

BAB II

PEMBERITAAN SEPUTAR PILPRES DI PROGRAM BERITA “INDONESIA DALAM BERITA” *MNC TRIJAYA FM*

Bab ini akan menjelaskan tentang pemberitaan seputar pilpres di program berita “Indonesia dalam Berita”. Media massa baik itu media cetak maupun elektronik berperan dalam membuat berita atau informasi untuk disampaikan kepada khalayak. Informasi yang disampaikan pun beragam mulai dari berita politik, ekonomi, kriminal, kesehatan, sosial, pendidikan, dan sebagainya. Media massa memilih fakta sesuai kebutuhan untuk disampaikan kepada khalayak. Media dapat mengilangkan fakta, mengurangi, atau menonjolkan suatu fakta, mengaburkan fakta lainnya untuk kepentingan tertentu. Khalayak akan memiliki pemikiran sesuai dengan apa yang disampaikan oleh media massa. Khalayak mengintrepetasikan fakta sesuai arahan media. Media mengkonstruksi berita berdasarkan realitas yang diinginkan media, melalui perspektif media. Konstruksi pemberitaan semacam ini akan membuat berita menjadi diragukan kenetralitasannya. Analisa framing akan menjelaskan sejauh mana media memposisikan diri dalam ajang kontestasi politik di tanah air, apakah sudah memenuhi unsur netralitas atau belum.

2.1. Radio

Media radio mulai berkembang pada 1930-an. Morrisson menyebutkan Amstrong berhasil menemukan pesawat penerima radio dengan Frekuensi

Modulasi atau FM yang menjadi dasar pesawat radio modern. Radio FM memiliki kualitas siaran lebih bagus, jernih dan bebas dari gangguan siaran. Sebagai media, radio pun mengenal jurnanisme. Masduki menjelaskan bahwa proses jurnanisme di radio hampir sama dengan media cetak hanya saja dengan penyajian yang berbeda. Radio menggunakan medium suara untuk menyiarkan informasi sedangkan media cetak menggunakan print atau cetakan untuk menghasilkan berita yang dapat dikonsumsi pembaca. Bentuk jurnalistik radio antara lain berita, *feature*, reportase, opini, dan lainnya. Berita dalam media radio dikenal dengan berbagai bentuk seperti *straight news* yang merupakan berita singkat dan padat untuk mengejar unsur aktualitas ataupun model *indepth interview* berisi wawancara atau laporan mendalam tentang peristiwa atau kasus.

Julian Newby mengatakan “*radio is the birth of broadcasting*” –radio adalah anak pertama dunia penyiaran-. Sedangkan Masduki mendeskripsikan bahwa radio adalah suara. Radio identik dengan: audio, media sederhana, bersistem durasi, santai dikonsumsi, selintas, seketika, dan direkam. John T. Bittner menjelaskan bahwa radio merupakan institusi yang kompleks, karena berada di dalam komunitas masyarakat yang heterogen dengan segala macam permasalahan. Ketika melakukan proses *on air* atau siaran, penyiar berkomunikasi dengan lingkungan sosial lain atas nama institusi radio. Ia memiliki konsekuensi berupa tanggung jawab sosial sebagai media massa. Radio harus memiliki kode etik berupa objektivitas, edukatif, dan hal lain. Kode etik berisaran mengacu pada kode etik wartawan Indonesia sehingga proses jurnalistik pada media suara ini juga menganut

paham sama dengan media cetak. Posisi radio di tengah institusi lain akan memberikan pengaruh isi siaran.

Di radio ada beberapa faktor yang menyebabkan konten berpengaruh, tergantung dari sudut pandang mana kita melihatnya. Masduki menulis bahwa radio berada di tengah-tengah institusi lain yang mempengaruhinya, seperti karyawan/buruh, pengiklan, produsen acara siaran, manajemen SDM, promosi, keuangan, kebutuhan khalayak pendengar, standard peralatan teknis, program lokal dan jaringan, serta aturan hukum dan kontrol sosial publik. Faktor pengaruh ini sejatinya akan menguji sejauh mana profesionalisme media dipertaruhkan. karena itulah penegakan kode etik menjadi penting dalam era kebebasan informasi seperti saat ini. Kebebasan perlu diluruskan pemaknaannya menjadi tanggung jawab pers kepada sosial bukan hanya sebagai humas dari partai politik atau perusahaan tertentu.

