

TOPIK UTAMA

AGENDA MEDIA DALAM PEMBERITAAN TOP UP UANG ELEKTRONIK DI MEDIA ONLINE KOMPAS.COM

Dyah Ayu dan Mutia Rahmi Pratiwi
Universitas Dian Nuswantoro
Email: mutia.rahmi@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Teknologi terus berkembang seiring dengan kebutuhan manusia yang semakin beragam. Berbagai proses konvensional kini bergeser menjadi lebih modern dengan berbasis pada teknologi. Hal ini berlaku pada penetapan kebijakan *e-money* di tahun 2017 sebagai wujud implementasi Gerakan Nasional Non Tunai (*Cashless society*) sejak tahun 2014. Data menunjukkan bahwa pada Agustus 2017, jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat meningkat sekitar lebih dari 20 juta dibandingkan tahun 2016. Keberhasilan ini tidak lepas dari penggunaan *e toll* di seluruh Indonesia. Namun muncul kebijakan baru terkait biaya tambahan untuk isi ulang saldo atau *top-up* uang elektronik sesuai PADG yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Kebijakan ini menimbulkan polemik yang menjadi objek pemberitaan di Kompas.com pada tahun 2017 lalu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* Pan dan Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com berada di pihak yang tidak setuju dengan kebijakan Bank Indonesia terkait beban biaya tambahan untuk *top-up* uang elektronik bagi penggunanya. Hal ini ditunjukkan Kompas.com dengan pemberian porsi berita yang lebih tinggi kepada pihak yang tidak setuju (melalui pernyataan narasumber), pemilihan kata yang berkonotasi negative, penyajian kata tertentu yang diulang-ulang, dicetak tebal serta diberi warna yang berbeda untuk menunjukkan keberpihakan.

Kata kunci: Agenda Media, Analisis Framing, Media Online

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan kebutuhan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya menyebabkan transaksi yang awalnya berlangsung secara konvensional kini berkembang menjadi transaksi yang menggunakan *e money* (uang elektronik). Berdasarkan pada peraturan Bank Indonesia (BI) Nomor 18/17/PBI/2016, uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi beberapa unsur, diantaranya: diterbitkan atas dasar uang yang disetor

terlebih dahulu oleh pemegang terhadap penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik di media tertentu seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, serta nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan seperti yang dimaksud dalam undang-undang mengenai perbankan.

Penggunaan *e-money* sejalan dengan gerakan yang dicanangkan pemerintah sejak

tahun 2014 yaitu Gerakan Nasional Non-tunai (*Cashless Society*). Gerakan ini bertujuan untuk mengurangi kebiasaan masyarakat dalam menggunakan uang tunai. Gerakan Non Tunai yang berlangsung sejak tahun 2014 mulai terlihat hasilnya tiga tahun kemudian, yaitu pada tahun 2017. Hal ini ditunjukkan oleh data statistik Bank Indonesia yang mencatat bahwa pada Agustus 2017 jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat sebesar 68.841.316, atau meningkat sekitar lebih dari 20 juta dibandingkan bulan yang sama pada satu tahun sebelumnya (2016). (<https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/>, diakses pada 3 Juni 2018 pukul 13.30 WIB).

Pencapaian tersebut tidak lepas dari penggunaan salah satu produk uang elektronik yaitu “*e-toll*” yang wajib digunakan untuk pembayaran tol di seluruh gerbang tol di Indonesia sejak 31 Oktober 2017. Bahkan BI membagikan kartu *e-toll* gratis kepada masyarakat secara bertahap sampai Oktober akhir sebagai salah satu upaya mensukseskan gerakan Nasional Non Tunai. Namun belum sampai pada periode yang ditentukan, Bank Indonesia justru memberlakukan peraturan baru, yaitu: biaya tambahan untuk isi ulang saldo atau *top-up* uang elektronik sesuai PADG (Peraturan Anggota Dewan Gubernur)

BI No.19/ 10/ PADG/ 2017 tentang Gerbang Pembayaran Nasional. Peraturan baru ini menetapkan biaya sebesar Rp 750 untuk saldo diatas Rp 200.000,- melalui kanal pembayaran milik penerbit kartu dan maksimal Rp 1.500 melalui penerbit kartu berbeda atau mitra. Bank Indonesia berpendapat pemberlakuan aturan adanya biaya tambahan dikeluarkan agar biaya *top-up* semua penyedia layanan seragam sehingga tidak membebani masyarakat.

