

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti berdasarkan paparan data dan hasil temuan penelitian dari analisis framing kemudian mengaitkannya dengan teori dasar seperti yang ada dalam kerangka teori. Untuk itu peneliti akan membahas temuan penelitian dengan mengaitkan Teori Konstruksi Realitas Sosial. Peneliti berharap dengan adanya pembahasan ini semoga dapat muncul wawasan baru untuk melengkapi dan mengembangkan bahkan menemukan teori baru terkait dengan permasalahan yang diteliti. Dibawah ini akan diberikan teori kemudian dibandingkan dengan hasil temuan penelitian.

#### **IV.1. Konstruksi CNN Indonesia**

Hasil konstruksi yang dilakukan CNN Indonesia merepresentasikan kepentingan kelas atas, dalam konteks ini kepentingan Ketua Umum PSSI dan pengurus PSSI. Hal ini terlihat dari konstruksi empat tema dari pemberitaan Pencalonan Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara 2018, diantaranya tentang Rangkap Jabatan, Cuti Ketua Umum PSSI, Pensiun Dini, dan *Money Politic*. Hasil analisis framing yang telah dilakukan CNN Indonesia telah mengkonstruksi realitas bahwa Pencalonan Ketua Umum Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara 2018 tidak melanggar peraturan dan tidak berdampak pada pengelolaan sepakbola di Indonesia. Realitas yang diciptakan CNN Indonesia ini terlihat dari pemberitaannya yang menyangkut tema Rangkap Jabatan, Cuti Ketua Umum PSSI, Pensiun Dini, dan *Money Politic*.

Berdasarkan Teori Konstruksi atas Realitas Sosial (*Social Construction of Reality*) yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman atas fenomena media massa bahwa substansi dari konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung

dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

Proses konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut :

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing - masing media memiliki desk yang berbeda - beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu - isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan tiga hal yaitu kedudukan, harta, dan perempuan.

2. Tahap sebaran konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing - masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah real time. Media cetak memiliki konsep real time terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep real time yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pembaca.

### 3. Tahap pembentukan konstruksi realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca itu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas pembenaran; kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; ketiga, sebagai pilihan konsumtif.

Sedangkan gambaran realitas sosial atas temuan penelitian sebagai berikut ini:

#### 1. Realitas Sosial Objektif

Realitas sosial objektif adalah gejala-gejala sosial yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta. Dalam konteks penelitian ini realitas objektifnya adalah tidak semua stakeholder sepakbola mendukung dan merespon positif langkah Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi yang mencalonkan gubernur Sumatera Utara 2018. Pemerintah melalui Menpora Imam Nahrawi tidak begitu saja mendukung pencalonan Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara tersebut. Begitu juga suporter dan klub yang sebagian besar berharap Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi tidak mencalonkan gubernur Sumatera Utara.

#### 2. Realitas Sosial Subjektif

Realitas sosial subjektif adalah realitas sosial yang terbentuk pada diri khalayak yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik. Dalam hal ini realitas sosial subjektif dari individu wartawan dan pekerja CNN Indonesia tidak memperlakukan pencalonan Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara 2018. Hal itu terlihat dari pemberitaan CNN Indonesia yang hanya menampilkan nara sumber pengurus PSSI termasuk Edy Rahmayadi, sedangkan suara suporter dan klub yang tidak setuju dengan langkah Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi tidak ditampilkan.

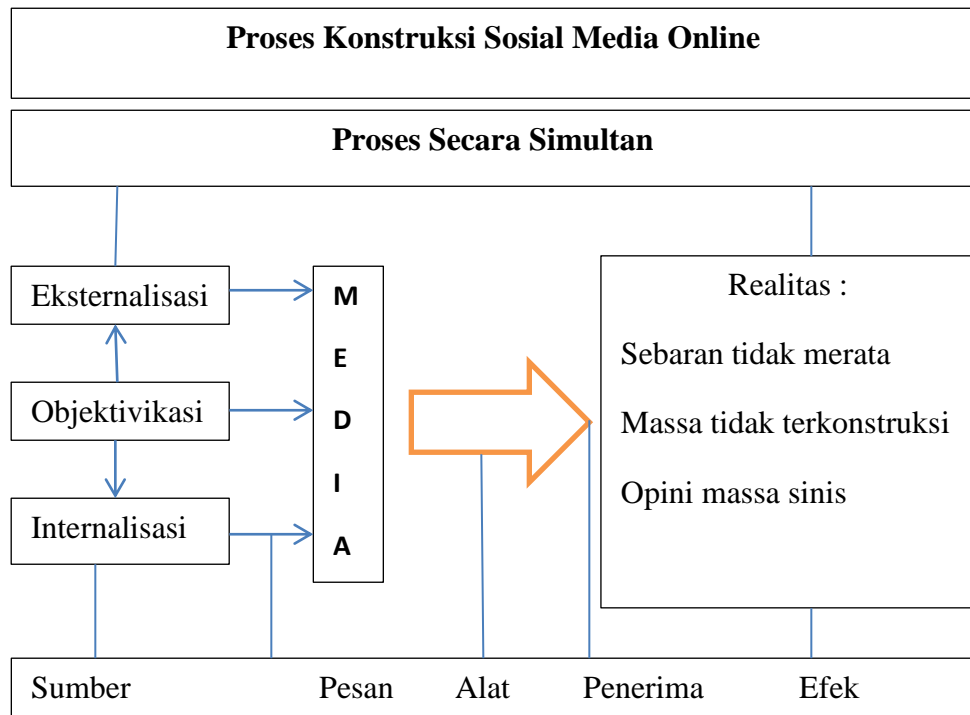
### 3. Realitas Sosial Simbolik

Realitas sosial simbolik adalah bentuk – bentuk simbolik dari realitas sosial objektif, yang biasanya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi serta isi media (Bungin,2011: 24). Disini CNN Indonesia menampilkan realitas bahwa langkah Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi tidak berdampak pada persepakbolaan di Indonesia, baik dalam pengelolaan kompetisi maupun pencapaian prestasi.

Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa proses konstruksi sosial yang dilakukan oleh Portal CNN Indonesia efek atau dampaknya tidak mampu membentuk opini massa dan massa tidak terkonstruksi oleh Portal CNN Indonesia dan sebarannya juga tidak merata. Bahkan opini massa cenderung bertolakbelakang dengan realitas yang dibentuk Portal CNN Indonesia. Misalnya saat Portal CNN Indonesia menampilkan realitas bahwa langkah Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi tidak berdampak pada persepakbolaan di Indonesia, baik dalam pengelolaan kompetisi maupun pencapaian prestasi. Realitas ini berbeda dengan opini massa yang berkembang bahwa tidak semua stakeholder sepakbola mendukung dan merespon positif langkah Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi yang mencalonkan gubernur Sumatera Utara 2018. Suporter dan klub yang sebagian besar berharap Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi tidak mencalonkan gubernur Sumatera Utara.

Temua penelitian tersebut bisa menjadi pengembangan Teori Konstruksi Realitas Sosial, dimana realitas yang dikonstruksi media massa hasilnya ada beberapa yang berbeda dengan proses yang ada dalam proses konstruksi sosial media massa. Secara terperinci pengembangan teori tersebut tergambar dalam bagan sebagai berikut ini :

**Gambar IV.1**  
**Implikasi Teoritis**



Dilihat dari efek media yang populer dinamakan dengan Agenda Setting bahwa konstruksi yang dilakukan Portal CNN Indonesia tidak mempengaruhi opini publik atau masyarakat. Hal itu terlihat dari beberapa tema yang dalam temuan penelitian berbeda dengan opini yang berkembang di masyarakat. Misalnya menyangkut rangkap jabatan, pensiun dini, cuti ketua umum PSSI, dan money politic.

CNN Indonesia sebagai sebuah media massa dalam mengkonstruksi Pencalonan Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara 2018 pasti menampilkan peran dalam melakukan komunikasi massa dengan khalayak. Peran media massa dalam melakukan komunikasi massa itu tentu saja beragam, masing-masing media memiliki peran yang tidak sama, tergantung dari tujuan dari media massa dalam memproduksi berita.

McQuail (2011) dalam *Teori Komunikasi Massa* menyatakan dalam komunikasi massa terdapat beberapa model salah satunya model publisitas (*publicity model*) atau komunikasi sebagai sebuah pertunjukkan dan perhatian. Dimana tujuan utama media massa bukan untuk menyiarkan informasi tertentu atau untuk menyatukan publik dalam satu kebudayaan, keyakinan dan nilai tertentu, tetapi hanya untuk menarik perhatian baik secara visual maupun suara. Untuk itu media memiliki tujuan ekonomi tertentu, yakni untuk mendapatkan pendapatan dari khalayak kepada pengiklan. Sebagaimana Elliot (1972:164) bahwa komunikasi massa sepertinya bukan komunikasi sama sekali, dalam artian sebagai pertukaran makna yang telah ditentukan.

Model publisitas ini lebih berorientasi pada penonton (*spectatorship*) dan khalayak media lebih sering menjadi penonton daripada partisan atau penerima informasi. Faktanya adalah dari adanya perhatian lebih utama daripada kualitas perhatian. (McQuail, 2011:78).

Strategi publisitas dari konglomerat media massa biasanya ditujukan untuk mendapatkan perhatian maksimum atas produk terbaru mereka di sebanyak mungkin media dan dalam berbagai bentuk (wawancara, berita, foto, situs jejaring sosial). Ide bahwa komunikasi sebagai sebuah proses pertunjukkan dan perhatian memiliki beberapa ciri lain misalnya waktu khalayak terbatas dalam memperhatikan informasi dari media, perhatian hanya ada di masa sekarang, tujuannya hanya mendapatkan perhatian dan dalam jangka waktu pendek bebas nilai dan tidak bermakna. Beberapa hal tersebut merupakan ciri yang mendasari komunikasi massa terutama dalam lembaga media komersial. (McQuail, 2011:79).

Topik rangkap jabatan tidak terlepas dari perspektif ekonomi politik yang dilakukan CNN Indonesia atas pemberitaan seputar Pencalonan Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara 2018. Pemberitaan Pencalonan Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dalam Pilkada Sumatera Utara 2018 di CNN Indonesia

tidak terlepas dari kepentingan kelas atas yang dalam hal ini Ketua Umum PSSI Edy Rahmayadi dan pengurus PSSI. Sedangkan kelas bawah atau kelas antagonis yang dirugikan adalah masyarakat sepakbola yang menginginkan ketua umum PSSI yang fokus dan benar-benar mengurus sepakbola, dalam hal ini suporter dan klub. Melalui teks-teks yang ditampilkan, CNN Indonesia telah menutupi dan merepresentasikan secara bias dan manipulatif aspirasi kelas antagonis tersebut. Pesan yang disampaikan melalui beritanya terlihat bahwa CNN Indonesia telah dikontrol oleh kepentingan kelas dominan yang memiliki kekuasaan di PSSI. Dengan demikian CNN Indonesia telah menjadi alat legitimasi bagi kepentingan kelas dominan melalui teks – teks berita yang dibentuk oleh kepentingan politik baik secara ekonomi maupun politik.

