

POLITAINMENT MEDIA TELEVISI DI INDONESIA

(Studi Tentang Konstruksi Aktor Politik dalam Tayangan Televisi)

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh :

Clarissa Aisyah Putri

NIM. B76214063

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

POLITAINMENT MEDIA TELEVISI DI INDONESIA

(Studi Tentang Konstruksi Aktor Politik dalam Tayangan Televisi)

Skripsi

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Clarissa Aisyah Putri

NIM. B76214063

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Clarissa Aisyah Putri

NIM : B76214063

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Perum TAS 3 M2/39, Tulangan, Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi maupun untuk mendapat gelar akademik apapun
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
- 3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 17 Juli 2018

Yang menyatakan,



Clarissa Aisyah Putri

NIM. B76214063

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Clarissa Aisyah Putri
NIM : B76214063
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : **Politainment Media Televisi di Indonesia (Studi
Tentang Konstruksi Aktor Politik dalam Tayangan Televisi)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 9 Juli 2018

Dosen Pembimbing,



Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si

NIP.197106021998031001

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

**Skripsi oleh Clarissa Aisyah Putri ini telah dipertahankan di depan Tim
Penguji Skripsi**

Surabaya, 17 Juli 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M.Ag

NIP. 196307251991031003

Ketua/Penguji I

Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si

NIP. 197106021998031001

Penguji II

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag.

NIP. 195403141985031002

Penguji III

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

NIP. 197312171998032002

Penguji IV

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si

NIP. 195409071982031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Clarissa Aisyah Putri
NIM : 076214063
Fakultas/Jurusan : FDK / Ilmu Komunikasi
E-mail address : clarissaaputri@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Politainment Media Televisi di Indonesia
(Studi Tentang Konstruksi Aktor Politik dalam Tayangan Televisi)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2018

Penulis

(Clarissa Aisyah Putri)
nama terang dan tanda tangan

pembaca dan penonton media mengenai kehidupan pribadi dan gaya hidup seakan mengalahkan informasi prestasi selebriti, hal ini yang memulai munculnya istilah *infotainment*. *Infotainment*, sebuah kata kunci utama yang digunakan oleh berbagai produk media yang menggaris bawahi bahwa informasi dan *entertainment* atau hiburan itu bukanlah dua entitas yang terpisah, namun dalam rumus ini, keduanya haruslah menyatu. Seolah mau menekankan bahwa “informasi haruslah menghibur, karena apabila terlalu serius, tidak akan ada yang mengkonsumsi”.

Dalam media baik cetak, elektronik, dalam jaring (menggunakan internet), maupun luar jaring (tanpa internet), selalu ada halaman yang memberi porsi soal kehidupan selebriti. Seolah-olah para pengelola media hendak mengatakan bahwa para selebriti dan kehidupannya adalah hal yang paling penting, sehingga kita para penikmat media harus memperhatikan setiap detail kehidupan mereka. Selebriti bisa dijadikan panutan moral karena bijak dalam berumah tangga, bisa merawat tubuh dengan piawai, pandai memasak, berbagi tips mengenai *fashion*, dan lain-lain.

Saat ini gaya berita seperti ini tidak hanya dilakukan kepada golongan artis atau selebritis, dewasa ini bahkan politisipun tak terelak menjadi bahan pemberitaan dengan fokus berita yang memiliki unsur menghibur demi melepas dahaga pemirsa. Media *online* maupun *offline* sudah mulai melebarkan sayap untuk memenuhi hasrat pemirsa akan berita-berita yang dirasa dekat dan menghibur, berita yang menurut mereka nampak cerdas namun tetap ada unsur menghibur, yaitu *infotainment*.

Politik belakangan ini bukan lagi menjadi sebuah bahan pemberitaan yang kaku, yang dinikmati dengan serius. Sudah sejak lama politisi-politisi mampir di layar kaca bukan pada acara berita atau debat khusus, atau acara diskusi-diskusi. Pada tahun 2004, mantan Presiden RI ke-6 muncul dalam ajang pencarian bakat menyanyi Akademi Fantasi Indosiar. Tidak sendirian, bersama lawan politiknya Wiranto mereka berdua sama-sama unjuk kebolehan menyanyi, bahkan mendapat komentar dari juri serupa dengan finalis Akademi Fantasi Indosiar yang lain. Tidak tanpa alasan kehadiran dua aktor politik tersebut. Pada saat itu memang dalam tahun-tahun politik dimana kedua politisi tersebut sedang bertarung untuk mendapatkan kursi RI satu di pemerintahan.

Tidak hanya perihal politik, eksistensi para aktor politik di media televisi sampai saat ini tidak dapat terlepas dari kehidupan pribadi mereka. Dalam masa jabat Presiden RI saat ini misalnya, Presiden Jokowi telah melangsungkan pernikahan anaknya sebanyak dua kali, yaitu anak pertamanya Gibran Rakabuming Raka pada tahun 2015 dan anak keduanya Kahiyang Ayu pada tahun 2017. Media tentu tidak akan tinggal diam melihat momentum yang sakral dan megah ini. Bahkan, di pernikahan anak Presiden Joko Widodo yang kedua Indosiar sempat mengundang khusus Kahiyang Ayu beserta suaminya Bobby Nasution dalam acara unggulannya yaitu D'Academy Asia pada tanggal 12 Desember 2017 lalu. Panggung D'Academy Asia 3 ini mengundang tamu spesial yaitu anak dan menantu Presiden Jokowi, tidak hanya diundang untuk menyanyi mereka bahkan diajak duduk untuk menjadi komentator.

Selain diundang sebagai bintang tamu ajang pencarian bakat penyanyi dangdut, pernikahan anak Presiden Jokowi juga mendapatkan ‘panggung’ yang sama seperti artis sekalangan Raffi Ahmad-Nagita Slavina dan Anang-Ashanty. Pernikahan mereka dapat disaksikan langsung baik di layar kaca televisi maupun via internet. CNN Indonesia dan Detik.com yang berada dinaungan TransCorp dan TVRI selama berjam-jam menayangkan secara live prosesi akad hingga puncak pesta adat pernikahan mereka di Jawa Tengah. Tidak hanya CNN dan detik.com yang melakukan siaran langsung, rupanya Kompas TV, Net TV menyiarkan prosesi unduh mantu Kahiyang di kampung halaman suami di Sumatera Utara.

Bukan hanya perihal masuknya aktor politik beserta keluarga ke dalam layar kaca televisi, namun pemberitaan aktor politikpun mulai bergeser tidak hanya membahas mengenai program kerja, komentar isu politik atau hal-hal yang berkaitan dengan tugas kenegaraan mereka. Pasca pelantikan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta misalnya, pemberitaan yang sebelumnya gencar terkait isu pribumi yang dibanding-bandingkan lawan politiknya saat itu yaitu Basuki ‘Ahok’ Tjahaja Purnama bergeser menjadi perkara *lipbalm* yang digunakan oleh Sandiaga Uno saat mendampingi Anies Baswedan dalam wawancara mengenai banjir yang dialami beberapa daerah di Jakarta.

Belum lagi beberapa waktu lalu ketika mantan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama atau yang biasa dipanggil Ahok melayangkan gugatan cerai kepada istrinya dari balik penjara. Jurnalis media tidak ada yang mau kehilangan kesempatan meliput perkara ini. Tidak hanya fokus berkaitan

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Tipe penelitian ini yaitu interpretatif dengan fokus penelitiannya pada berita yang dirilis periode 11 – 16 Juni 2016 yaitu 3 berita Kompas.com dan 3 berita Republika.co.id. Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik dokumentasi yang diperoleh dari website Kompas.com dan Republika.co.id yang kemudian dianalisis ke dalam empat bagian struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik,

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Kompas.com dan Republika.co.id melakukan konstruksi pemberitaan dalam perspektif *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki dalam meneliti pemberitaan Razia Warung Makan di Kota Serang. Penelitian ini menemukan bahwa kompas.com membingkai kejadian razia yang dilakukan oleh aparat Satpol PP Pemot Serang terhadap pemilik warung nasi saat bulan suci ramadhan sebagai bentuk tindakan yang mencederai iklim toleransi antar umat beragama, Kompas.com juga menyudutkan Peraturan Daerah (Perda) Kota Serang yang dinilai tidak tepat jika diterapkan di Indonesia sebagai negara yang pluralistis. Adapun bingkai Republika.co.id lebih memandang positif akan keberadaan Perda tersebut dan ingin mematahkan anggapan bahwa Perda No. 02 tahun 2010 yang dianggap Perda bermasalah, intoleran dan tidak sesuai dengan iklim toleransi yang berlaku di Indonesia lewat argumen-argumen yang ada pada beritanya.

Perbedaan antara penelitian yang ditulis peneliti dengan penelitian terdahulu ini adalah perbandingan diantara dua media *online* untuk

mengetahui konstruksi seperti apa yang dibangun oleh masing-masing media. Penelitian terdahulu dan saat ini pun memiliki perbedaan dari segi pemilihan jenis media yang akan dikaji. Sedang penelitian terbaru tidak berusaha untuk melakukan perbandingan antara dua buah kanal berita di televisi namun hampir beberapa media televisi nasional.

Manfaat yang peneliti sebelumnya ingin sampaikan adalah semoga penelitiannya dapat dijadikan acuan masyarakat dalam membaca dan mendalami pesan pada media *online*.

2. Jessica dalam Bingkai Media Online (Analisis *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

Penelitian ini dilakukan oleh Riska Kurnia Sari yang merupakan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, di tahun 2017. Penelitian terdahulu ini membahas tentang bagaimana media online Viva.co.id dan Kompas.com dalam membingkai berita tentang Jessica pada edisi Februari-Oktober 2016. Metode yang digunakan adalah analisis *framing* pendekatan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki melalui empat struktur. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan memahami dari keempat struktur tersebut dan menganalisa tentang Jessica.

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis *framing* pendekatan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki adalah bagaimana struktur sintaksis (judul, lead, latar informasi, kutipan sumber, penutup), struktur skrip (5W + 1H), struktur tematik (paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat), struktur retorik (kata, idiom, gambar/foto, grafik).

Penelitian ini mengungkapkan bahwa struktur sintaksisnya memuat judul dan lead berita dan menyusunnya ke dalam skema berita berdasarkan latar informasi, kutipan sumber yang mendukung tercapainya pemahaman. Dari struktur skrip, Viva.co.id Unsur kelengkapan berita adanya 5W + 1H. Viva.co.id kurang memperhatikan kelengkapan berita. Seharusnya sebagai artikel berita menyertakan informasi tambahan sebagai keterangan dalam melengkapi penulisan berita. Berbeda rupanya dengan Kompas.com telah menerapkan prinsip kelengkapan berita dalam menuliskan artikel-artikelnya melalui menuliskan pemberitaan tentang kasus Jessica ini. Dari struktur tematik Viva.co.id lebih banyak mengambil kutipan sumber pernyataan dari satu pihak untuk kelengkapan berita, berbeda dengan Kompas.com yang lebih banyak mengambil kutipan sumber lebih dari satu sumber pernyataan. Dari retorisnya, memberi Viva.co.id dan Kompas.com sama-sama memberi penekanan kata dan gambar pada peristiwa yang diberikan dalam bentuk foto, akan tetapi Viva.co.id dari beberapa pemberitaan penekanan gambar pada foto tidak sesuai dengan tema.

Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yang berbeda dan pemilihan media yang berbeda. Selain itu penelitian ini hanya berfokus pada pembagian unsur berita ke dalam empat struktur besar yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik saja tidak ada teori lain yang digunakan.

3. Sikap Media Terhadap Isu Politik dan Agama Islam (Analisis *Framing* Robert N. Entman Berita Ahok dan Q.S Al- Maidah Ayat 51 Pada Situs

Berita *Online* Republika.co.id dan Metrotvnews.com Tanggal 7 Oktober – 4 Desember 2016)

Penelitian ini dilakukan oleh Siti Sarohmawati yang merupakan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung, pada tahun 2017. Penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan gambaran secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif tentang sikap media terhadap isu politik dan agama, dengan studi analisis *framing* terkait kasus dugaan penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok).

Penelitian ini merujuk kepada teori Agenda Setting khususnya agenda media, kedua media yaitu Republika.co.id dan Metrotvnews.com, kemudian dianalisis menggunakan empat tahap analisis *framing* milik Robert N. Entman. Empat tahap tersebut adalah *define problems, causal interpretation, moral evaluation, dan treatment recommendation*. Hasil penelitiannya adalah ditemukan bahwa terdapat perbedaan sikap yang tercermin melalui teks berita. Republika.co.id mengidentifikasi masalah ini pada etalase hukum, dengan Ahok sebagai penyebab masalah kasus tersebut. Moral yang mencoba disampaikan berupa Pemimpin seharusnya menghargai perbedaan dengan menjaga persatuan bangsa bukan malah menistakan agama. Dengan demikian secara tersirat penyelesaian masalah yang ingin disampaikan berupa kasus ini segera diproses dengan tuntas melalui jalur hukum.

Kemudian, pada Metrotvnews.com masalah dinilai berada pada ranah politik. Pihak pelapor dan aktor politik yang secara tersirat ingin

menurunkan elektabilitas Ahok dinilai sebagai penyebab masalah. Evaluasi moral digambarkan bahwa Ahok adalah korban politik identitas dalam kasus dugaan ini, selain itu pemerintah dinilai telah adil dengan mendengarkan aspirasi rakyat penuntut kasus dugaan penistaan agama. Terakhir penyelesaian masalah lebih kepada hentikan politik mobilisasi massa serta mengikuti proses hukum yang berjalan. Adanya perbedaan sikap yang ditunjukkan melalui teks berita dipengaruhi oleh sedikitnya dua faktor yakni ideologi media dan ekstramedia.

Perbedaan yang terdapat diantara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu ini terlihat jelas selain pada pemilihan media yang dikaji perbedaan juga nampak pada model analisis *framing* yang digunakan. Peneliti menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman.

4. Konstruksi Media Televisi Tentang Kekerasan Terhadap Anak (Analisis *Framing* pada Tayangan Indonesia Lawyer Club di TV One)

Penelitian ini dilakukan oleh Khoirul Hafifah yang merupakan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung, pada tahun 2016. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana isu kekerasan terhadap anak dikonstruksikan dalam tayangan Indonesia Lawyer Club. Penelitian ini merupakan penelitian tipe kualitatif dengan menggunakan metode penelitian analisis *framing* model Gamson dan Modigliani. Untuk memperdalam analisis peneliti menggunakan teori agenda setting dalam analisisnya yang

menggunakan dua objek yaitu tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC) episode ‘Menyingkap Tabir Kematian Angeline’ dan episode ‘Penjahat Seksual Mengancam Anak Kita’.

Hasil penelitiannya adalah peneliti menemukan 23 pernyataan dari narasumber yang kemudian dapat ditarik sebagai benang merah dari isu kekerasan terhadap anak yang terjadi. Pada tayangan pertama peneliti menemukan ide sentralnya adalah mengungkap kekerasan yang terjadi pada Angeline. Sedangkan dalam tayangan kedua memiliki ide sentral tindakan preventif dan represif dari kasus-kasus kejahatan seksual terhadap anak. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tayangan ini mengemas isu tentang kekerasan terhadap anak tengah berada dalam kondisi yang kritis. Akan tetapi belum menjadi prioritas baik dalam tindakan pencegahan maupun penyelesaian.

Perbedaan yang terdapat diantara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terlihat jelas pada model analisis *framing* yang digunakan. Penelitian terbaru menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan analisis *framing* Gamson dan Modigliani. Selain itu juga terdapat perbandingan isi media yang berdasarkan agenda setting masing-masing media pada hasil penelitian. Sedangkan, penelitian terbaru tidak melakukan perbandingan. Objek dan subjek pembahasannya pun berbeda meskipun menggunakan media yang sama yaitu media televisi.

5. Konstruksi Berita Kriminalitas di Media Televisi

Penelitian terdahulu ini merupakan jurnal yang diteliti oleh Saifudin Zuhri mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Jawa Timur yang berlokasi di Surabaya pada tahun 2009.

Jurnal ini berisi tentang penelitian mengenai bagaimana media televisi mengkonstruksi berita kriminal. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan kualitatif dengan menggunakan paradigma kritis, yang berusaha menginterpretasikan isi berita kriminalitas di media televisi dan juga memahami mengenai kekuatan yang tersembunyi di balik pesan pada teks dan visualisasi berita kriminal. Metode analisis yang digunakan adalah analisis wacana model *critical discourse analysis* dari Fairclough, yang merupakan metode analisis berjenjang dimulai dari tingkat analisis mikro (teks), makro (pengeola media televisi), sergap (RCTI), dan Patroli (Indosiar).

Yang berusaha peneliti angkat adalah bahwa dewasa ini berita kriminalitas mengalami *one dimensional*, artinya berita kriminalitas tidak lagi mencerminkan realitas sosial sesungguhnya tetapi sudah merupakan ajang pertarungan oleh kepentingan kelompok-kelompok tertentu dalam usaha menyampaikan tujuannya pada masyarakat luas dan cenderung hanya memenuhi kebutuhan informasi pada masyarakat pedesaan atau kota kecil.

Berdasar hasil pengamatan pada isi berita program acara kriminalitas pada Buser, Sergap, dan Patroli menunjukkan ada beberapa kekuatan yang ikut menentukan program acara tersebut. Untuk memahami

kekuatan tersebut tidak dapat dilakukan dengan penyajian angka-angka data penelitian, akan tetapi perlu dilakukan suatu interpretasi yang bersifat makro dengan menghubungkan pada dimensi struktur sosial yang lebih luas. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis peristiwa yang menonjol dalam berita kriminalitas di ketiga stasiun adalah tindakan pencurian yaitu Buser (25,3%), Sergap (29%), Patroli (26,6%). Tindakan kriminalitas yang menonjol lainnya adalah kasus narkoba yaitu Buser (31,3%), Sergap (23,3%), Patroli (20%). Peristiwa sadis lain yang sering juga muncul dalam berita kriminalitas adalah peristiwa pembunuhan yaitu Buser (15,6%), Sergap (19,4%), Patroli (16,7%). Ketiga tindakan kriminalitas tersebut yang hampir tiap hari mewarnai berita kriminalitas di ketiga stasiun televisi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan polisi dalam mengungkap tindakan kriminalitas adalah sebesar 81,2% dan tindakan polisi yang tidak berhasil mengungkap tindakan kriminalitas hanya 19,8%. Fakta tersebut seakan-akan menunjukkan bahwa polisi hampir selalu berhasil dalam mengungkap tindak kriminalitas, padahal mungkin masih banyak juga tindakan kriminalitas yang tidak tercover di televisi yang tidak terungkap oleh polisi. Adanya program acara berita kriminalitas di televisi sedikit banyak membantu polisi dalam mendongkrak citra korpsnya. Padahal mungkin masih banyak juga tindakan kriminalitas yang tidak tercover di televisi yang tidak terungkap oleh polisi.

	Hasil Temuan Peneliti	Penelitian ini menemukan bahwa kompas.com membingkai kejadian razia yang dilakukan oleh aparat Satpol PP Pemot Serang terhadap pemilik warung nasi saat bulan suci ramadhan sebagai bentuk tindakan yang mencederai iklim toleransi antar umat beragama, Kompas.com juga menyudutkan Peraturan Daerah (Perda) Kota Serang yang dinilai tidak tepat jika diterapkan di Indonesia sebagai negara yang pluralistis. Adapun bingkai Republika.co.id lebih memandang positif akan keberadaan Perda tersebut dan ingin mematahkan anggapan bahwa Perda No. 02 tahun 2010 yang dianggap Perda bermasalah, intoleran dan tidak sesuai dengan iklim toleransi yang berlaku di Indonesia lewat argumen-argumen yang ada pada beritanya.
	Persamaan	Penelitian juga menggunakan analisis <i>framing</i> milik Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki.
	Perbedaan	Pada penelitian ini perbedaan terletak pada obyek penelitian dan subjek pemberitaan.
2.	Nama Peneliti	Riska Kurnia Sari
	Judul Penelitian	Jessica dalam Bingkai Media Online (<i>Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki</i>)
	Universitas	Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
	Jenis Karya	Skripsi
	Tahun Penelitian	2017
	Tujuan Penelitian	Untuk memahami struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik berita Jessica pada media <i>online</i> Viva.co.id dan Kompas.com.
	Metode Penelitian	Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dengan model analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang memaparkan media online dalam membingkai kasus

		Jessica.
	Hasil Temuan Peneliti	Hasil temuan yang didapat adalah struktur sintaksisnya memuat judul dan lead berita dan menyusunnya ke dalam skema berita berdasarkan latar informasi, kutipan sumber yang mendukung tercapainya pemahaman. Dari struktur skrip, Viva.co.id unsur kelengkapan berita adanya 5W + 1H kurang diperhatikan kelengkapan berita. Berbeda dengan Kompas.com yang telah menerapkan prinsip kelengkapan berita dalam menuliskan artikel-artikelnya melalui penulisan pemberitaan tentang kasus Jessica. Dilihat dari struktur tematik Viva.co.id lebih banyak mengambil kutipan sumber pernyataan dari satu pihak untuk kelengkapan berita, berbeda dengan Kompas.com yang lebih banyak, mengambil kutipan lebih dari satu sumber pernyataan. Dari segi retorik, Viva.co.id dan Kompas.com sama-sama memberi penekanan pada kata dan gambar pada peristiwa yang diberikan dalam bentuk foto, akan tetapi Viva.co.id kerap memberi foto yang kurang sesuai dengan tema berita.
	Persamaan	Menggunakan model analisis yang sama yaitu analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.
	Perbedaan	Subjek penelitiannya berbeda, tujuan penelitianpun berbeda karena penelitian ini hanya untuk memahami bingkai berita.
3.	Nama Peneliti	Siti Sarohmawati
	Judul Penelitian	Sikap Media Terhadap Isu Politik dan Agama Islam (Analisis <i>Framing</i> Robert N. Entman Berita Ahok dan Q.S Al-Maidah Ayat 51 Pada Sitas Berita <i>Online</i> Republika.co.id dan <i>Metrotvnews.com</i> Tanggal 7 Oktober – 4 Desember 2016)
	Universitas	Universitas Lampung
	Jenis Karya	Skripsi
	Tahun Penelitian	2017