Fungsi media radio tidak hanya sebagai hiburan tetapi penyedia informasi. Setelah era reformasi perkembangan radio swasta semakin baik sehingga radio swasta memiliki kebebasan memproduksi berita, tidak harus merelay siaran dari RRI. Radio swasta juga bebas membuat program *talkshow* dan program inovatif lain yang lebih edukatif, memiliki karakteristik dan kritis. Sedangkan karakter berita radio adalah cepat, segera, aktual, penting, relevan dan berdampak luas kepada khalayak. Sajian berita atau informasi bisa dikemas lebih menarik, tidak kaku seperti masa orde baru sehingga akan mampu memberikan daya tarik bagi pendengar. Konvergensi media konvensional termasuk radio akan mampu membantu radio menjadi lebih dekat dengan khalayak karena semakin menambah

daya kecepatan dan jangkauan. Sajian radio tidak hanya bisa didengar melalui pesawat berbentuk analog tetapi lebih luas menjangkau khalayak pendengar di seluruh negeri melalui akses internet atau *streaming*. Dengan demikian media ini akan semakin berefek dalam memberikan segala jenis informasi kepada masyarakat. Radio menjadi saluran strategis dalam menginformasikan berita dengan jangkauan pendengar sesuai target yang diinginkan.

2.2. *MNC Trijaya FM*

MNC Trijaya FM yang mengudara di frekuensi 104.6 FM adalah salah satu radio jaringan di bawah naungan *PT Global Mediacom Tbk (MNC Media)* yang memiliki portofolio sebagai salah satu media terbesar di Indonesia. *MNC Media* mengoperasikan 4 stasiun televisi FTA (*RCTI, MNCTV, GTV* dan *iNews*), produsen konten, operator TV berlangganan, layanan *broadband* dan memiliki portal berita *online*, surat kabar nasional, dan jaringan radio di berbagai kota besar di Indonesia. Selain itu perusahaan juga memiliki usaha media lain seperti *talent management* dan agensi iklan. Sinergitas antar media di bawah perusahaan *PT Global Mediacom* akan mampu memberikan efek informasi bagi khalayak melalui jaringan besarnya di seluruh wilayah.

MNC Trijaya FM mengudara pada tahun 1990-an dengan nama awal *Trijaya FM*. Radio ini sangat populer dengan program unggulan musik dan informasi. *Trijaya FM* yang saat itu berkantor satu lokasi dengan *RCTI* di Kebon Jeruk memiliki pangsa pasar bagus dengan segmen pendengar pecinta informasi dan musik dengan genre jazz, pop, dan rock. Pada tahun 2011, *Radio Trijaya FM*

berganti nama menjadi *Sindo Radio*. Transformasi nama *Trijaya FM* menjadi *Sindo Radio* merupakan pengembangan brand menjadi media yang terintegrasi antara Media Cetak (*Sindo Koran*), televisi (*Sindo TV*), Majalah (*Sindo Weekly*) dan Media Online (*Sindonews.com*). Perubahan nama ini terjadi salah satunya juga karena *Trijaya FM* telah diakuisisi PT Global Mediacom.

Selanjutnya *Sindo Radio* berganti lagi menjadi *Sindo Trijaya FM* pada tahun 2012. Perubahan ini dilakukan karena brand *Trijaya* sudah melekat bagi pendengar sehingga manajemen memutuskan untuk melekatkan nama tersebut dalam brand barunya. *Tagline Trijaya FM* “*more than just music*” dan *Sindo Radio* “*Sumber Informasi Terpercaya*” digabung menjadi *tagline* baru “*untuk Indonesia lebih baik*”. *Sindo Trijaya FM* mengklaim dirinya menjadi radio yang menyiarkan informasi penting dan sajian musik enak.

