

ANALISIS ISI KEBERPIHAKAN MEDIA CETAK PADA BERITA PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2019 DI SURAT KABAR HARIAN MANADO POST DAN TRIBUN MANADO

Oleh :

Aditya Pratama Thaib

Desie M. D Warouw

Leviane J.H. Lotulung

Email : adityapratama200254@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kecenderungan adanya keberpihakan surat kabar harian terhadap pemilihan presiden dan wakil presiden pada tahun 2019 yang akan berlangsung. Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini maka dirumuskan masalah sebagai berikut: “Berapa banyak berita pemilihan presiden dan wakil presiden 2019 yang mencerminkan keberpihakan media di Surat Kabar Harian Manado Post dan Tribun Manado?” dengan tujuan untuk mencari tahu berapa banyak berita pemilihan presiden dan wakil presiden 2019 yang mencerminkan keberpihakan media di Surat Kabar Harian Manado Post dan Tribun Manado. Variabel dalam penelitian ini yaitu Berapa banyak berita pemilihan, berita yang berpihak, dan berita yang netral. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis isi, populasi dalam penelitian ini seluruh berita Pilpres pada Surat Kabar Harian Manado Post dan Tribun Manado dengan sampel meliputi berita dalam kurun waktu masa kampanye hingga masa tenang pada pemilihan yaitu edisi 10 Maret sampai dengan 17 April 2019. dan dengan memanfaatkan Teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian yang sudah diperoleh dan dilaksanakan keberpihakan untuk pasangan calon nomor urut 01 yaitu sebesar 60% hingga 80% terlihat dari segi jumlah berita hingga pemuatan berita yang hampir semua mempunyai kesan yang positif dan baik untuk pemberitaan pasangan calon nomor urut 01 meskipun paling banyak yang diberitakan adalah calon presidennya yaitu Jokowi. Sedangkan untuk pasangan calon nomor urut 02 memperoleh persentasi berita sebanyak 20% hingga 35% saja. Ini dikarenakan pemberitaan pasangan calon nomor urut 02 dari kedua surat kabar ini lebih banyak memuat berita pencitraan bagi calon presiden nomor urut 01 yaitu Jokowi dan calon presiden nomor urut 02 Prabowo.

Kata kunci: keberpihakan, media cetak, surat kabar, pemilihan presiden

**ANALYSIS OF THE CONTENTS OF THE PROSPERITY OF PRINTIDENT
ELECTION AND VOCATIONAL SCHOOL OF PRESIDENT 2019 IN DAILY NEWS OF
MANADO POST AND TRIBUNMANADO**

By:

Aditya Pratama Thaib

Desie M. D Warouw

L.J.H. Lotulung

Email: adityapratama200298@gmail.com

Abstract

This research is motivated by the tendency of the daily newspaper to take part in the 2019 presidential and vice presidential elections that will take place. Based on the background of this research problem, the problem was formulated as follows: "How much news of the 2019 presidential and vice presidential election reflecting the media's partiality in the Manado Post Daily and Manado Tribunal?" With the aim of finding out how much news the president and vice presidential election 2019 which reflects the alignments of the media in the Manado Post Daily Newspaper and Manado Tribune. The variables in this study are how many election news, side news, and neutral news. This study uses a quantitative method of content analysis, the population in this study is all the Presidential Election news in the Surah Manado Post Daily News and Tribun Manado with samples covering the news during the campaign period to the quiet period in the elections namely the 10 March edition to April 17 2019. and with utilizing data collection techniques, namely documentation and literature. From the results of the research that has been obtained and carried out partiality for candidate pairs number 01 that is equal to 60% to 80% seen in terms of the number of news to loading news that almost all have a positive and good impression for the reporting of candidate pairs number 01 even though most are reported was his presidential candidate, Jokowi. Whereas for candidate pair number 02, the percentage of the news is only 20% to 35%. This is because the preaching of candidate pair number 02 from both newspapers contains more imaging news for presidential candidate number 01 namely Jokowi and presidential candidate number 02 Prabowo.