	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini secara deskriptif menadapatkan penjelasan mengenai sikap media melalui <i>framing</i> berita pada isu politik dan agama Islam yang tercermin dalam kasus dugaan penistaan agama oleh Ahok, dilihat dari (1) identifikasi masalah, (2) interpretasi penyebab masalah, (3) evaluasi moral dan (4) rekomendasi penyelesaian masalah.
	Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif melalui pendekatan kualitatifm melalui sampel sebanyak 20 berita dari masing-masing media, dan dianalisis menggunakan 4 tahap analisis <i>framing</i> Robert N. Entman.
	Hasil Temuan Peneliti	Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat perbedaan sikap yang tercermin melalui teks berita. Republika.co.id mengidentifikasi masalah ini pada etalase hukum, dengan Ahok sebagai penyebab masalah kasus tersebut. Moral yang coba disampaikan berupa pemimpin seharusnya menghargai perbedaan dengan menjaga persatuan bangsa bukan malah menistakan agama. Dengan demikian secara tersirat penyelesaian masalah yang ingin disampaikan berupa kasus ini segera diproses dengan tuntas melalui jalur hukum. Sedangkan pada Metrotvnews.com masalah dinilai berada pada ranah politik. Pihak pelapor dan aktor politik yang secara tersirat ingin menurunkan elektabilitas Ahok dinilai sebagai penyebab masalah. Evaluasi moral digambarkan bahwa Ahok adalah korban politik dalam kasus dugaan ini.
	Persamaan	Menggunakan objek yang sama yaitu media online dengan subjek politik. Selain itu hasil yang diinginkan dan teori yang digunakan sama.
	Perbedaan	Menggunakan analisis <i>framing</i> milik Robert N. Entman.
4.	Nama Peneliti	Khoirul Hafifah
	Judul Penelitian	Konstruksi Media Televisi Tentang Kekerasan Terhadap Anak (Analisis

		<i>Framing</i> pada Tayangan Indonesia Lawyer Club di TV One)
Universitas		Universitas Lampung
Jenis Karya		Skripsi
Tahun Penelitian		2016
Tujuan Penelitian		Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana isu kekerasan terhadap anak dikonstruksikan dalam tayangan Indonesia Lawyer Club.
Metode Penelitian		Penelitian ini merupakan penelitian tipe kualitatif dengan menggunakan metode penelitian analisis <i>framing</i> model Gamson dan Modigliani. Untuk memperdalam analisis peneliti menggunakan teori agenda setting dalam analisisnya yang menggunakan dua objek yaitu tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC) episode 'Menyingkap Tabir Kematian Angeline' dan episode 'Penjahat Seksual Mengancam Anak Kita'.
Hasil Temuan Peneliti		Peneliti menemukan 23 pernyataan dari narasumber yang kemudian dapat ditarik sebagai benang merah dari isu kekerasan terhadap anak yang terjadi. Pada tayangan pertama peneliti menemukan ide sentralnya adalah mengungkap kekerasan yang terjadi pada Angeline. Sedangkan dalam tayangan kedua memiliki ide sentral tindakan preventif dan represif dari kasus-kasus kejahatan seksual terhadap anak. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tayangan ini mengemas isu tentang kekerasan terhadap anak tengah berada dalam kondisi yang kritis. Akan tetapi belum menjadi prioritas baik dalam tindakan pencegahan maupun penyelesaian.
Persamaan		Menggunakan objek yang sama yaitu media televisi.
Perbedaan		Menggunakan analisis <i>framing</i> milik Gamson dan Modigliani.
5.	Nama Peneliti	Saifudin Zuhri
	Judul Penelitian	Konstruksi Berita Kriminal di Media

	Televisi
Universitas	Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim
Jenis Karya	Jurnal Vol. 1 No. 1
Tahun Penelitian	April, 2009
Tujuan Penelitian	Jurnal ini berisi tentang penelitian mengenai bagaimana media televisi mengkonstruksi berita kriminal dengan tujuan untuk menginterpretasikan isi berita kriminalitas di media televisi dan juga memahami mengenai kekuatan yang tersembunyi di balik pesan pada teks dan visualisasi berita kriminal.
Metode Penelitian	Metode analisis yang digunakan adalah analisis wacana model <i>critical discourse analysis</i> dari Fairclough, yang merupakan metode analisis berjenjang dimulai dari tingkat analisis mikro (teks), makro (pengeola media televisi), sergap (RCTI), dan Patroli (Indosiar).
Hasil Temuan Peneliti	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan polisi dalam mengungkap tindakan kriminalitas adalah sebesar 81,2% dan tindakan polisi yang tidak berhasil mengungkap tindakan kriminalitas hanya 19,8%. Fakta tersebut seakan-akan menunjukkan bahwa polisi hampir selalu berhasil dalam mengungkap tindak kriminalitas, padahal mungkin masih banyak juga tindakan kriminalitas yang tidak tercover di televisi yang tidak terungkap oleh polisi. Dengan demikian realitas berita kriminalitas dapat dikatakan telah membentuk kesadaran palsu (<i>false conciusness</i>) dalam masyarakat. Masyarakat tidak menyadari bahwa berita kriminalitas bukan suatu realitas yang sesungguhnya akan tetapi merupakan suatu realitas yang dikonstruksi bersama antara polisi, pengiklan dan pemilik media dalam usaha mencapai tujuannya.
Persamaan	Menggunakan objek yang sama yaitu media televisi. Dengan tujuan yang sama yaitu menginterpretasikan bentuk konstruksi yang dilakukan media

layaknya pertunjukan hiburan. Penggabungan dua unsur ini hanya dimungkinkan bila sebuah negara menganut sistem politik terbuka atau yang lazim disebut sebagai demokrasi. Relasi antara politisi dan media massa adalah dua elemen yang menjadi sorotan utama dalam fenomena ini. Publik disuguhkan pada sajian politik yang santai dan khas akan cerita kehidupan sehari-hari. Politisi layaknya seorang yang tidak lagi berjarak dengan penonton. Kehidupan pribadi dan kebiasaan sehari-hari mereka dengan leluasa dibicarakan. Obrolan-obrolan semacam ini tentulah jauh dari unsur politik.

Penyatuan unsur politik dan *entertainment* tidak terlepas dari kepentingan-kepentingan lain. Selain dalam menyampaikan konten tayangan atau berita, segala pesan bermuatan politik bisa dikemas dan dibuat semenarik mungkin. Dengan tujuan agar publik mudah mengerti pesan yang dilontarkan oleh para aktor politik. Dan dalam hal ini konten ringan yang menarik perhatian publik berkaitan dengan kepentingan ekonomi media yang ikut didalamnya.

Bila ditanyakan, aspek apa yang sesungguhnya ditonjolkan dalam politainment, jawabannya adalah popularisasi politik. Unsur ini mendapatkan penekanan khusus dalam studi-studi politainment baik yang menyangkut media massa maupun politisi yang bersangkutan. Unsur drama harus dimainkan dengan baik. Drama disini diartikan sebagai kemampuan seorang politisi untuk unjuk gigi dan menunjukkan bahwa

menayangkan hal-hal berkaitan politik selama 24 jam penuh. Program acara yang mereka suguhkan hampir sebagian besar memiliki unsur politik. Namun, televisi ini tidak semena-mena mengemas tayangan politik menjadi tayangan yang berat untuk dinikmati. Dalam beberapa program acaranya seperti Satu Jam bersama yang membahas sisi kehidupan baik aktor politik ataupun orang-orang yang inspiratif dalam bentuk *talk show* ringan. Kemudian kita sering melihat Kick Andy dan Sentilan Sentilun yang menghadirkan aktor politik serta mengangkat isu politik dengan gaya ringan dan diselipi *guyonan*.

Media televisi yang memiliki *massive* yang besar memang seyogyanya memberikan sisi informatif, edukatif, dan hiburan. Dalam hal ini berlaku pula untuk hal-hal yang berkaitan dengan politik. Dalam program acara NGOPI di Kompas TV misalnya, untuk ragam acara *talk show* yang mengandung unsur politik mereka menyelipkan unsur komedi peran obrolan orang-orang di *caffe* sambil meminum kopi dan setiap obrolan disampaikan dengan santai. Berbanding terbalik dengan program acara serupa dengan nama acara Dua Arah maupun Rosi, kedua acara tersebut dikemas lebih serius dan fokus pada isu politik yang dibahas.

Unsur politik dan hiburan memang menjadi daya tarik media televisi untuk menggaet minat konsumen tv. Dengan maksud menarik hati masyarakat untuk berpikir cerdas namun dengan gaya bahasan lebih ringan.

Pada bahasan struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.

4. Struktur retorik, berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada khalayak.

Dalam penelitian ini analisis *framing* ini digunakan untuk melihat bagaimana bentuk politainment media di televisi Indonesia serta konstruksi media pada aktor politik dalam tayangan politainment tersebut.

H. Kerangka Pikir Peneliti

Kerangka penelitian ini berisi tentang peta konseptual bagaimana alur peneliti berfikir dalam penelitian ini. Penelitian ini tersusun dari teori yang dijadikan suatu definisi konseptual, maka alur pemikiran dari konsep abstrak hingga pemikiran yang empiris dapat dilihat di kerangka penelitian. Demikian peneliti akan memaparkan skematik teoritis yang akan digunakan dalam melakukan penelitian menggunakan analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.

Dalam kerangka pikir, peneliti akan menjelaskan bagaimana media televisi di Indonesia menayangkan wajah aktor politik melalui program yang mengandung unsur *politainment* dengan menggunakan teori konstruksi realitas. Peneliti akan mengamati secara cermat bentuk pembingkai media-

2. Symbolic reality, merupakan semua ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai “objective reality” misalnya teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitupun yang ada di film-film.
3. *Subjective reality*, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berpotensi melakukan objektivikasi, memunculkan sebuah konstruksi *objective reality* yang baru.