Penetapan biaya tambahan yang diberlakukan Bank Indonesia secara nominal memang tidak begitu besar, namun pemberitaan di media massa sebelumnya justru berkata berbeda. Pemberitaan di media menyebutkan bahwa HIMBARA(Himpunan Bank-bank Milik Negara) sepakat untuk tidak memungut biaya *Top-Up* uang elektronik. Hal ini justru menjadi awal polemik yang melibatkan berbagai pihak terkait, seperti: Ombudsman, OJK (Otoritas Jasa Keuangan), Menteri Perekonomian, anggota DPR, YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) bahkan di masyarakat. Polemik ini juga menjadi pemberitaan di salah satu portal *online* yaitu *kompas.com*. Awal observasi peneliti, terdapat dua pernyataan yang muncul di media *online* *kompas.com*, yaitu:

1. Dari Bpk. Tulus Abadi selaku Ketua Pengurus Harian YLKI yang menyatakan bahwa “*Ini menjadi pertanyaan besar kenapa BI memaksakan aturan ini sementara ada bank yang bersedia tidak memberikan biaya isi ulang kepada konsumennya,*”
2. Dari Bpk. Dadan Suharmawijaya selaku anggota Ombudsman bidang ekonomi I yang menyatakan bahwa “*Yang lapor top up bertambah dari UNJ, kalau tidak salah dari lembaga pengabdian masyarakat. Ada dua pelapor.*”

Kompas.com merupakan portal berita versi *online* di bawah Kompas Gramedia Group. Data yang diperoleh dari Kompas.com menyatakan bahwa kompas.com telah beberapa kali mendapat penghargaan diantaranya: (1) Indonesia Wow Brand 2017 yang digelar oleh Markplus Inc untuk kategori *news website* pada bulan Maret dan Superbrands Award 2017 dalam kategori *online news* pada bulan Juni dan (2) *Best Website* dalam kategori *News/ entertainment* pada 28 September 2017 dan mendapat penghargaan *silver* dari asosiasi media dunia, WAN IFRA pada *Asian Digital Media Awards* 2017 untuk kategori *Best Innovation New Product*. Pemberitaan mengenai *top-up* uang elektronik dibahas oleh Kompas.com selama

beberapa bulan di tahun 2017. Berdasarkan pemberitaan di *ekonomi.kompas.com*, sejak awal September 2017 pemberitaan mengenai *top-up* elektronik menjadi berita ekonomi terpopuler nomor tiga setelah pemberitaan seputar CPNS.

Pemberitaan terkait *Top-up* elektronik di Kompas.com adalah 38 berita yang muncul pada tanggal tanggal 16 sampai 27 September 2017. Apabila dibandingkan dengan periode bulan Mei sampai Agustus, pemberitaan terkait *top-up* elektronik hanya mencapai tiga berita saja. Tingginya intensitas pemberitaan tersebut menunjukkan bahwa fenomena sosial ini penting untuk diteliti secara mendalam melalui analisis teks berita yang membahas bagaimana agenda media ditampilkan dalam berita polemik *top-up* uang elektronik di media *online* Kompas.com.

KAJIAN TEORI

Teori Agenda Setting

Teori agenda *setting* pertama kali dipioniri oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw sekitar tahun 1972. Combs dan Shaw menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan memindahkan hal-hal penting dari agenda berita menjadi agenda publik. Griffin (2003) menambahkan bahwa McCombs dan Donald Shaw meminjam istilah agenda *setting* tersebut dari laporan penelitian Bernard Cohen

tahun 1963 tentang fungsi khusus media massa. Cohen menjelaskan bahwa media massa mungkin tidak berhasil mengatakan kepada kita apa yang harus dipikirkan, namun sangat berhasil mengatakan kepada kita bagaimana seharusnya kita memikirkan objek tertentu (Morissan, 2010: 90).

Media memiliki peran/ kekuatan yang besar dalam menekankan dan menampilkan isu-isu secara terus menerus atau berulang kepada publik. Cara media massa yang memberikan penekanan tersebutlah yang kemudian tanpa disadari dapat mempengaruhi kognisi (pengetahuan dan citra) khalayak terhadap suatu peristiwa. Hal ini sesuai dengan pandangan konstruktivisme bahwa berita bukanlah realitas yang sebenarnya, melainkan informasi yang sudah dikonstruksikan sedemikian rupa oleh media massa untuk kemudian didistribusikan ke khalayak (Bungin, 2010: 189).

Everet Rogers dan James Dearing pada tahun 1988 juga menjelaskan bahwa teori agenda *setting* merupakan proses linier yang terdiri dari atas tiga tahapan atau tiga bagian yaitu (Morissan, 2010: 95):

- a. Agenda Media: Penentuan prioritas isu oleh media massa.
- b. Agenda Publik: Terbentuk jika agenda media dalam cara tertentu

mempengaruhi atau berinteraksi dengan hal yang menjadi pikiran publik.

- c. Agenda Kebijakan: Terbentuk dari agenda publik yang berinteraksi sedemikian rupa dengan apa yang dinilai penting oleh pengambil kebijakan (misalnya pemerintah) atau dengan kata lain agenda media yang mempengaruhi agenda publik pada gilirannya akan mempengaruhi agenda kebijakan.