Keywords: alignments, print media, newspapers, presidential elections

PENDAHULUAN

Gelaran akbar Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 sudah selesai digelar. Banyak pihak menilai bahwa ‘pertarungan’ calon presiden tahun 2019 terasa sangat sengit dikarenakan beberapa kondisi. Pertama, hanya ada dua calon presiden yang tampil berlaga sehingga pertandingannya *head to head*. Kedua, ada dukungan yang begitu kuat dari partai politik dan masyarakat sehingga kesempatan keduanya untuk menjadi pemenang hampir sama. Ketiga, ada keterlibatan media massa yang luar biasa yang bahkan menyebabkan media massa di Indonesia ‘terbelah’ menjadi dua, yaitu media massa pendukung Jokowi dan media massa pendukung Prabowo.

Media massa adalah salah satu pihak yang boleh ‘dipersalahkan’ atas semua kejadian karena media massa memiliki andil dan tanggung jawab yang begitu besar untuk memenangkan calon pilihannya. Keberpihakan ini bisa dibaca dengan berbagai sisi, tidak hanya semata-mata demi keuntungan perusahaan tetapi ada ideologi-ideologi yang disembunyikannya demi kepentingan pemilik media massa.

Pada kompetisi pemilihan presiden, media sangat dibutuhkan terutama media cetak yang boleh dianggap sebagai garda terdepan dalam mendongkrak popularitas seseorang. Salah satu bentuk dari media cetak adalah surat kabar, Surat kabar lebih banyak ditujukan kepada rasio atau pikiran. Sejalan dengan berjalannya waktu maka surat kabar tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi saja tetapi banyak

fungsi yang dapat diberikan oleh surat kabar. Salah satu keuntungan dari surat kabar yakni dapat mempengaruhi (*to influence*).

Pengaruh ini pada mulanya timbul dari persepsi pembaca terhadap suatu masalah yang kemudian membentuk opini pada pembacanya. Dalam fungsi mempengaruhi inilah, terlihat keterkaitan surat kabar dengan komunikasi politik yaitu, surat kabar tidak hanya berperan sebagai sumber informasi, medium pendidikan, hiburan dan lingkungan tetapi juga mempunyai hubungan yang erat dengan dunia politik.

Manado Post dan *Tribun Manado* adalah salah satu media cetak lokal yang sangat populer dalam masyarakat Kota Manado. Saat ini, kedua surat kabar tersebut banyak memuat berita tentang kegiatan politik dari kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden untuk periode 2019-2024.

Manado Post adalah jaringan media terbesar di Sulawesi Utara, yang memimpin pasar koran-koran lokal di Kota Manado dan daerah sekitarnya (Provinsi Gorontalo, Sulawesi Tengah dan Maluku Utara). Sebagai media terkemuka, sejak tahun 1986 *Manado Post* terus menyajikan informasi ke masyarakat secara terkini dan terpercaya.

Harian *Tribun Manado* merupakan surat kabar atau koran grup Kompas-Gramedia dengan penyebaran hampir di seluruh Provinsi Sulawesi Utara. Berdasar survey Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) dan Serikat Penerbit Surat Kabar

(SPS), saat ini Tribun Manado merupakan koran dengan oplah tertinggi di Sulawesi Utara dan paling banyak dibaca. Selain hasil survey LP3ES dan SPS tersebut, Tribun Manado juga mendapat penghargaan dari Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) sebagai media massa yang menggunakan bahasa Indonesia secara baik dan benar. Penghargaan tersebut dalam rangka memperingati Bulan Bahasa dan Sastra (BBS) 2009.

Sebagai surat kabar daerah tentu keduanya memainkan peran penting dalam ajang Pilpres di kota Manado. Pemilihan kedua surat kabar tersebut sebagai obyek dalam penelitian ini karena keduanya merupakan surat kabar daerah yang mempunyai sirkulasi yang lebih besar dari pada surat kabar daerah lainnya yang terbit di Manado.