Kemudian, penelitian ini dikaji berdasarkan analisis *framing* yang melihat aspek berita dalam empat unsur utama yaitu, sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa-pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk umum susunan berita; skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita; tematik berkaitan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Pada bahasan struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil; dan retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita.

yang lebih luas. *Remotivi.id* dalam kajiannya menyebutkan *politainment* menyebabkan berita bersifat seperti komoditas yang diperjual-belikan. Semakin sebuah organisasi pers, apabila suatu media dapat menghibur bias dan kepercayaan politik banyak pihak, semakin besar pula keuntungan yang didapat media tersebut. Tak ada urusan polarisasi makin tajam, tak ada urusan diskriminasi makin sengit, yang ada, media mengajak masyarakat mendagelkan suatu peristiwa dan mengais keuntungan dari jumlah pembaca yang melonjak.⁴⁴

Penjabaran lebih panjang dan rinci mengenai *politainment* diberikan oleh Justus Nieland, *politainment* sebagai pencampuran antara isu politik dan industri hiburan. Sekilas, *politainment* menguntungkan semua pihak. Bagi industri media, berita dapat menjadi aspek yang menghasilkan profit tinggi. Sementara bagi politisi, *politainment* memberi ruang tampil yang memungkinkan perkembangan strategi komunikasi dalam menjangkau pasar. Penonton pun diuntungkan karena isu politik tidak lagi menjadi masalah serius yang membosankan, karena telah diolah dengan penuh drama dan kejutan yang menghibur. Namun, *politainment* memiliki masalah cukup serius tersendiri. Logika *politainment* mereduksi segala hal yang penting dalam politik menjadi citra dan tontonan. Politik pun kemudian tidak jadi masalah isu dan data, atau masalah kredibilitas dan kapabilitas seorang politikus. Dalam *politainment* pemirsa tidak lagi punya distingsi informasi publik atau pun privat mengenai seorang politikus. Semua menjadi lebur dan membentuk citra untuk politikus. Dari penjabaran tersebut, dapat disimpulkan

⁴⁴ Yovantra Arief, "Politainment" Gubernur Baru Jakarta, www.remotivi.or.id/pantau pada 1 Maret 2018 pukul 17:25

Maka, dengan hadirnya media massa khususnya televisi sebagai sarana menyampaikan pesan salah satunya pesan politik, setiap aktor atau komunikator politik akan memanfaatkan media untuk menyampaikan dan memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak. Begitu berkuasanya media televisi dalam mempengaruhi pikiran, peranan dan perilaku penduduk, sehingga Kevin Philips dalam buku *Responsibility in mass Communication* mengatakan, bahwa era sekarang lebih merupakan *mediacracy*, yakni pemerintahan media, bukan lagi demokrasi pemerintahan rakyat.⁵⁰

E. Analisis *Framing* pada Tayangan Televisi

Analisis *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkapkan rahasia di balik sebuah perbedaan, bahkan ertentangan media dalam mengungkapkan fakta. Analisis *framing* dipakai untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Dengan demikian, realitas sosial dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan bentukan dan makna tertentu.⁵¹ Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai media.⁵²

Terdapat dua esensi utama dari *framing*, yaitu pertama, peristiwa dimaknai. Hal ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput. Kedua, fakta ditulis, hal ini berhubungan dengan permainan kata, kalimat, atau gambar untuk mendukung gagasan. Sebagai metode analisis teks, analisis *framing* mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi

⁵⁰ Onong Uchjana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 1999) Hlm. 8

⁵¹ Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), Hlm. 77

⁵² Eriyanto, *Analisis Framing Konstruksi Ideologi dan Politik Media*, (Yogyakarta: Likis, 2002) Hlm.

intinya dari sintaksis ini diamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dapat dilihat dari cara ia menyusun fakta ke dalam bentuk umum berita. Dalam hal ini termasuk pada judul acara, tema pemilihan isi program acara, dan latar baik tempat.

2. Skrip, berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Pemilihan pertanyaan atau penggiringan isi pembicaraan pembawa acara saat mengundang aktor politik menjadi bintang tamu, atau saat membahas isu politik dapat menunjukkan bagaimana media tersebut mengemas isi acara.
3. Tematik, berkaitan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Pada bahasan struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil. Dalam hal ini bisa jadi pada saat pembawa acara atau orang-orang yang ada dalam program acara mengemukakan opininya terhadap aktor politik.
4. Struktur retorik, berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada khalayak. Pada sebuah program

1. *Objective reality*, merupakan kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta
2. *Symbolic reality*, merupakan semua ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai “objective reality” misalnya teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitupun yang ada di film-film.
3. *Subjective reality*, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi, atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berpotensi melakukan objektivikasi, memunculkan sebuah konstruksi objective reality yang baru.

2. Teori *Hierarchy Of Influence*

Model ini diciptakan oleh dua ahli komunikasi, yaitu Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996) membuat model *hierarchy of influence*, model yang menjelaskan bahwa dalam produksi informasi sebuah media dipengaruhi oleh lapisan-lapisan yang melingkupi institusi media, yaitu: level individual, level rutinitas media, level organisasional media, level faktor luar, dan level ideologi. Shoemaker dan Reese, mengatakan bahwa sebuah media dipengaruhi oleh beberapa faktor yang

Fokus utama PT Global Mediacom Tbk adalah media berbasis iklan dan konten di bawah PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN), dan media berbasis langganan, PT MNC Sky Vision Tbk (MSKY). MNCN mengelola empat stasiun TV FTA nasional: RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews, unit produksi dan pustaka konten terbesar, serta 20 saluran tv lokal berlangganan milik MNC. Pada tahun 2017, telah merampungkan pembangunan *state-of-the-art*, bangunan studio terintegrasi untuk empat stasiun TV nasional FTA Perseroan. Infrastruktur ini secara khusus dirancang untuk operasi penyiaran yang efisien yang akan meningkatkan keunggulan kompetitif Perseroan dalam hal kapasitas produksi serta kualitas pemrograman yang akan semakin meningkatkan profitabilitas.

MNC Vision memiliki dan mengelola penyedia layanan televisi berlangganan terbesar di Indonesia. MNC Vision adalah pemimpin di sektor TV berbayar di Indonesia dengan pangsa pasar lebih dari 70%; MSKY adalah satu-satunya operator TV berbayar dengan satelit S-Band yang menjamin tanpa ada pemadaman siaran. Perseroan baru saja meluncurkan operaor internet *broadband* di 6 kota besar di Indonesia. Sebagai satu-satunya *broadnamd 'full fiber'* di Indonesia, Playmedia menawarkan layanan IPTV dengan fitur TV *Catch-up* terbaru dan koneksi intenet tercepat hingga 1000Mbps.

Perseroan Global Mediacom menggambarkan diri sebagai grup media terbesar dan paling terintegrasi di Asia Tenggara yang bertujuan untuk menginspirasi dan memberikan manfaat kepada masyarakat dan

menarik RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubah dan pembaharuan dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia.

Saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia, melalui 54 stasiun relaynya program-program RCTI disaksikan oleh lebih dari 191 juta pemirsa yang tersebar di 542 kota di seluruh Nusantara, atau kira-kira 80,7% dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi demografi ini disertai rancangan program-program menarik diikuti rating yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menayangkan promo mereka di RCTI.

Sejak awal, cita-cita RCTI adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih RCTI sebagai media iklan mereka. Cita-cita itu menjadi nyata sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi market leader dan nomor 1 pilihan pemirsa. Memasuki usianya yang ke-28, tahun 2017 (periode 1 Januari – 15 Mei 2017) RCTI tetap mempertahankan posisi nomor 1 dengan pangsa pemirsa mencapai 17,1% (MF, UPPER MIDDLE, 5+) dan 17,3% (All Demography). RCTI juga berhasil mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15.63% (periode 1 Januari – 30 April 2017), seperti dilaporkan oleh Nielsen Audience Measurement.

Indonesia. Untuk mengantisipasi perkembangan industri televisi dan juga dengan mempertimbangkan Jakarta sebagai pusat kekuasaan maupun ekonomi, secara bertahap mulai tahun 1993 sampai dengan 1998, SCTV memindahkan basis operasi siaran nasionalnya dari Surabaya ke Jakarta.

Pada tahun 1999 SCTV melakukan siarannya secara nasional dari Jakarta. Sementara itu, mengantisipasi perkembangan teknologi informasi yang kian mengarah pada konvergensi media SCTV mengembangkan potensi multimediana dengan meluncurkan situs <http://www.liputan6.com>, <http://www.liputanbola.com> Melalui ketiga situs tersebut, SCTV tidak lagi hanya bersentuhan dengan masyarakat Indonesia di wilayah Indonesia, melainkan juga menggapai seluruh dunia. Dalam perkembangan berikutnya, melalui induk perusahaan PT. Surya Citra Media Tbk (SCM), SCTV mengembangkan potensi usahanya hingga mancanegara dan menembus batasan konsep siaran tradisional menuju konsep industri media baru. dan kendaraan niaga baik untuk perorangan maupun korporasi.

SCTV menyadari bahwa eksistensi industri televisi tidak dapat dipisahkan dari dinamika masyarakat. SCTV menangkap dan mengekspresikannya melalui berbagai program berita dan feature produksi Divisi Pemberitaan seperti Liputan 6 (Pagi, Siang, Petang dan Malam), Buser, Topik Minggu Ini, Sigi dan

Gb. 3.9 Logo KompasTV



e. Bakrie (Visi Media Asia)

PT Visi Media Asia Tbk atau disebut VIVA adalah kelompok usaha media milik Bakrie Group yang didirikan sejak tahun 2004. Kelompok usaha ini memiliki stasiun televisi antv, tvOne, viva+, dan SportOne, serta portabel berita online VIVA.co.id. Komisaris Utama PT Visi Media Asia Tbk adalah Rachmat Gobel dan Direktur Utamanya adalah Anindya Bakrie. Pada tahun 2011, VIVA Group mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia.

Sejak tahun 2007, PT Visi Media Asia (VIVA) menjadi perusahaan media yang terintegrasi, platform media yang fokus pada program berita, olahraga, dan gaya hidup lintas media *broadcast* konvergensi, maupun platform online. VIVA menyediakan konten, komunitas, dan akses komersil, memberikan pengalaman menikmati media hingga 360 derajat. Melalui sinergi dan integrasi, VIVA memberikan akses bagi *stakeholder*, *shareholder*, dan *consumers* posisi market yang menjanjikan dan mudah dijangkau. VIVA berkolaborasi dengan industri telekomunikasi dan *network services* di Indonesia tapi tidak hanya terbatas pada Bakrie Telecom, dan memulai ekspansi melalui *mobile platforms*. tvOne dan ANTV juga tersedia *streaming* di

2) ANTV

PT Cakrawala Andalas Televisi atau yang lebih dikenal dengan sebutan ANTV hadir sebagai stasiun televisi swasta di Indonesia yang menyajikan beragam tayangan hiburan yang berkualitas, menarik serta menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat Indonesia. Awalnya ANTV adalah stasiun televisi lokal yang siaran di wilayah Lampung dan sekitarnya. Dengan izin siaran lokal ANTV mengudara selama lima jam sehari, kemudian ANTV mendapat Izin Siaran Nasional dari Menteri Penerangan RI dengan No. 207/RTF/K/I/1993 tanggal 30 Januari 1993. Sepuluh hari setelah izin tersebut keluar ANTV dapat melakukan siaran secara nasional. Tepat 1 Maret 1993 untuk pertama kalinya ANTV memproduksi program sendiri berupa liputan berita aktual jalannya Sidang Umum DPR/MPR. Saat itu ANTV berhasil melakukan siaran langsung meliput jalannya kegiatan penting kenegaraan. Momen istimewa itu yang dijadikan sebagai hari lahirnya ANTV, kini lebih dari 23 tahun ANTV menemani masyarakat pemirsanya dengan program-program terbaik.