Perubahan nama kembali terjadi pada tahun 2017 dari *Sindo Trijaya FM* menjadi *MNC Trijaya FM* hingga penelitian ini ditulis. Format berita dan informasi dipilih menjadi menu utama dan musik sebagai selingan. *MNC Trijaya FM* menargetkan pendengar dari kalangan profesional, *entrepreneur*, dan birokrat. Usia pendengar ditarget antara 30-45 tahun dengan S.E.S ABC+. Sapaan pendengarnya adalah “pendengar” dengan *tagline* “*news, information and music*”, *corporate tagline* “*the real news and information*”. *MNC Trijaya* dalam bersiaran melakukan sinergi dengan media dalam satu grup di MNC yaitu *Koran Sindo*, *iNews TV*, *Majalah Sindo Weekly* dan *online*, *RCTI*, *MNCTV*, *GTV* dan *okezone.com*. Sinergitas ini membuat berita yang dihasilkan beberapa di antaranya mengambil media tersebut untuk sumber informasi. Hal ini lazim dilakukan oleh media yang

berada dalam satu grup media untuk memudahkan mereka mendapatkan konten. Selain itu agenda media grup juga menjadi faktor antar media dalam satu grup melakukan pemberitaan yang sama dengan yang lainnya.

Berpusat di Jakarta, *MNC Trijaya FM* memiliki jaringan di 15 kota besar lain di Indonesia yaitu *MNC Mandailing Natal FM*, *MNC Trijaya Bontang*, *MNC Trijaya Banda Aceh*, *MNC Trijaya Yogyakarta*, *MNC Trijaya Semarang*, *MNC Trijaya Medan*, *MNC Trijaya Kendari*, *MNC Trijaya Banjarmasin*, *MNC Trijaya Cirebon*, *MNC Trijaya Samarinda*, *MNC Trijaya Muaro Jambi*, *MNC Trijaya Surabaya*, *MNC Trijaya Palembang*, *MNC Trijaya Makassar* dan *MNC Trijaya Bandung*. Pada perkembangannya *MNC Trijaya* juga bisa diakses melalui *streaming www.mnctrijayafm.com*.

Selain program berita dan informasi sebagai menu utama, beberapa program lain juga disajikan *MNC Trijaya* yang berkantor di MNC News Center Lantai 5, Jl. Kebon Sirih No. 17-19 Menteng, Jakarta Pusat ini untuk meraih segmen pendengarnya. Program tersebut antara lain *talkshow* bertema politik, bisnis, motivasi, kesehatan, olahraga, keagamaan hingga *lifestyle*. Narasumber dari pemerintahan, BUMN, perusahaan swasta, perusahaan asing, kementerian, tak terkecuali politisi sering mengisi acara dan menggunakan *MNC Trijaya* untuk memperkuat brand dan posisi mereka. Selain program *on air* *MNC Trijaya* juga mempunyai program *off air* atau event di luar siaran untuk menunjang program. Beberapa program merupakan kombinasi keduanya yaitu *on air* dan *off air* seperti talkshow Polemik yang disiarkan di lokasi luar ruang studio tetapi tetap disiarkan secara langsung melalui frekuensi 104.6 MHz.

Beberapa penghargaan diraih *MNC Trijaya* antara lain: Juara I *Pertamina Press Award* kategori *feature* radio pada tahun 2008, 2009, dan 2010; *Adam Malik Award* dan *Kementrian Luar Negeri* pada tahun 2007; Juara umum *feature* radio dalam *Indonesia Motor Show* pada tahun 2010; Museum Rekor Indonesia kategori 1500 berita non stop pada tahun 2005; dan penghargaan program *talkshow* radio terbaik di program “Polemik” oleh Perhimpunan Jurnalis Indonesia.

2.2.1. Visi dan Misi

Data media *MNC Trijaya FM* menyebutkan Visi *MNC Trijaya FM* adalah menjadi radio informasi terbaik yang memberikan kontribusi positif bagi kehidupan berbangsa dan bernegara.

Sedangkan misi *MNC Trijaya FM* adalah menyajikan program radio terbaik sehingga tercipta masyarakat yang berwawasan luas, bertanggung jawab, kritis dan dinamis dalam membina tatanan bangsa yang harmonis; mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam menyelesaikan berbagai masalah serta bertanggung jawab; memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat dalam aktivitasnya, lingkungan keluarga, dan tanggung jawab sosialnya; memberikan kepuasan kepada seluruh *stakeholder* (karyawan, pemilik, mitra, pengiklan, pemerintah, dan pihak lainnya).