Dari hasil pengamatan yang saya lihat dari *headline* kedua surat kabar yakni Manado Post dan Tribun Manado dari tanggal 1 februari sampai tanggal 31 maret 2019 bahwa surat kabar Manado post terdapat berita *headline* calon presiden nomor urut 1 sebanyak 7 berita meskipun tersamakan dengan jabatan beliau sebagai presiden pada saat ini, berita calon presiden nomor urut 2 sebanyak 1 berita dan 3 berita membahas kedua pasangan calon presiden 2019. Sementara itu, surat kabar Tribun manado terdapat sebanyak 11 berita tentang calon presiden nomor urut 1, 8 berita untuk calon presiden nomor urut 2 dan 4 berita dari keduapasangan calon presiden tersebut. Dari hasil pengamatan awal saya, terlihat surat kabar harian Manado Post cenderung memiliki keberpihakan pada pasangan calon presiden nomor urut 01, ini terlihat dari jumlah berita *headline* yang dimuat oleh surat kabar tersebut lebih sering

dibandingkan calon pasangan nomor urut 02. Berbeda dengan surat kabar Manado Post, Tribun Manado terlihat netral pada pasangan calon presiden nomor urut 01 dan 02.

Penelitian ini menganalisis isi kuantitatif liputan berita dalam surat kabar daerah, khususnya liputan berita kegiatan politik dari pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam pemilu 2019 apakah terdapat perbedaan pola liputan berita antara kandidat *incumbent* dan *non-incumbent* pada surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado selama masa kampanye presiden 2019 di Manado. Hal ini menarik, mengingat ada 2 (dua) pasangan calon presiden yaitu pernah mengikuti pemilihan presiden pada periode sebelumnya, Selain itu kedua dari pasangan calon wakil presiden yang ikut mencalonkan diri merupakan “wajah baru” dalam pemilihan presiden dalam tahun ini. Persoalan tersebut berkaitan juga dengan peran media cetak lokal, dalam hal ini surat kabar, sebagai salah satu agen komunikator politik. Mengingat peran tersebut, maka surat kabar seharusnya mampu memberikan informasi yang benar dan berimbang. Kebenaran informasi yang didapat tentunya tidak terlepas dari peran dari masing-masing media untuk memposisikan setiap berita yang akan diterbitkan. Tuntutan tersebut tentunya juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh kebenaran atas setiap informasi yang disajikan oleh media dan pendidikan politik yang coba dibangun melalui media massa, sehingga dengan pendidikan politik tersebut diharapkan mampu mewujudkan pemilihan yang demokratis.

Hal inilah yang memberi motivasi bagi peneliti untuk mengangkat topik dengan judul “Analisis isi Keberpihakan

Media Cetak Pada Berita Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Surat Kabar Harian Manado Post Dan Tribun Manado”.

TIJAUAN PUSTAKA

Pengertian Berita

Berita (*news*) adalah sajian utama sebuah media massa di samping *views* (opini). Mencari bahan berita kemudian menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa). (Romli, 2014: 3).

Tidak ada rumusan tunggal mengenai pengertian berita. Bahkan, “*News is difficult to define, because it involves many variabel factors,*” kata Earl English dan Clarence Hach. Berita sulit didefinisikan, sebab ia mencakup banyak faktor variabel. “Berita lebih mudah dikenali daripada diberi batasannya,” menurut Irving Resenthall dan Marton Yarmen. (Romli, 2014 : 3).

Namun demikian, banyak pakar komunikasi yang mencoba merumuskan definisi-definisi berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur-unsur yang dikandung oleh sebuah berita. Nothclife misalnya, menekankan pengertian berita pada unsur “keanehan” atau “ketidaklaziman” sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (*curiosity*). Ia mengatakan, “jika seekor anjing menggigit orang itu bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing itulah berita” (*If a dog bites a man, it is not news. But if man bites a dog is news*). (Romli, 2014 : 4). Kita boleh sepakat serta tidak sepakat terhadap pandangan Nothclife tersebut. Karena jika yang digigit anjing itu adalah orang terkenal misalnya artis populer atau seorang kepala negara, maka berita tersebut merupakan berita yang

menarik. Kesimpulannya adalah “kita menerima penekanan bahwa berita yang baik dan yang layak dicari antara lain adalah yang mengandung unsur “keanehan” itu sendiri. Sehingga berita yang kita buat bisa dibaca orang lain”. (Romli, 2014 : 4).

Jenis-Jenis Berita

Jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Straight News* : berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar atau yang menjadi berita utama (headline) merupakan berita jenis ini,
2. *Depth News* : berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan
3. *Investigation News*: berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber
4. *Interpretative News*: berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan
5. *Opinion News*: berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksosbudhankam, dan sebagainya. (Romli, 2014 : 11-12).