Baru menginjak satu tahun mengudara, ANTV sudah mendapat kepercayaan untuk menjadi *House Broadcast* untuk *event* Thomas dan Uber Cup tahun 1994 di Senayan Jakarta, sebuah prestasi ANTV menjadi penyelenggara siaran yang hasil liputannya didistribusikan ke stasiun-stasiun TV internasional,

Secara konten, tayangan NET. berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada. Sesuai semangatnya, tayangan berita NET. wajib menghibur, dan sebaliknya, tayangan hiburan NET. harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan, NET. muncul dengan gambar yang lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET. telah menggunakan sistem full high definition (Full-HD) dari hulu hingga ke hilir.

NET. adalah bagian dari kelompok usaha INDIKA GROUP. Meskipun bergerak di bidang usaha Energi & Sumberdaya di bawah bendera Indika Energy Tbk. (www.indikaenergy.com), berdirinya INDIKA dimulai dari sebuah visi untuk membangun usaha di bidang Media Hiburan dan Teknologi Informasi. Nama INDIKA sendiri merupakan singkatan dari Industri Multimedia dan Informatika. Saat ini, melalui PT. Indika Multimedia, INDIKA GROUP bergerak di bidang usaha Promotor, Broadcast Equipment, Production House dan Radio.

Kini, NET dapat disaksikan melalui siaran terrestrial tidak berbayar, atau free to air. NET. juga dapat disaksikan dengan berlangganan televisi berbayar, di antaranya: First Media (channel 371), BIG TV (channel 232), dan Orange TV. Sementara para pelanggan internet, dapat mengakses live streaming melalui youtube.com/netmediatama, web www.netmedia.co.id, serta melalui aplikasi di iOS dan Android dengan memasukkan search keyword : Netmediatama Indonesia.

Berawal dari tahun 2012 Founder NET. Agus Lasmono dan Co-Founder Wishnutama Kusubandio bersepakat untuk membangun sebuah stasiun televisi baru di Indonesia, dengan konsep dan format yang berbeda dengan televisi yang ada saat itu di tanah air. Visinya, menyajikan konten program yang kreatif, inspiratif, informatif, sekaligus menghibur.

Kemudian di tahun 2013 NET. Televisi Masa Kini resmi mengudara pada tanggal 26 Mei 2013, setelah sebelumnya menjalani siaran percobaan sejak tanggal 18 Mei 2013. Grand launching NET. diselenggarakan di Jakarta Convention Center, lewat sebuah pagelaran megah yang menghadirkan sederet nama pengisi acara terkenal dari tanah air dan mancanegara, termasuk Carly Rae Jepsen dan Taio Cruz. Beberapa program NET. langsung mendapat respons positif dari pemirsa, seperti “The Comment” dan “Sarah Sechan”. Bahkan di usia yang belum genap setahun saat itu, NET. telah dipercaya mengerjakan event sebesar APEC CEO Summit 2013.

Dari lini digital, NET. membuat terobosan dengan melakukan engagement langsung ke pemirsa, melalui beberapa alat pengukur yang terarah. Akun-akun sosial media NET. pun diberdayakan optimal untuk mengurangi jarak antara program dengan pemirsa. Tak hanya dalam program hiburan, NET. bahkan mengolah secara khusus

	<p>anda dan mengatakan bahwa “oh kerjaan anda gak bagus” apa yang akan anda lakukan atau katakan pada mereka”</p> <p>Sandiaga Uno: “saya katakan terimakasih karena itu merupakan masukan dan diposisi ini kita harus menerima kritikan ini dengan lapang dada. Mereka mengatakan ini karena mereka ingin sesuatu yang lebih baik.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Anda mengurus Jakarta sekarang, istri bagaimana? Apa gak komplain?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Istri juga diurus, komplain juga sih”</p> <p>Deddy Corbuzier: “yang perlu anda tahu Sandaiaga Uno ini pacaran bersama mantan pacaranya yang sekarang istrinya selama 13 tahun. Gimana kok bisa gak bosen-bosen”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ya karena giliran, kan dia punya tiga kakak jadi harus sabar nunggu. Kita kebetulan kenalnya SMP jadi ya sabar, panjanglah ceritanya.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Kenal dari SMP, kan ya? Selama dari SMP anda apa tidak pernah berenalan dengan wanita lain?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ada lah. Kan putus nyambung putus nyambung.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Anda kan muda, anda ganteng, pasti anda playboy, kan?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Gak juga, saya gak terlalu playboy. Kalo playboy kan modis, banyak teman wanitanya. Saya gak banyak temen perempuan. Ada sih, tapi gak terlalu banyak.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “ Tapi pasti ada yang suka dong. Masa gak ada gak mungkin gak ada temen. Nah, menurut anda, anda itu kalo sebagai pria anda pria yang seperti apa?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Saya suka olahraga, saya suka baca buku. Setiap malam saya selalu menyempatkan untuk membaca buku. Saya seneng banget untuk <i>networking</i>.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Anda sebagai lelaki lebih memilih mencintai atau dicintai?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Lebih baik mencintai kayaknya, lebih aktif.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Nah, itu tanda-tanda playboy.</p>
--	---

	<p>Katanya tapi anda dulu itu dikenal <i>nerd</i>”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ya sepertinya itu lebih pas, walaupun gak terlalu <i>nerd</i> kaena suka banget olahraga.”</p> <p>(Tiba-tiba seorang penjual jamu datang, ternyata ia adalah pedagang jamu yang sempat viral)</p> <p>Deddy Corbuzier: “Ngomong-ngomong dia beneran penjual jamu”</p> <p>Sandiaga Uno: “Beneran? Jualan dimana?”</p> <p>Pedagang jamu: “Di Pekalongan”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ya itu tunggu saja nanti bisa ada Oke Oce biar berkembang usahanya, siapa tau bisa lebih besar dari Nyonya Meneer”</p> <p>(Penjual jamu pergi)</p> <p>Deddy Corbuzier: “Saya mau tanya ini tentang jamu, saya dengar anda itu benar-benar menjaga penampilan. Tapi sebentar ini mulut saya tiba-tiba gak enak” (mengeluarkan pelembab bibir)</p> <p>Sandiaga Uno: “Kok itu bisa mirip dengan punya saya?” (mengeluarkan pelembab bibir miliknya) “Agak kering nih, karena suasana kalo dingin gini.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Anda ini sempat dinyinyirin orang loh karena ini, ya? Ya, kan? Kenapa? Kenapa pakai ini?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Gak nyangka hits banget. Jadi waktu itu kan lagi acara di Kelapa Gading. Saya masuk ke Balai Kota setelah sebulan sebulan setengah ini perubahan total karena waktu di luar itu kan gak pernah merasakan AC yang kenceng banget. Nah, rupanya bibir kering dan pecah-pecah. Itu pas <i>door stop</i>, yah spontan aja ngeluari <i>lip balm</i> gataunya ada yang videoin. Kemudian saya bingung kok waktu di wawancara bukan pertanyaan macet, banjir tapi <i>lip balm</i>.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Tapi katanya anda juga sering masker sama istri anda sampai ketiduran? Saya punya ini”</p> <p>Sandiaga Uno: “Iya Korea ini bener. Beneran. Masker issue Korea, ini ditaruh di lemari es nanti dia yang masangin.”</p> <p>Deddy Corbuzier: “Supaya apa, Pak?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Katanya supaya kulitnya terjaga takutnya reaksi iritasi kena matahari. Tapi sekarang</p>
--	--

	Sandiaga Uno: “Jangan. Kan ini pencitraan.”
Global Mediacom RCTI – Tukang Bubur Naik Haji: <i>The Series</i> Episode 1 Februari 2014	
<ul style="list-style-type: none"> • Skrip 	 <p>Di desa H Sulam sedang mengadakan kerja bakti.</p>  <p>Ketika sedang melakukan kerja bakti tiba-tiba Harry Tanoe dan Wiranto lewat berboncengan menaiki sepeda motor. Lantas mereka berdua berhenti dan turun dari motor.</p> <p>Wiranto: Banyak sekali warga ini. We e luar biasa. Sedang apa ini?</p> <p>Warga desa: Kerja bakti</p> <p>Harry Tanoe: Dalam rangka apa ini?</p> <p>Wiranto: Waa, Pak Haji ikut juga ini? Luar biasa</p> <p>Pak Haji Muidin: “Iya Pak, ini semua warga saya kebanyakan sodara sodara <i>aye</i>, Pak. Karena saya sebagai <i>ulilamri</i> bekerja keras untuk mengkoordinir semua”</p> <p>Wiranto: “Ya bagus, kita semua harus gitu memang. Warga itu harus gotong royong, dibangun kebersamaan.”</p> <p>Pak Haji Muidin: “tapi ngomong-ngomong, Pak. Bapak ini dari mana mau kemana? Romobngan begini”</p> <p>Anak Muda: “Yaa kayaknya Pak RT kita kurang nonton <i>tipi</i>, nih. In <i>ntu</i> Pak Win-HT yang terkenal di <i>tipi ntu</i> Pak Haji.”</p> <p>Wiranto: “he he he saya ini Pak Win-HT. Pak Wiranto dan Pak Harry Tanoe, yangbiasa keliling-keliling gini <i>liat</i> keadaan rakyat. Kalo biasa di atas terus gak lihat keadaan rakyat, wadu bagaimana.”</p> <p>Warga Desa: “Wa iya betul, Pak betul.”</p> <p>Harry Tanoe: “Kita baru ada bakti sosial juga, sosialisasi</p>

	<p>gimana pendapat kamu”</p> <p>Lolita: “Dalam hal usaha”</p> <p>Hotman Paris: “Ceritakan kamu yang ternyata dua kali <i>summa cumlaude</i>, menghasilkan uang sebanyak itu. Sedangkan pada saat itu banyak yang mengagungkan Ahok. Komentar anda bagaimana? Dengan demikian dengan cerita-cerita anda sebenarnya anda waktu itu bisa jawab bahwa anda lebih hebat dari Ahok”</p> <p>Sandiaga Uno: “Nggaklah beliau hebat. Saya juga kagum dengan beliau”</p> <p>Hotman Paris: “Apa hebatnya?”</p> <p>Sandiaga Uno: “waktu itu saya juga sama dari Gerindra yang mencalonkan beliau. Karena beliau tegas dan hebat, apalagi susah lo <i>double minority</i> kristen-cina bisa menang di pilkada DKI”</p> <p>Hotman Paris: “Ini hebat lo jarang-jarang ada politisi memuj lawannya.”</p> <p>Sandiaga Uno: “Saya lihat beliau memiliki semangat memastikan birokrasi bersih itu luar biasa”</p> <p>Lolita: “Saya lihat juga hobi banget olahraga, wakil gubernur kan sibuk. Masih ada waktu untuk olahraga?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Saya ngeliat bahwa untuk mendapatkan kinerja yang positif dalam berjuang, kalau kita gak punya fisik yang prima itu gak akan tahan. Jadi makanya saya upayakan usahakan dan menjadi rutinitas saya.”</p> <p>Lolita: “Ngomong-ngomong tentang olahraga, masih aktif olahraga ya. Atau mungkin ini usaha biar kelihatan awet muda. Katanya selain olahraga Abang Sandi ini juga suka melakukan perawatan. Saya punya kejutan”</p> <p>(membawa kotak berisi <i>lip balm</i> dan <i>siwak</i>)</p> <p>Lolita: “Bang ceritain dong isi kotak surprise in apa?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ini kayaknya <i>lip balm</i> buat perempuan karena rasa strawberi dan ada warnanya merah”</p> <p>Lolita: “Tapi Abang bawa kan?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Saya selalu bawa di kantong dibawakan istri saya. Karena suka kering daripada iritasi istri saya suka bawain <i>lip balm</i>. Ini kayu <i>siwak</i> untuk membersihkan gigi dan gusi”</p> <p>Hotman Paris: “saya ingin bertanya, kenapa kebijakan</p>
--	--