2.2.2. Struktur Organisasi

MNC Trijaya FM merupakan salah satu perusahaan media yang dimiliki oleh *Media Nusantara Citra (MNC) Network* di bawah naungan *PT MNC*

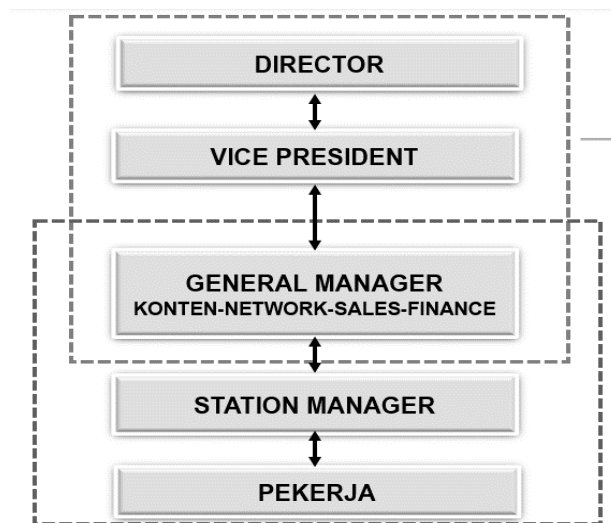
Investama Tbk atau lebih dikenal dengan nama *MNC Corporation*. *MNC Corporation* sendiri merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang media, finansial, properti, sumber daya alam, dan transportasi yang berpusat di Jakarta, Indonesia, didirikan pada 2 November 1989. Perusahaan ini memegang mayoritas kepemilikan saham *Global Mediacom* yang sebelumnya bernama Bimantara Citra, *MNC Financial Services* yang sebelumnya bernama Bhakti Kapital Indonesia, dan *MNC Land* yang sebelumnya bernama Kridaperdana Indahgraha dan *Global Land Development*.

Komisaris Utama *PT MNC Tbk* adalah Hary Tanoesoedibjo sejak 30 September 2016 hingga penelitian ini ditulis, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan yang ditetapkan dalam Akta Pernyataan Keputusan Rapat No. 70 tanggal 30 September 2016. Hary Tanoesoedibjo juga menjabat sebagai Direktur Utama *PT Global Mediacom Tbk* sejak 2002, Komisaris Utama *PT MNC Sky Vison Tbk* sejak 2006, dan Komisaris Utama *PT Rajawali Citra Televisi Indonesia* sejak 5 Maret 2019. Hary Tanoe merupakan pendiri, pemegang saham pengendali dan Ketua *MNC Group* dengan fokus bisnis investasi keuangan, media, jasa keuangan dan pengembangan properti.

MNC memiliki aset media terbesar di Asia Tenggara yang terdiri atas 4 stasiun televisi *Free-to-Air* (FTA) nasional (*RCTI*, *MNCTV*, *GTV*, dan *iNews*), *DTH TV* berlangganan (*MNC Vision*) terbesar, jaringan *broadband* tetap dan *IPTV* (*MNC Play*) dan layanan *OTT* (*MNC Now*). *MNC grup* juga memiliki portal umum dan berita (*Okezone*, *sindonews.com*, *iNews.id*), *Koran Sindo*, jaringan radio nasional dan beberapa aplikasi digital. Sedangkan dalam jasa keuangan grup ini memiliki

MNC Bank, MNC Life & Insurance, MNC Finance & Leasing, MNC Securities & Asset Management. Berikut ini adalah gambar struktur organisasi global *MNC Trijaya FM*.