Keberpihakan Media

Keberpihakan media dalam memberitakan suatu kasus yang mencerminkan konflik yang merupakan hal yang perlu dihindari. Keberpihakan yang paling mendasar terhadap suatu objek ialah :

- a. Perasaan mendukung (*favourable*) ataupun perasaan yang tidak mendukung (*unfavourable*) seperti yang diungkapkan Berkowitz. Lebih spesifik lagi adalah sikap berpihak sebagai derajat afeksi positif atau afeksi negatif terhadap objek psikologis. (Rahayu, 2006:134)
- b. dalam kegiatan jurnalistik keberpihakan media akan tampak untuk berpihan pada kecenderungan berafeksi positif, netral dan negatif. Keberpihakan positif berarti media memilih sikap mendukung (*favourable*). Sedangkan sikap negatif mencerminkan sikap tidak mendukung (*unfavourable*).
- c. berdasarkan gagasan jurnalisme profesional dalam pemberitaan konflik, media dituntut berada dalam situasi tengah antara pihak-pihak terlibat konflik jelasnya media dalam menjalankan tugas sesuai dengan pedoman profesional. Seperti yang diungkapkan Burns (Rahayu 2006 : 132), yaitu agar dapat menjaga sikap objektif, berimbang, akurat dan benar sehingga dalam posisi independen.

Media massa sebagai penyampai pesan-pesan komunikasi biasa disebut dengan pers. Pers dalam arti sempit yaitu kegiatan komunikasi yang hanya dilakukan dengan perantara barang cetakan. Sedangkan pers dalam arti luas adalah kegiatan komunikasi bukan hanya dilakukan dengan media cetak tetapi juga media elektronik. (Kusumaningrat 2006:17)

Semua peristiwa dan permasalahan dapat menjadi berita setelah berita tersebut

diangkat, diolah dan disajikan sebagai berita dalam media. Sedangkan berita dalam arti teknis jurnalistik adalah : “laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena pentingnya, atau akibatnya entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan (Assegaf 1982:24).

Teori Agenda Setting

Teori Agenda *Setting* adalah teori komunikasi massa yang dikemukakan oleh seorang Profesor Jurnalistik Maxwell McComb dan Donald Shawa, mereka mengemukakan bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk memindahkan wacana dalam agenda pemberitaan kepada agenda publik. Kedua ahli tersebut percaya bahwa ada dua sisi yang digunakan pada teori ini untuk mengkaji media, yaitu melihat dari kekuatan media dan kebebasan khalayak untuk memilih.

1. Dasar Teori Agenda *Setting*, Maxwell McComb dan Donald Shaw mengemukakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk memindahkan wacana dalam agenda pemberitaan kepada agenda publik. Sesuatu yang dianggap penting oleh media maka hal tersebut akan menjadi penting untuk dipublikasikan.
2. Khalayak dan Agenda Publik, khalayak perlu mendapatkan perhatian dalam kajian agenda *setting*. Khalayak akan memilih berita yang mereka anggap tidak membahayakan bagi ideologi mereka. Teori Agenda *Setting* mencoba mengkaji ulang

penelitian-penelitian media yang selama dua dekade didominasi oleh hipotesa bahwa khalayak adalah entitas yang pasif. Ada dua sisi yang digunakan pada teori ini untuk mengkaji media, yaitu melihat dari kekuatan media dan kebebasan khalayak untuk memilih.

3. Efek Perilaku dari Agenda Media, sebagian besar dari 50 hasil penelitian *agenda setting* menekankan pada pengukuran efek dari agenda media atau opini publik. Dari sebagian penelitian, didapatkan hasil bahwa agenda media tidak sekedar mempengaruhi opini, tetapi juga mempengaruhi perilaku khalayak. Prediksi yang dilakukan bahwa efek yang ditimbulkan oleh media cetak tradisional lebih efektif dibandingkan dengan jenis media elektronik kontemporer.
4. Maxwell McComb dan Donald Shaw menyatakan bahwa agenda setting dalam konsep tidak hanya dibatasi pada hubungan yang dibangun dengan topik tertentu antara media dengan khalayak. Mereka juga menambahkan literatur terhadap kajian tentang efek media, mereka menunjukkan beberapa penelitian yang menunjukkan pemilihan berita untuk digunakan dalam menentukan isu apa yang dianggap paling penting. (Khomsahrial 2016: 54)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode

analisis isi kuantitatif. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk isi komunikasi. Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa.