	<p>Nur Asia: “Lagu pertama kali ketemu ya”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ya waktu itu malam pulang lulusan SMP”</p> <p>Hotman Paris: “Menurut ibu dia ini termasuk suami yang bagaimana? Playboy, buaya darat, buaya cinta atau bagaimana? Atau suami setia”</p> <p>Istri: “ee apa ya”</p> <p>Hotman: “Atau pernah curiga atau apa? Sampai muncul satu oknum oknum yang mencurigakan atau bagaimana?”</p> <p>Istri: “E belum ya, jangan sampai la”</p> <p>Hotman Paris: “Kalo diberi nilai dari 1 sampai 10 berapa nilainya untuk suami dan berapa untuk ayah yang baik?”</p> <p>Istri: “8 mungkin ya, untuk ayah yang baik 9 masih ada cela ya manusiawi lah ya”</p> <p>Hotman Paris: “Saya pernah bertemu beliau di kelulusan anak kami ya waktu itu diner. Jadi kenalan saya dengan dia ini sudah berlapis-lapis.”</p> <p>Lolita: “Apa yang membuat ibu mau dengan beliau?”</p> <p>Istri: “Karena pintar ya, dan sabar”</p> <p>Hotman Paris: “Saya akui untuk sabar beliau memang sabar tidak pernah kelihatan emosi. Waktu debat cagub.”</p> <p>Hotman Paris: “Saya sempet dengan klien saya pengusaha-pengusaha etnis Tionghoa ketakutan apakah dengan naiknya Anies-Sandi ke kursi lebih tinggi akan mengancam pengusaha-pengusaha etnis Tioghoa ini. Benerbegitu? Apa anda anti Tionghoa?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Saya tumbuh dan berkembang ditengah multi etnis, rekan kerja saya Tionghoa, teman-teman saya banyak yang Tionghoa. Selama mereka ini berkepentingan untuk memajukan bangsa negara, buat saya kita gak membeda-bedakan.”</p> <p>Hotman Paris: “Jadi bagaimana cara menjawab isu ini bahwa keberadaan apalagi Prabowo ini tidak mengancam minoritas baik keagamaan maupun kesukuan?”</p> <p>Sandiaga Uno: “Ya dengan menunjukkan bahwa kita pemimpin untuk semua. Kemarin utnuk pertama kalinya saya dan Pak Anies datang ke acara Cap Go Meh mengenakan <i>cheongsam</i>. Nur ini seperempat Cina Tionghoa, neneknya Nur ini langsung dari Fujian, orag</p>
--	--

	<p>kuat yang visioner yang tentu saja bisa mengembalikan Indonesia kembali menjadi negara yang benar-benar dihormati. Dan terutama rakyatnya sejahtera. Kalau sekaran bisa lihat banyak pembangunan tapi disisi lain masyarakat menjadi susah. Segalaha hal lain naik.”</p> <p>Andini Effendi: “Baiklah kita buka ke <i>floor</i>, apakah anda sekarang in merasa menjadi orang-orang susah?”</p> <p>Valentino Simanjuntak: “Saya tertarik, memang menurut bapak bagaimana? selama ini yang saya tahu setiap pergantian pemimpin harga bensin tidpak pernah turun”</p> <p>Fadli Zon: “Yang jelas apa yang dijanjikan itu tidak tercapai. Pertumbuhan tidak tercapai. Target pajak tidak tercapai, dan banyak lagi dari janji-janji yang idak tercapai. Mau membuat Pertamina lebih hebat dari Petronas belum ada. Dan in menurut saya mengganggu kedaulatan kita.”</p> <p>Asep Iwan: “Konsep konkritnya bagaimana tadi supaya lebih murah, supaya Pertamina mengungguli Petronas gimana?”</p> <p>Fadli Zon: “Kita terutama prioritas harus jelas, kalo saat ini infrastruktur. Revolusi mental tapi yang dibangun beton,. Tapi kali ini yang dibangun manusianya. Termasuk daya belinya.”</p> <p>Effend Gazali: “Tapi berkaca dari apa yang disampaikan semua ini salah. Bahkan grafik t rnyikspinys bsgsinsmsngkat kepuasan menurun analisis.”</p> <p>Fadli Zon: Tergantung kita menyikapinya bagaimana. Sekarang liat beliau bagi kaos, sepeda. Ke rumah warga. Tergantung juga pertanyaan di bawa seperti apa.”</p> <p>Asep: “Lalu apabila menurut anda Pak Prabowo cukup baik, kenapa anda menolak beliau menjadi cawapres Jokowi?”</p> <p>Fadli Zon: “Jelas, karena negara kita ini negara presidensil. Wakil presiden seakan tidak punya peran. Bisa kita lihat saat ini seperti <i>oneman show</i>.”</p> <p>Andini (Host): “Brarti menurut anda wakil presiden tidak penting?”</p> <p>Fadli Zon: “Tidak, asalkan ada pembagian tugas.”</p> <p>Kang Maman: “Kenapa si selalu menyebut Cina jika membicarakan tenaga asing, Ada data yang menyebutkan</p>
--	--

Hanya saja program acara ini hanya hadir pada momentum tertentu seperti mendekati pilpres, atau ada tragedi politik tertentu. Sedangkan MetroTV punya format baru yaitu tanya jawab panel dengan panelis yang berasal dari beragam latar belakang dan profesi. Sayang sekali sedikit susah menemukan program dengan unsur *politainment* di anak perusahaan media milik EMTEK, program televisi mereka didominasi oleh hiburan dan atau *reality show*. Namun di beberapa program tersebut mereka sempat mengundang aktor politik untuk turut masuk memeriahkan program acara tersebut seperti kedatangan Ahok dan Djarot di D'Academy Indosiar.

Dari temuan diatas ditemukan bahwa ragam program acara yang mengandung unsur *politainment* dapat ditemukan di program acara *talkshow*, *reality show*, sinetron, *deep talk*, tanya jawab dengan panelis, bahkan ajang pencarian bakat dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Menampilkan wajah politisi sebagai narasumber atau bintang tamu baik yang relevan maupun yang tidak terlalu relevan dengan program acara
2. Menggambarkan peristiwa dengan sifat yang menarik perhatian baik menghibur maupun menarik simpati melalui *humant interest*
3. Penonjolan isu-isu atau istilah populer
4. Menggunakan judul, *lead* berita yang mendramatisir.

Masing-masing media memiliki *bungkus* sendiri, itu artinya media memiliki konstruksi yang berbeda pada politisi yang muncul pada layar kacanya. Secara implisit media membingkai aktor-aktor politik melalui tayangannya, maka dari itu penelitian ini menganalisis bingkai tersebut

hebat dan saya ingin tahu seberapa hebat beliau.” kata Deddy Corbuzier

Dalam dialog tersebut ada sedikit unsur keraguan yang tersirat dari penggunaan ‘katanya’.

Program acara dibagi menjadi empat segmen yang salah satunya adalah parodi sehingga hanya tiga segmen yang berisi obrolan dengan Sandiaga Uno. Dari ketiga segmen tersebut latar tempat dan suasana yang dibangun beragam. Segmen pertama, Sandiaga Uno masuk dan duduk di sofa sedangkan Deddy Corbuzier di belakang mejanya. Ada kesan serius tapi santai yang diciptakan disini, terlihat dalam pemilihan kata dan panggilan satu sama lain yang masih kaku. “Bagus, kalau Pak Deddy mau mencalonkan sudah cukup” kata Sandiaga Uno. Topik obrolannya bertaha dari yang serius mengenai kinerja sebagai gubernur, riwayat pendidikan, hingga topik yang sedang viral yang dialami Sandiaga Uno; *lip balm*.

Di segmen kedua latar tempat berubah total. Segmen ini merupakan sebuah permainan yang berjudul *empty chair* yang mana Sandiaga Uno akan duduk di sebuah kursi sedang di depannya adalah kursi kosong. Lampu digelapkan, hanya ada cahaya yang menyinari Sandiaga Uno. Disini beliau diminta untuk membayangkan sosok yang disebut namanya oleh Deddy Corbuzier. Orang-orang yang disebutkan adalah orang yang berjasa dan berpengaruh dalam hidup Sandiaga Uno. Kemudian beliau

diminta menyampaikan isi hatinya kepada nama yang disebut. Hitam Putih mencoba mengatur ruangan dan pencahayaan agar terasa suasana obrolan serius dan dalam yang dilakukan.

Segmen ketiga lepas dari tegang, haru dan serius. Di segmen ini Deddy Corbuzier dan Sandiaga Uno berbincang sambil menaiki alat olahraga. Gaya berbahasa merekapun berbeda dari segmen-segmen sebelumnya, disini mereka menggunakan padanan bahasa daerah “*gue-elo*” ataupun panggilan-panggilan lain seperti “*bro*”, dan “*bos*”. Topik pembahasan mulai santai dan masuk ke ranah pribadi, seperti keluarga, istri, kekayaan, obrolanpun disisipi *guyonan-guyonan*.

Trans7 membentuk wajah Sandiaga Uno sebagai wakil gubernur yang modis, gaul, kekinian dan sportif namun mampu menjadi melankolis. Hal tersebut dimunculkan ketika beberapa kali Deddy Corbuzier mengatakan,

“ini anda keren sekali mirip pemain catatan si Boy”

“memang wakil gubernur kita ini modis ya yang diliat bukan apanya bukan apanya bukan kinerjanya tapi malah merk sepatunya. Tapi gapapa *you break the record*, jadi wakil gubernur paling modis kali ini”

Selain itu bingkai wajah yang dibuat tim Hitam Putih juga dimunculkan pada set properti yang berubah-ubah tiap segmen. Ada keterkaitan antara segmen pertama pada saat Deddy Corbuzier mengatakan bahwa ia ingin mencalonkan diri sebagai presiden

karena beberapa polemik tidak terselesaikan dan “akan membawa negara ini hhh lagi”, kemudian sebelum masuk segmen satu Deddy Corbuzier mengatakan bahwa ada orang hebat yang akan datang, hingga kemudian masuk ke segmen-segmen berikutnya. Hitam Putih dan Trans7 secara implisit menunjukkan bahwa pemimpin ideal adalah pemimpin dengan karakter yang tim kreatif Hitam Putih coba bangun. Yaitu sederhana, kekinian, gaul, modis, tanpa meninggalkan hati yang selalu dekat dan sayang pada rakyatnya.

Hal ini menunjukkan bahwa CT Corp melalui stasiun televisinya Trans7 mengkonstruksi aktor politik tidak hanya melalui obrolan selama *talkshow*, tetapi juga latar tempat dan *gimmick-gimmick* untuk menunjukkan bagaimana sosok politisi dan sisi lainnya.