Gambar 2.1. Struktur organisasi *MNC Trijaya FM*



Sumber: data media *MNC Trijaya FM*

Station manager sebagai posisi tertinggi di *MNC Trijaya FM* bertanggung jawab kepada *General Manager* yang membawahi tiga radio jaringan lain setara dengan *MNC Trijaya FM* yaitu *Global Radio*, *V Radio* dan *Radio Dangdut Indonesia (RDI)*. Ketiga radio ini memiliki jaringan di beberapa kota di Indonesia. Segmentasi ketiga radio berbeda dari *MNC Trijaya FM* yang lebih fokus menyiarkan informasi dan berita. *Global Radio* lebih banyak menyajikan musik masa kini dengan segmentasi anak muda, *V Radio* menghususkan pada segmentasi utama perempuan karir dan aktif, sedangkan *RDI* menghususkan pada pendengar penyuka musik dangdut. *General Manager* bertanggung jawab kepada *Vice*

President. Vice President bertanggung jawab terhadap *Director* yang dalam hal ini diduduki oleh Hary Tanoesoedibjo yang merupakan pemilik perusahaan, sekaligus ketua umum Partai Perindo. Partai Perindo dalam pilpres 2019 memberikan dukungan kepada pasangan nomor urut 01 Joko Widodo – Ma'ruf Amin.

MNC Trijaya FM dikepalai oleh *Station Manager* (Gaib Maruto Sigit). Posisi di bawahnya antara lain *creative production coordinator* (Douddy Joun Tatipang), *News Gathering Coordinator* (Jaka Lelana), dan berturut-turut di bawahnya lagi admin/ sekretaris (Amelinda), Produser/ Koordinator Liputan (Setyo Nuryanto), Music Director (Ita Kusuma), Produser (Marlene Karamoy, Lia Christie, Retna Lodevica), Reporter/ Script Writer (Anang Purwanto, Akmal Irawan, Arief Sinaga), Dokumentasi/ layanan pendengar (Royadi), Koordinator Produksi (Djoko Prasetyo), Operator/ teknik (Murhali Kumar), Produksi (Jumatno), Operator/ teknik (Muhammad Ambon, Agus Musa, Spto Nugroho), Produser Buletin (Muslim Pasaribu), dan Announcer (Dennis Irawan).

2.2.3. Program *MNC Trijaya FM*

Seiring perkembangan jaman program-program di radio menjadi sangat beragam diikuti dengan formatnya. Program radio disesuaikan dengan sasaran atau target pendengarnya. *Radio MNC Trijaya FM* adalah salah satu perusahaan media massa yang tetap menjadikan dirinya sebagai media yang menyebarkan informasi di tengah kemajuan industri media di Indonesia yang semakin kompetitif. Program siaran *MNC Trijaya FM* mengutamakan berita sebagai kekuatan dari radio ini untuk

menjadikan *MNC Trijaya* sebagai radio informasi yang menyajikan berbagai macam informasi berita yang beraneka ragam.

Program berita radio di *MNC Trijaya FM* memiliki beberapa bentuk, yaitu:

(1) *Buletin atau paket berita*: berisi rangkaian berita-berita terbaru dari bidang ekonomi, politik, sosial, olahraga, dan sebagainya dengan segmentasi lokal, regional, nasional, ataupun internasional. Program ini berdurasi 30 menit atau lebih;

(2) *News Insert* – insert berita: berisi info aktual berupa *straight news* yang berdurasi 2- 5 menit. Insert disajikan setiap jam tertentu, bisa berupa *breaking news*, disampaikan penyiar secara khusus di sela-sela siaran non-berita;

(3) *Majalah Udara* atau buletin: berisi *straight news*, wawancara, dialog interaktif, *feature* pendek, dokumenter, dan lainnya;

(4) *Talkshow*: merupakan dialog interaktif atau wawancara langsung (*live interview*) di studio dengan narasumber, atau melalui telepon.

Sindo Hot Topic merupakan program yang disiarkan pada pagi hari, dikemas dengan beberapa rangkaian program lain seperti siaran motivasi *The Power of Life*, informasi mancanegara melalui *Start Your Day with VOA*, dan ragam berita lainnya termasuk *Sindo Lalu lintas*, *Sindosiana*, selingan informasi dalam *lintas informasi*, dan *Pitstop* juga turut melengkapi isi dari program ini. *MNC Trijaya FM* mengudara 24 jam *non stop* sepanjang Senin-Minggu.