Ruang lingkup penelitian ini adalah pemberitaan Pilpres 2019 pada Surat Kabar Harian Manado Post dan Tribun Manado, pemilihan edisi ini didasari pengamatan peneliti dalam kurun waktu sebulan dari tanggal 01 Maret 2019 - 17 April 2019, karena pada waktu tersebut pasangan calon presiden dan wakil presiden masih dalam masa kegiatan kampanye hingga masa tenang sebelum pemilihan umum dilaksanakan.

Variabel Penelitian

Adapun dalam penelitian ini variabelnya adalah Berita Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Surat Kabar Harian Manado Post Dan Tribun Manado yakni sebagai berikut :

1. Berapa banyak berita pemilihan presiden dan wakil presiden (Jokowi-Amin) dan (Prabowo-Sandi) di kedua surat kabar tersebut ?
2. Berapa banyak berita yang berpihak pada pemilihan presiden dan wakil presiden (Jokowi-Amin) dan (Prabowo-Sandi) di kedua surat kabar tersebut ?
3. Berapa banyak berita yang netral pada pemilihan presiden dan wakil presiden (Jokowi-Amin) dan (Prabowo-Sandi) di kedua surat kabar tersebut ?

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh berita Pilpres pada SKH Manado Post dan Tribun

Manado. Berita pada surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado dipilih karena kedua surat kabar tersebut sangat familiar di kalangan masyarakat lokal, baik masyarakat menengah keatas maupun masyarakat menengah ke bawah.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini meliputi berita dalam kurun waktu masa kampanye hingga masa tenang pada pemilihan calon presiden di surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado, yaitu edisi 10 Maret sampai dengan 17 April 2019.

Jenis Data

a. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer yang dipakai adalah dokumen berita pada surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado periode bulan Maret – April 2019.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan buku – buku yang relevan, internet, dan wawancara dengan pengelola surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado untuk mendapatkan data tentang profil pengelola surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data disini berarti pencarian sumber-sumber, penentuan akses ke sumber-sumber dan akhirnya mempelajari dan mengumpulkan informasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Dokumentasi

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data – data yang

telah dijadikan dokumen atau telah diterbitkan oleh surat kabar harian Manado Post dan Tribun Manado periode bulan Maret - April 2019.

b. Studi Pustaka

Peneliti melakukan studi pustaka guna memperoleh teori - teori maupun pemahaman yang dapat mendukung penelitian.

Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan semua berita Pilpres dari edisi 10 Maret-17 April 2019 di Manado Post kemudian dijumlah berapa banyak berita Jokowi-Amin dan Prabowo-Sandi. Hal yang sama juga pada Harian Tribun Manado. Kemudian dari hasil ada dilakukan perbandingan antara kedua media cetak tersebut yang berasal dari grup media yang berbeda. Adapun metode analisis menggunakan distribusi frekwensi sehingga metodenya adalah kuantitatif deskriptif.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari teori yang saya gunakan teori agenda setting menurut Maxwell McComb dan Donald Shaw dalam Khomsahrial (2006:54) mereka mengemukakan bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk memindahkan wacana dalam agenda pemberitaan kepada agenda publik. Sesuatu yang dianggap penting oleh media maka hal tersebut akan menjadi penting untuk dipublikasikan. Kaitan dari hasil yang saya dapatkan menggambarkan bahwa berita pemilihan presiden pada 16 maret

sampai 16 april 2019 menunjukkan bahwa pasangan calon nomor urut 01 Jokowi-Amin mendominasi pemberitaan sebanyak 84% yaitu sebanyak 21 berita, sedangkan untuk pasangan calon nomor urut 02 yakni Prabowo-Sandi hanya mendapat 16% yaitu sebanyak 4 berita. Terlihat dari hasil pemberitaan pasangan calon nomor urut 01 Jokowi-Amin lebih unggul dibandingkan pasang calon nomor urut 02. Dapat dilihat bahwa teori ini terbukti bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk memindahkan wacana dalam agenda pemberitaan kepada agenda publik. Sehingga terlihat dari hasil pemberitaan pada pasangan calon nomor urut 01 mencerminkan keberpihakan dan secara langsung media mempunyai kemampuan merubah opini publik dari hasil banyaknya berita yang media beritakan.

