatta dan Jokowi-Jusuf Kalla, ditemukan enam peristiwa yang dikonstruksi menjadi enam berita baik oleh Rakyat Merdeka dan Tempo secara beragam. Rakyat Merdeka lebih memperlihatkan sikap akomodatif dengan menyusun teks berita berdasarkan ide pokok dan gagasan yang ada di dalam keenam peristiwa pada masa kampanye Capres 2014, berbeda dengan Koran Tempo yang cenderung melakukan konstruksi sosial pada khalayak dengan tidak membangun berita berdasarkan objektivitas dan keberimbangan tetapi lebih menonjolkan citra positif calon, yaitu calon presiden Joko Widodo-Jusuf Kalla.

Kata Kunci: *Propaganda media, opini publik, konstruksi realitas media, Rakyat Merdeka dan Tempo, representasi, framing Pan dan Kosicki.*

REALITY MEDIA PROPAGANDA TRANSMISSIONS
Framing Pan and Kosicki in Harian Rakyat Merdeka and Tempo Campaign
Period 2014

Abstract

The mass media, in this research is a key tool to process, build public perception through packaging news. So often the media managed to construct social reality. The more frequent and similar packaging news, the more rapidly occurring building media reality. the purpose of this study was to clarify the issue of propaganda in the text of the news during the 2014 presidential election campaign, and the role and function of propaganda media in creating public opinion about the candidates for President in Harian Rakyat Merdeka and Tempo.

This study uses the frame analysis of the media, with the approach of framing device Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki. Interpret the text through empataspek structure in the news, namely; syntactic structure, script, thematic, and rhetorical structure. Framing itself is determined by many factors, other than the election of the news side, language is one of the construction materials of a news discourse.

Language skills to produce discourse into the discussion be interesting, not only because of the appearance of reality may differ as a result of the use of language, but also because of language users (media) often become the subject of a questionable position of the information reproduced.

The findings of this study revealed how the Rakyat Merdeka and Tempo undertake construction of reality through the skeleton frame operationalization text message during the campaign period candidates in 2014 between Prabowo-Hatta and Jokowi-Jusuf Kalla, was found six events that are constructed into six good news by the People of Freedom and Tempo are diverse. Rakyat Merdeka shows more accommodating stance by composing a text message based on the main idea and the idea that is in the sixth event in the campaigning candidates in 2014, in contrast to Koran Tempo tend to make construction purposes social audience by not build news based on objectivity and balanced but further highlight image positive candidate, presidential candidate Joko Widodo-Jusuf Kalla.

Keywords: *Propaganda media, public opinion, mass media Reality Construction, Rakyat Merdeka and Tempo, representations, framing Pan Dan Kosicki.*