Program talkshow *MNC Trijaya FM* antara lain: *Indonesia bersaing* yang berisi dialog dengan beberapa narasumber untuk mengembangkan merk dan produk lokal tanah air supaya memiliki daya saing di tingkat lokal maupun internasional. Selain itu ada program *Bincang Finansial* merupakan *talkshow* untuk perencanaan

keuangan yang lebih baik. Program *talkshow* lain yang menampilkan profil atau tokoh antara lain *The Leader* dan *Tokoh Bicara*. Program ini mengulas profil tokoh Indonesia baik tokoh nasional maupun tokoh daerah yang dikemas dalam suasana akrab, serius, santai dan diselingi lagu favorit para tokoh yang ditampilkan. Program ini diharapkan bisa memberikan inspirasi dan motivasi bagi pendengar melalui kisah sukses tokoh penting.

Program unggulan adalah *talkshow Polemik* yang disiarkan *live* setiap Sabtu mulai Pukul 09.00-11.00 WIB. Acara ini bersinergi dengan *Global TV*, *Sindo TV* dan *Koran Sindo*. Talkshow berisi masalah politik, ekonomi, sosial, kesehatan dan lainnya yang sedang menjadi polemik di masyarakat pada saat itu.

2.2.4. Program Berita “Indonesia dalam Berita”

Program buletin *Indonesia dalam Berita* merupakan rangkuman berita terbaru dan penting di bidang politik, ekonomi, hukum, masalah sosial, olahraga dan berita aktual lainnya yang terjadi di Indonesia maupun mancanegara. Berita disiarkan dari pukul 12.00 – 12.30 WIB setiap Senin hingga Jumat dan libur pada hari besar keagamaan dan hari besar lainnya. Program ini tayang di waktu *prime time* atau jam tayang dengan jumlah pendengar lebih banyak dibanding jam lainnya. Selain *straight news* isi berita juga menampilkan laporan langsung reporter di lapangan dan kutipan wawancara dengan narasumber yang dilakukan dari studio *MNC Trijaya FM*.

Fokus berita dalam program “Indonesia dalam berita” adalah informasi terbaru atau berita yang sedang mendapat perhatian utama khalayak. Pemilihan

Presiden tentu menjadi berita penting dan ditunggu oleh pendengar. Dalam kurun Januari hingga April menjelang pemilihan presiden 2019 topik pilpres menjadi hal penting yang sering mendapat porsi lebih di program ini. Penempatan topik seputar pilpres sering mendapat porsi di posisi *headline* daripada posisi lainnya.

2.3. Berita Pilpres 2019 di *MNC Trijaya FM*

Pemilihan presiden 2019 diikuti oleh dua pasangan calon yaitu pasangan nomor urut 01 Joko Widodo – Ma’ruf Amin dan pasangan nomor urut 02 Prabowo Subianto – Sandiaga Uno. Joko Widodo merupakan calon petahana dan menjabat Presiden pada periode 2014-2019. Pasangannya KH Ma’ruf Amin adalah ulama dari PKB. Dalam pilpres 2019 Pasangan Jokowi – Ma’ruf diusung oleh PDIP, PKB, PPP, Golkar, Nasdem, Hanura, PKPI dan Perindo. Capres Prabowo Subianto merupakan mantan komandan jenderal kopassus, seorang pengusaha dan politisi dari Partai Gerindra. Cawapresnya Sandiaga Uno merupakan pengusaha yang juga sebelumnya terpilih sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta mendampingi Anies Baswedan. Dalam pilpres 2019 pasangan nomor urut 02 Prabowo – Sandiaga diusung oleh Partai Gerindra, Demokrat, PAN dan PKS (*cnnindonesia.com*).

Selain memilih presiden dan wakil presiden, pemilu 2019 ini juga memilih DPR RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/ Kota dan DPD RI. Sebagai calon pemimpin tertinggi kontestasi pilpres menyita perhatian masyarakat Indonesia pada gelaran pesta demokrasi kali ini. Dan kedua kalinya pilpres menampilkan dua pasangan kandidat seperti pada pilpres 2014 yang pada waktu itu menampilkan dua pasangan Joko Widodo – Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto – Hatta Rajasa.