2. Berita yang berpihak pada pasangan calon nomor urut 01 dan 02 dari 16 Maret sampai 16 April 2019. Untuk pasangan calon nomor urut 01 sebanyak 80% berjumlah 4 berita sedangkan pasangan calon nomor urut 02 sebanyak 20% berjumlah 1 berita. Untuk pasangan calon nomor urut 02 hanya mempunyai 1 berita yang berpihak tentang ajakan untuk memilih disertai dengan kritikan tentang pemerintahan saat ini yang dinilai kurang tegas dan disiplin. Sehingga dari segi jumlah berita keberpihakan pasangan calon nomor urut 01 mendapat banyak perhatian karena dari hasil banyaknya pemberitaan dapat

menimbulkan isi-isi berita yang berpihak seperti pada pemberitaan “banyak kader demokrat pilih jokowi, lagi, Jokowi unggul Prabowo, Jokowi bikin sulut go internasional, Jokowi ajak 17 April putihkan TPS” secara tidak langsung dari isi-isi berita tersebut dapat memuat himbuan, ajakan serta citra baik dari calon presiden nomor urut 01. Sehingga dari teori yang saya gunakan yaitu teori agenda setting tentang Efek Perilaku dari Agenda Media, Sebagian besar dari 50 hasil penelitian agenda setting menekankan pada pengukuran efek dari agenda media atau opini publik. Dari sebagian penelitian, didapatkan hasil bahwa agenda media tidak sekedar mempengaruhi opini, tetapi juga mempengaruhi perilaku khalayak. Secara tidak langsung dari isi-isi berita yang mencerminkan keberpihakan tersebut dapat merubah opini publik dan dapat mempengaruhi perilaku khalayak tersebut. (Khomsahrial, 2016:54)

3. Berita yang netral bagi pasangan calon nomor urut 01 dan 02, lagi-lagi pasangan nomor urut 01 mendapat sebanyak 84,3% dengan 16 berita dan pasangan nomor urut 02 sebanyak 15,7% dengan 3 berita. Berita netral ini dimaksudkan karena isi dari berita tentang setiap pasangan calon tidak mengandung unsur atau indikasi keberpihakan.

Sedangkan, hasil penelitian untuk surat kabar Tribun Manado dijelaskan sebagai berikut :

1. Berita pemilihan presiden dari 16 Maret sampai 16 April 2019 untuk pasangan nomor urut 01 berjumlah 64,3% dengan 20 berita sedangkan pasangan nomor urut 02 berjumlah 35,7% dengan 11 berita. Keseluruhan berita memuat kegiatan kampanye masing-masing calon, berita koalisi partai yang mendukung tiap pasangan calon serta topik yang terkait dengan pasangan dari kedua calon presiden dan wakil presiden tersebut. Hampir sama dengan surat kabar sebelumnya yang lebih dominan diberitakan adalah calon presiden nomor urut 01.
2. Berita yang berpihak untuk pasangan calon nomor urut 01 sebanyak 14 berita dengan persentasi 63,6% sedangkan untuk pasangan calon nomor urut 02 sebanyak 8 berita dengan persentasi 36,4%. Dari pemberitaan yang ada keseluruhan sebagian besar memberitakan calon presiden dari tiap pasangan calon. Pemberitaan yang ada mulai dari berita elektabilitas dari tiap pasangan calon, berita pencitraan hingga berita kegiatan kampanye di beberapa daerah hingga kritikan untuk pemerintahan mengenai pembangunan dan infrastruktur. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu teori agenda setting yaitu khalayak akan memilih berita yang mereka anggap tidak membahayakan bagi ideologi mereka. Teori agenda setting mencoba mengkaji ulang penelitian-penelitian media yang selama dua dekade didominasi oleh

hipotesa bahwa khalayak adalah entitas yang pasif. Ada dua sisi yang digunakan pada teori ini untuk mengkaji media, yaitu melihat dari kekuatan media dan kebebasan khalayak untuk memilih. (Khomsahrial 2016:54)