2. Global Mediacom
 - a. RCTI

Berbeda dengan sebelumnya kemasan *politainment* ini terlalu ‘tiba-tiba’ masuknya tokoh politik Wiranto dan Harry Tanoe ke dalam sinetron tanpa ba bi bu kemudian latar dan kronologi cerita yang terkesan memaksa membuat tayangan ini terasa janggal bahkan terasa seperti *product placement* iklan. Dalam sinetron diceritakan desa Kampung Dukuh tempat tinggal H. Sulam tokoh utama Tukang Bubur Naik Haji: *The Series* sedang melaksanakan kerja bakti, kemudian Wiranto dan Harry Tanoe yang kebetulan melewati jalanan desa menggunakan motor berhenti dan bertanya,

kemudian warga bergerombol. Hal janggal lain adalah saat tiba-tiba ada pengamen menyanyi dan berjalan beriringan dengan warga kemudian ‘mengarak’ Win-HT menuju warung bubur ayam H. Sulam. Hal yang aneh terkesan dipaksakan terjadi lagi ketika bubur ayam hanya disuguhkan untuk dua orang dan hanya dua orang ini saja yang duduk di kursi kemudian menyantap bubur ayam. Tetapi tidak ada yang aneh pada air muka warga-warganya mereka malah senang hati dan bahagia, sambilkamera menyoroti wajah-wajah mereka yang tersenyum.

Munculnya sinetron ini memang sudah lama, sekitar tahun 2014 dan pada masa itu adalah tahun politik paling dramatis yang terjadi di Indonesia. Harry Tanoe sebagai pemilik RCTI sepertinya sedang ‘menngendarai’ kanal televisi miliknya untuk kepentingan *awareness* pada publik bahwa mereka berdua ini adalah bakal calon pemimpin. Konstruksi yang dilakukan terasa sekali, seperti pengulangan pujian-pujian yang dilakukan oleh warga desa, pengulangan pembahasan “menaiki motor untuk meninjau dan melihat banjir”, dan “kami baru pulang bakti sosial” yang dilakukan oleh Win-HT, dan ekspresi bangga, kagum dan suka akan kehadiran Win HT yang ditunjukkan warga desa.

Peneliti melihat konstruksi yang terlalu dipaksakan seperti ini tidak 100% berhasil, pendektean ini pada akhirnya menjadi bumerang bagi mereka. Seperti yang dikutip dari surat kabar online merdeka.com bahwa KPI memanggil pemilik perusahaan, Harry

politik yang sedang top saat ini. Hal ini ditunjukkan pada saat Hotman Paris mengundang masuk Sandiaga Uno. Kosntruksi yang dibangun program acara ini terhadap aktor politik dapat dirasakan melalui pertanyaan yang menekan yang dilakukan oleh Hotman Paris. Misalnya saja pada saat mempertanyakan prestasi apa saja yang sudah didapat selama kuliah, hingga menjadi pengusaha sukses, Hotman Paris berkali-kali mengajukan pertanyaan yang kompulsif agar Sandiaga Uno menjawab detail rupiah yang sudah ia kantongi.

Namun, wajah Sandiaga Uno seperti dikonsp di acara ini. Di segmen-segmen pertama Hotman Paris berkali-kali mengucapkan, "...kok saya lihat waktu mencalonkan ini anak muda apa gak meyakinkan", "tapi waktu anda mencalonkan kayak, siapa sih?", "banyak orang-orang yang meragukan anda". Seakan-akan banyak orang yang meragukan keberhasilan Sandiaga Uno.

"Apa yang ingin kamu katakan pada orang-orang yang meragukanmu?"-Hotman Paris

"Termasuk Bapak dan teman-teman Kopi Joni, ya?"-
Sandiaga Uno

Namun, memasuki segmen ke belakang Hotman Paris mulai menyinggung mengenai isu Sandiaga Uno yang dikabarkan anti-Cina. Namun, Sandiaga Uno berhasil menjawab dengan tepat bahwa ia tidak seperti itu. Selain isu-isu, Hotman Paris Show juga menghadirkan sosok istri yaitu Ibu Nur Asia dan juga cuplikan

video Ibu dari Sandiaga Uno yaitu Ibu Mien Uno. Gambaran disini Sandiaga Uno adalah sosok pria yang sayang keluarga, istri, dan ibunya, dan juga merupakan sosok ayah, suami dan anak yang romantis dibuktikan pada saat menyanyi bersama istri, menanggapi ucapan ibunya.

Sebenarnya acara ini ingin menyuguhkan kesan santai dengan dibalut kejutan-kejutan seperti saat co-host Lolita membawa siwak dan *lip balm*. Namun dominasi Hotman Paris menggeret acara ini memiliki suasana lebih serius.

Global Mediacom Group mengkonstruksi aktor politik dengan dua hal berbeda, di stasiun televisi RCTI konstruksi yang dilakukan dengan sederhana yaitu memasukkan tokoh politik pada sinetron atau *reality show* dengan peran yang dekat dengan rakyat sesuai keinginan seperti apa tokoh tersebut ditunjukkan melalui media, sedangkan melalui iNewsTV konstruksi melalui *talkshow* dan penggiringan melalui obrolan selama acara berlangsung.

3. EMTEK

a. Indosiar

EMTEK tidak terlalu terlihat memiliki program yang bernuansa politik, bahkan program *entertainment* yang mengundang politisipun jarang. Namun, beberapa kali D'Academy program acara dangdut terbesar mengundang kalangan politisi yang sedang kondang untuk datang dan bernyanyi meskipun hanya satu segmen. Begitu pula yang terjadi pada Ahok-Djarot, pada musim kampanye

pilkada DKI Jakarta. Pasangan ini seolah menjadi peserta dan komentator, pada saat itu Djarot dan istri menyanyi sedangkan Ahok duduk di kursi komentator. Selain itu, para host sempat menggoda Ahok saat Gilang Dirga melakukan *impersonation* suara khas ala Pak Basuki 'Ahok' Tjahaja Purnama. Ahok dan Djarot-pun tidak canggung melempar candaan khas ala Dangdut Academy bersama Inul Daratista. Diakhir segmen Ahok-Djarot, para host dan komentator berjoget Goyang Dumang bersama.

Program *Hot Issues* Pagi yang meliputi program acara ini memoles Ahok-Djarot sebagai orang yang punya selera humor, dan tidak malu untuk saling melempar canda. Meskipun sempat ada sedikit kejadian yang akhirnya viral terekspos media internet bahwa kedatangan Ahok membuat salah satu komentator Elfy Sukaesih meninggalkan tempat, hal itu tidak menjadi topik pembahasan *Hot Issues* Pagi, yang ingin ditampilkan hanya unsur senda gurau dan tidak kaku antara Ahok-Djarot, para host, dan komentator.

EMTEK melalui Indosiar dan program acara D'Academy mengkonstruksi secara sederhana yaitu mengajak serta aktor politik berbaur dan bercanda dengan menjadikan mereka peserta atau komentator.

4. Kompas Gramedia
 - a. Kompas TV

Meskipun menamai dirinya sebagai televisi berita, Kompas TV tidak melulu menghadirkan program acara informatif, banyak program-program acara yang sarat akan hiburan. Salah satunya *Talk with Timothy*, yang dipandu oleh Timothy dan stand up comedy-an Githa Bebhita. Salah satu episode program ini berjudul “Panggung *Politainment*”, mengangkat cerita mengenai *entertainer* yang mengambil jalan politik. Pembawaan Githa menjadi pencair suasana, belum lagi bintang tamu yang memang seorang *entertainer*. Disini konstruksi kepada politisi tidak terlalu kentara, tiap-tiap segmen tidak ada perbedaan, hanya *games* di segmen terakhir. Selama acara berlangsung yang terasa Hengky Kurniawan dan Deddy ‘Miing’ Gumelar sendiri yang mengkonstruksi dirinya. Deddy ‘Miing’ Gumelar yang merupakan senior dalam hal politik dan panggung hiburan dengan gaya khas lawakannya terselip disetiap obrolannya. Berbeda dengan Hengky Kurniawan yang baru masuk dunia politik.

KompasTV juga membuat sebuah metafora politisi yang mencari timses hanya bermodalkan ketenaran tanpa melihat kredibilitas. Hal ini disajikan dengan gaya parodi satire, yang menjadi gambaran bahwa memilih politisi tidak hanya dilihat berdasarkan ketenaran, dan jumlah *followers*.

KG mengkonstruksi aktor politik melalui Kompas TV dengan *gimmick* dan *guyonan* yang dilemparkan oleh host dan co host. Selain itu, Kompas TV tidak terlalu menekan konstruksi melalui

aktor politik yang baru saja menjadi narasumber adalah Fadli Zon dan Fahri Hamzah. Dua orang yang aktif di media sosial twitter ini menjadi makin terkenal akibat okehannya dalam mengkritisi pemerintahan Jokowi.

Selama lima segmen acara berlangsung nampak sekali antara panelis dan narasumber ber-oposisi. Hanya satu orang panelis seorang model sekaligus psikolog, Melissa yang berusaha netral dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang bukan berkaitan dengan ideologi partai politik. Unsur konstruksi aktor politik yang diundang sebagai narasumber begitu terlihat. Sepanjang acara dibuka terlihat jelas bahwa host, Andini Effendy-pun tidak seideologi dengan bintang tamu. Pada saat pengenalan panelis, timkreatif Q&A memunculkan *highlight* pertanyaan yang diajukan, dan keseluruhan pertanyaan yang muncul terkait, “Apakah sebegitu buruknya Jokowi?”, “Ini memang Pak Prabowo yang terbaik gitu?”, “Apabila mengorbitkan Pak Prabowo, konsep logisnya apa akan naik?”. Namun ada pula *highlight* yang memuji Jokowi seperti, “Rata-rata tingkat kepuasan publik terhadap pemerintah sampai saat ini tinggi”.

Kedua aktor politik ini seakan dihabisi diprogram acara ini, mengingat MetroTV dimiliki oleh Ketua Umum Partai Nasdem, Surya Paloh yang merupakan koalisi pemerintahan Jokowi bahkan

menghomogenkan program acaranya, tapi tidak meninggalkan ideologi televisinya sebagai acara televisi yang tidak sekedar informatif namun menghibur dan edukatif. Salah satunya program Tonight Show yang membeli lisensi serupa *Tonight Show with Jimmy Fallon*. Program ini dikemas seimbang bahkan pada unsur politik. Dalam episode Tonight Show Bersama Jokowi, Vincent dan Desta yang berkunjung istana bertemu dengan Jokowi dalam keadaan santai. Kemudian mereka bertiga melakukan perjalanan keliling istana dengan sepeda. Disini NetTV menghadirkan sosok Jokowi sebagai seorang yang sederhana, menghabiskan hari-hari libur di rumah merawat hewan-hewan peliharaan beliau seperti kambing dan ikan. Kemudian kesederhanaan itu ditunjukkan dengan dialog, “kok kalian serius amat? Ya seperti ini saya tiap *weekend*”, dan memilih bersepeda.