Beberapa informasi dan hoax mewarnai pilpres kali ini sehingga pilpres menjadi hal menarik bagi masyarakat dan menyita perhatian dibanding pemilihan legislatif dan DPD RI. Pada situasi politik semacam ini media menjadikan masa kampanye dan debat sebagai menu utama untuk disampaikan kepada khalayak. Penyampaian visi misi calon presiden dan wakil presiden, baik itu melalui kampanye, pemberitaan maupun debat di televisi menjadi media untuk meraih suara dan dukungan dari pemilih. Media massa memiliki peranan penuh dalam proses ini.

Menjelang pilpres media-media menampilkan berita utama atau *headline* tentang pemilu karena memiliki daya tarik tinggi bagi khalayak. Berita pilpres dari sisi jurnalistik juga merupakan bagian dari realitas sosial. Dengan demikian berita layak untuk disebarakan kepada khalayak. Di sini peran media diuji dan dituntut untuk dapat bersikap independen atau netral dalam menyampaikan pemberitaan. Media harus menyampaikan informasi yang berimbang dan adil bagi pihak kontestan pemilu supaya khalayak bisa menentukan pilihan sendiri tanpa pengaruh dari media. Media cetak, elektronik dan *online* memberitakan berita tentang pilpres sebagai menu utama, termasuk radio.

Tak terkecuali *MNC Trijaya FM* sebagai radio yang mengutamakan berita dan informasi juga banyak menyajikan berita seputar pilpres 2019. Dalam program berita “Indonesia dalam Berita” posisi berita pilpres lebih banyak disajikan pada *headline* dan hanya sebagian kecil ditempatkan pada berita kedua. Jam siar program pun merupakan *prime time* atau waktu di saat khalayak diasumsikan banyak mendengarkan radio, yaitu pada pukul 12.00-12.30 WIB. Ini menunjukkan berita pilpres menempati porsi utama pada program pemberitaan di *MNC Trijaya FM*.

Apalagi ditambah dengan 15 jaringan radio di seluruh Indonesia akan semakin mendukung penyebaran berita kian luas dan tepat sasaran.

Pemberitaan pilpres 2019 di *MNC Trijaya FM* yang lebih banyak dimasukkan pada posisi *headline* dapat mencerminkan ideologi *MNC Trijaya FM*. Penempatan narasumber yang menonjol dibandingkan narasumber lain, penempatan wawancara seorang tokoh lebih besar dibanding tokoh lain juga akan memperlihatkan sejauh mana ideologi media tersebut. Liputan yang tidak berimbang, merugikan pihak lain karena hanya meliput dari satu sisi akan terlihat memihak salah satu kelompok. Demikian pula dengan adanya sikap pro dan kontra atau keberpihakan pada satu kandidat oleh media. Beberapa media memiliki kecenderungan memberitakan salah satu kandidat lebih banyak dibandingkan kandidat lain. Pilihan kata dari kalimat per kalimat yang ditampilkan dalam berita pun akan bisa membuat berita lebih berpihak pada salah satu kandidat. Pilihan narasumber dan penayangan kutipan suara yang diatur sedemikian rupa membuat berita yang disampaikan tidak memenuhi azas keberimbangan. Pilihan kata dan narasumber merupakan interpretasi wartawan ketika menyajikan berita pilpres.

Berita seputar pilpres di program “Indonesia dalam Berita” dalam kurun Januari hingga menjelang minggu tenang kampanye, 13 April 2019 menjadi objek penelitian penulis. Pada kurun tersebut berita pilpres ditempatkan di posisi berita utama *headline* yang mengindikasikan berita penting bagi pendengar. Sifat radio yang selintas menjadikan posisi *headline* dan *lead* berita sangat penting bagi pendengar untuk dapat menangkap maksud atau isi pemberitaan. Untuk itu peneliti akan melihat seperti apa *frame MNC Trijaya* di program “Indonesia dalam Berita”

terkait berita seputar Pilpres 2019. Selain itu peneliti akan melihat sejauh mana representasi *MNC Trijaya FM* terhadap dua kandidat presiden, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto dalam pemberitaan seputar Pilpres 2019.