3. Berita yang netral untuk pasangan calon nomor urut 01 mendapat persentasi sebanyak 66,7% sedangkan untuk pasangan calon nomor urut 02 mendapat sebanyak 33,3% dengan perolehan berita sebanyak 6 berita untuk paslon 01 dan 3 berita untuk paslon 02. Dari keseluruhan berita, untuk judul berita untuk paslon 01 selalu ada pembahasan berita untuk pasangan calon nomor urut 02 begitu pula sebaliknya ketika pemberitaan untuk judul berita pasangan calon nomor urut 02 ada juga pembahasan berita yang berkaitan dengan pasangan calon nomor urut 01. Sehingga bisa dikategorikan masuk berita yang netral karena memberitakan kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden tahun 2019 kedalam satu berita yang sama.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis berita pada Surat Kabar Manado Post dan Tribun Manado menunjukkan bahwa pemberitaan pasangan calon nomor urut 01 lebih banyak jumlah dari pemberitaan pasangan calon nomor urut 02 dengan berita yang dimuat dari kedua surat kabar tersebut dengan perolehan berita sebesar 70% - 85% untuk pasangan calon

nomor urut 01 yaitu Jokowi-Amin dan 15% - 35 % untuk pasangan calon nomor urut 02 yaitu Prabowo-Sandi.

2. Dari hasil pemberitaan terlihat adanya keberpihakan untuk pasangan calon nomor urut 01 yaitu sebesar 60% hingga 80% terlihat dari segi jumlah berita hingga pemuatan berita yang hampir semua mempunyai kesan yang positif dan baik untuk pemberitaan pasangan calon nomor urut 01 meskipun paling banyak yang diberitakan adalah calon presidennya yaitu Jokowi. Sedangkan untuk pasangan calon nomor urut 02 memperoleh persentasi berita sebanyak 20% hingga 35% saja. Ini dikarenakan pemberitaan pasangan calon nomor urut 02 dari kedua surat kabar ini lebih banyak memuat berita pencitraan bagi calon presiden nomor urut 01 yaitu Jokowi dan calon presiden nomor urut 02 Prabowo.
3. Berita yang tidak berpihak atau netral dalam kedua berita tersebut lebih didominasi berita netral untuk pasangan calon nomor urut 01 yaitu Jokowi-Amin sebanyak 65 % sampai 85 % dan untuk pasangan calon nomor urut 02 yaitu Prabowo-Sandi hanya mendapatkan pemberitaan sebanyak 15 % sampai 35 % saja. Dari segi banyaknya pemberitaan pasangan calon nomor urut 01 lebih mengungguli dan mendominasi daripada pasangan calon nomor urut 02 untuk berita yang termasuk netral. Meskipun

yang diberitakan adalah calon presiden dari masing-masing calon.

SARAN

Beberapa hal yang peneliti sarankan, antara lain :

1. Kepada media cetak :

Dalam segi pemberitaannya yang dihadirkan oleh media-media terpercaya sebaiknya mampu mempertahankan sumber berita yang berimbang dalam menyebarkan informasi, agar masyarakat tetap dapat menarik informasi dengan baik.

2. Kepada pembaca media cetak :

Diharapkan pembaca dapat menjadi pembaca yang cermat dalam menerima informasi terlebih khusus pada media cetak sendiri. Berita-berita yang dibaca mengalami proses perubahan, sesuai dari apa yang akan dicapai oleh media itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assegaf, D. 1983. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: PT Ghalia.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Devano dan Rahayu. 2006. *Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu*. Kencana. Jakarta.
- Effendy O. U. 2006. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O. U. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. 2001 . *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu*

- Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kusumaningrat, Hikmat dan Kusumaningrat, Purnama. 2005. *Jurnalistik, Teori dan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuendorf, Kimberly E. 2002. *The Content Analysis Guide Book*. Sage: Thousand Oaks.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Rahayu, 2006. Potret Profesionalisme dan Kualitas Pemberitaan Surat Kabar Indonesia dalam Rahayu (ed). *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*. Pusat Kajian Media dan Budaya Populer, Dewan Pers Dan Departemen Komunikasi dan Informasi.
- Romli, M. Dan Syamsul, A. 2014. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Severin, W. J. & James, W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa edisi kelima*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, Haris, AS. 2008 . *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Suprpto, T. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Agromedia Pustaka.
- Surakhmad, Winarno, 1980, *Pengantar Penelitian Ilmiah (Dasar, Metode dan Teknik)*, Bandung: Tarsito.