Selain sosok sederhana, Tonight Show mengemas rupa Jokowi sebagai seseorang yang dekat dengan masyarakat, seorang pelayan publik yang baik pada saat beliau yang menyetir *go car* dan menghampiri warga-warga yang mengunjungi Istana Bogor. Jokowi juga dihadirkan sebagai sosok yang berjiwa muda saat Vincent dan Desta membahas mengenai masa pacaran dan selera musik serta Jokowi yang kerap hadir di festival musik. Penambahan kesan bahwa Presiden Jokowi merupakan sosok yang *humble* digambarkan pula pada segmen-segmen pembuka saat para host Tonight Show menceritakan pengalaman mereka bertemu

B. Konfirmasi Temuan Dengan Penelitian

Dari temuan-temuan diatas data akan dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam analisis yang menjelaskan bagaimana sebuah berita, program acara atau film dikonstruksi. Berdasarkan teori yang telah digunakan pada penelitian yang tepat sesuai dengan analisis *framing* ada sebagai berikut:

1. CT Corp melalui stasiun televisinya Trans7 mengkonstruksi aktor politik tidak hanya melalui obrolan selama *talkshow*, tetapi juga latar tempat dan *gimmick-gimmick* untuk menunjukkan bagaimana sosok politisi dan sisi lainnya.

Berdasarkan teori konstruksi realitas Trans7 memanfaatkan realisme hipotesis sebagai konstruksi. Menurut Berger Luckman konstruksi ini menggabungkan antara sebuah hipotesis antara pengalaman dan pengetahuan dari struktur realitas yang mendekati realitas. Artinya, pemirsa mampu ikut menilai sendiri konstruksi yang sudah dibangun oleh media televisi, namun masih ada ikut campur televisi dalam menggiring pemikiran pemirsa lewat obrolan dan realitas yang dibangun.

Dalam hal ini Hitam Putih memanfaatkan ketiga realitas yaitu *realitas subjective*, *relitas simbolik*, dan *realitas objective* dalam merefleksikan realitas aktor politik. Melalui simbol ditiap segmen, misal saat Deddy Corbuzier menggunakan *lip balm*, atau segmen dimana obrolan dilakukan di atas sebuah alat olahraga. Selain itu, Hitam Putih juga menggunakan realitas subjektif pada segmen *games empty chair*, yang mana pemirsa dapat menilai aktor politik berdasarkan pernyataan yang diujarkan politisi tersebut.

2. Global Mediacom mengkonstruksi aktor politik dengan dua hal berbeda, di stasiun televisi RCTI konstruksi yang dilakukan dengan sederhana yaitu

memasukkan tokoh politik pada sinetron atau *reality show* dengan peran yang dekat dengan rakyat sesuai keinginan seperti apa tokoh tersebut ditunjukkan melalui media, sedangkan melalui iNewsTV konstruksi melalui *talkshow* dan penggiringan melalui obrolan selama acara berlangsung.

Perusahaan media yang memiliki lebih dari dua anak perusahaan media ini memiliki perbedaan yang mencolok antara kedua stasiun televisi yang menyajikan program dengan unsur *politainment* di dalamnya. Melalui RCTI, dalam perspektif teori konstruksi realitas RCTI membangun secara sederhana menggunakan realitas simbolik bingkai aktor politik. RCTI memanfaatkan konstruksi biasa, menurut Berger Luckman teori ini melibatkan pengalaman tanpa harus menerapkan pengetahuan dalam menerima bentuk konstruksi. Win-HT pada program sinetron dimasukkan dan dimunculkan sebagai pemimpin yang tepat karena dekat dengan rakyat. Sedangkan pada program acara yang terdapat pada iNewsTV konstruksi dan realitas sama seperti yang dibingkai oleh Trans7.

Dalam perspektif teori lain yaitu ekologi politik media, menurut penggagasnya, McLuhan studi ini mengenai proses komunikasi media mempengaruhi persepsi manusia, perasaan, emosi dan nilai⁹⁸. Global Mediacomm sepertinya tidak mau melewatkan kesempatan sebagai raksasa media yang mampu membeli mata pemirsanya. Harry Tanoe sebagai pemilik media memanfaatkan RCTI sebagai perusahaan miliknya untuk memberikan pengaruh persepsi, perasaan dan nilai pada pemirsanya.

⁹⁸ Sandy Allifiansyah, *Ketika Politik Begitu Menghibur (Studi Politainment dalam Perspektif Ekologi Media di Industri Pertelevisian Indonesia)*, Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, Vol. XX, No. XX, Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, 2017. Hlm. 5

dikaitkan dengan ekoogi diantara keduanya. Yaitu sebuah bentuk simbiosis mutualisme antara aktor politik dan media.

5. Salah satu program *politainment* Visi Media Asia melalui TV One adalah program yang mengangkat *human interest* melalui sisi pribadi dan obrolan yang mendalam media mengkonstruksi tokoh politik berdasarkan isi obrolan. Peran visual dan latar tempat tidak terlalu difungsikan, tokoh berhak mengkonstruksi dirinya sendiri berdasarkan jawaban disetiap obrolan.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini, TVOne melalui program acara Kabar Tokoh memanfaatkan konstruktivisme radikal, yang artinya pemirsa diberi ruang kebebasan untuk membentuk wajah tokoh melalui pernyataan politisi pada saat berbincang. Realitas yang ditunjukkan disini sifatnya hanya subjektif berdasarkan paparan aktor politik itu sendiri dan objektif berdasarkan paparan pembawa acara. Tidak ada bentuk realitas simbolik yang diusung sama sekali. Satu-satunya adalah latar suasana yang dibangun menunjukkan bahwa program acara ini bersifat mendalam dan serius, melalui sorot kamera yang hanya antara wajah tokoh politik dan pembawa acara.

Dalam perspektif lain, TVOne sedang memanfaatkan pemberitaan yang *trending* mengenai pemilihan gubernur DKI Jakarta. Program acara Kabar Tokoh bukanlah program harian, melainkan momentum. Maka dari itu, pemilihan Anies Baswedan dalam salah satu episodenya berdasarkan teori ekologi ekonomi dan politik media yaitu bahwa penyatuan aspek politik dan hiburan menyangkut kepentingan dua belah pihak. Dalam hal ini dapat dilihat

bahawa TVOne memanfaatkan momentum untuk menaikkan *rating* dan *share* berdasarkan minat penonton.

6. Media Group melalui MetroTV mengkonstruksi aktor politik melalui program acara tanya jawab dan tidak terlalu menggunakan latar tempat atau bentuk simbolik lainnya, selain itu ideologi politik pemilik media begitu menonjol dalam mengkonstruksi politisi yang menjadi narasumbernya.

Sama seperti TVOne, berdasarkan perspektif teori konstruksi realitas MetroTV sama-sama memanfaatkan konstruktivisme radikal pada program acara ini. Perbedaan yang mencolok adalah adanya *media darling* sehingga menyudutkan narasumber yang merupakan lawan politik pemilik media. Hal ini ditunjukkan melalui pernyataan-pernyataan panelis dan pembawa acara. Perspektif *media darling* merupakan salah satu bentuk *agenda setting* yang mengarahkan opini masyarakat. Ini merupakan salah satu aplikasi teori efek media bahwa media memiliki kekuatan besar⁹⁹.

Dalam perspektif teori lain MetroTV menggunakan teori *Hierarchy of Influence*, yaitu bahwa sebuah media dipengaruhi oleh lapisan yang melingkupi institusi media, salah satunya individu media dan ideologi media. Hal ini dibuktikan pula dalam salah satu jurnal bahwa MetroTV dalam pengambilan keputusan dipengaruhi pula oleh Dewan Redaksi Media Group, dan salah satunya adalah pemilik Media Group yaitu Surya Paloh. Apalagi

⁹⁹ Nur Azizah Susetyo, *Kebijakan Media Darling dalam Pemberitaan Pemimpin Publik (Analisis Framing Pemberitaan Joko Widodo pada mTag #FenomenaJokowi di Media Online Merdeka.com)*, Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Vol. 02, No. 04: 2014, Hlm. 472

atau sinetron. Seperti munculnya Wiranto dan Harry Tanoesudibjo pada sinetron *Tukang Bubur Naik Haji: The Series* di RCTI, Wiranto di *Reality Show* *Wujudkan Mimpi* RCTI, ataupun aktor politik menjadi bintang tamu di ajang pencarian bakat dangdut *D'Academy* di Indosiar.

- c. Program khusus *politainment*, beberapa televisi yang berdedikasi pada dunia politik membuat acara khusus yang memiliki unsur *politainment*. Bisa dengan membawa unsur *human interest*, *games*, tanya jawab, atau obrolan intim, seperti pada *Kabar Tokoh* di TVOne, *Q&A* di MetroTV, atau komedi lakon berunsur politik seperti *Sentila Sentulun* di MetroTv dan *Democrazy*.
2. Media mengkonstruksi aktor politik melalui tayangan televisi di Indonesia
- Media mengkonstruksi aktor politik melalui tiga hal yaitu konstruktivisme biasa, realisme hipotesis, dan konstruktivisme radikal. Bentuk konstruksi tersebut:
- a. Indosiar dan RCTI menggunakan konstruktivisme biasa dalam membentuk program acaranya pada saat megusung *politainment* sehingga konstruksi aktor politik hanya dapat dilihat melalui apa yang nampak sebentar saja.
 - b. iNewsTV, Trans7, KompasTV dan Net TV menyuguhkan realisme hipotesis dalam mengkonstruksi aktor politik. Pemirsa diajak sedikit berpikir mengenai rupa aktor politik yang sebenarnya.

Kemudian media juga, memanfaatkan *media darling* untuk menarik minat pemirsa melalui aktor politik yang dipilih untuk menjadi bintang tamu atau narasumber. Media kerap kali menambahi pula bentuk *media darling* melalui pernyataan pembawa acara.

B. Rekomendasi

Agar penelitian ini bermanfaat dan membuahkan hasil sebagaimana diharapkan, maka saran ini semoga menjadi masukan dan sebagai bahan pertimbangan. Adapaun saran penulis:

1. Kepada seluruh warga Indonesia, politik bukanlah hal yang memusingkan. Hendaknya selalu mempelajari secara sederhana dan menerapkan dalam kegiatan sehari-hari sifat berpolitik yang bersih.
2. Kepada pemilik media, *politic entertainment* adalah bentuk pendekatan politik paling sederhana yang dapat diikuti oleh segala jenis usia dan status. Sebaiknya tidak ada kepentingan pribadi yang menunggangi
3. Kepada tim produksi masing-masing program acara, peneliti harapkan idealisme dalam menyuguhkan tayangan informatif, hiburan dan edukatif tidak terhambat oleh politisi yang berada dibelakang perusahaan media
4. Kepada politisi, marilah kita semua berpolitik yang bersih. Edukasi yang belum mengerti, tidak hanya demi kepentingan pribadi.
5. Kepada peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan yang sama untuk menganalisis perihal media televisi, *politainment*, dan aktor politik mungkin dapat menggunakan metode Robert Entman atau melakukan penelitian menggunakan teori ekologi, ekonomi, dan politik