Ghanem mengidentifikasi empat dimensi utama, agenda media dalam pembingkai berita yaitu: Topik artikel berita (apa yang dimasukkan dalam bingkai); Penyajian (ukuran dan penempatan); Atribut kognitif (detail-detail yang dimasukkan dalam bingkai); dan Atribut efektif (suasana gambar) (Tamburaka, 2012: 65). Pada proses atau tahapan agenda media terdapat tiga dimensi yang dapat diamati antara lain:

- ◆ *Visibility* (visibilitas) : jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
- ◆ *Audience Salience* (tingkat penonjolan bagi khalayak): relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
- ◆ *Valence* (valensi) : cara pemberitaan dan cara penyajian dari suatu topik (Nurudin, 2009: 198).

METODE PENELITIAN

Framing menurut Robert N. Entman merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas, sehingga bagian tertentu dari suatu peristiwa lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Menurut Todd Gitlin, *framing* merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk membentuk dan menyederhanakan suatu realitas, dengan cara menyeleksi, mengulangi, menekankan dan mempresentasikan aspek tertentu agar peristiwa atau isu tersebut tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca (Eriyanto, 2008: 67). Penelitian ini menggunakan analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.

Analisis *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki mengoperasionalisasikan

empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat analisis *framing*, yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini mengasumsikan bahwa setiap berita memiliki *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide dimana *frame* merupakan suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (kutipan, sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan (Sobur, 2012: 175). Berikut skema atau kerangka model analisis *framing* menurut Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2008: 256):

Tabel 1 Kerangka Framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT	UNIT YANG DIAMATI
Sintaksis	Skema berita	<i>Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.</i>
Skrip	Kelengkapan berita	5 W + H (<i>What, who, where, when, why, how</i>)
Tematik	Detail Koherensi Bentuk kalimat Kata ganti	Paragraf, proposisi
Retoris	Leksikon Grafis Metafora Pengandaian	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik

Penentuan Objek Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 71 berita yang muncul di Kompas.com terkait dengan uang elektronik dan 38 pemberitaan diantaranya membahas tentang polemik penetapan tarif *top-up* uang elektronik. Dari 38 berita yang ada terjadi 11 pengulangan topik dan pembahasan yang sama. Sehingga hanya terdapat 27 topik pemberitaan yang dianalisis dalam penelitian ini. Berikut ini rincian topik berita yang diteliti:

1. Pada tanggal 16 September 2017 membahas tentang Pendapat KPPU tentang tarif *top-up* yang bisa ditanggung oleh PSO (*Public Service Obligation*).
2. Pada tanggal 16, 18 dan 19 September 2017 membahas tentang Pendapat BPJT untuk tidak mengeluarkan aturan biaya *top-up*. Apabila harus ada beban biaya maka bisa dikenakan kepada bank atau penyedia infrastruktur jalan tol.
3. Pada tanggal 17, 18, 20, 22 September 2017 membahas tentang YLKI yang tidak setuju terhadap aturan penetapan tarif *top-up* uang elektronik.
4. Pada tanggal 17 dan 18 September 2017 membahas tentang bagaimana pendapat masyarakat pengguna *e-money* terkait rencana aturan biaya *top up*.
5. Pada tanggal 18 dan 19 September 2017 membahas tentang pengacara David L.Tobing yang melapor kepada Ombudsman RI terkait penetapan biaya *top-up* oleh BI.
6. Pada tanggal 18 September 2017 membahas mengenai beberapa hal, yaitu:
 - Pendapat Direktur BCA yang cenderung setuju terhadap penetapan tarif *Top up*
 - Pendapat salah satu anggota DPR komisi XI yang cenderung tidak setuju dengan kebijakan tarif *Top-up* uang elektronik
 - Pendapat Mantan Ketua Perhimpunan Bank-bank Nasional (PERBANAS) yang menyatakan bahwa biaya isi ulang elektronik seharusnya tidak boleh dikenakan selamanya
 - Pendapat Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia (Aprindo) yang menilai rencana BI terkait aturan tarif *top-up* uang elektronik tidaklah tepat.
7. Pada tanggal 19 September 2017 membahas mengenai beberapa hal, yaitu:
 - Komentar Gubernur BI tentang aturan *top-up* uang elektronik fasilitas *off-us* dan *on-us*.
 - Pernyataan Direktur Utama BRI

- mengklaim Himpunan Bank-bank Milik Negara (Himbara) sepakat untuk tidak menarik biaya *top-up* uang elektronik.
- Pernyataan Direktur Utama Bank Mandiri mengklaim setidaknya perlu waktu satu tahun agar *top-up* uang elektronik gratis.
 - Pernyataan Direktur Bisnis Konsumen BNI yang cenderung mendukung wacana penetapan tarif *top-up* uang elektronik.
 - Tanggapan Gubernur BI atas laporan pengacara David L.Tobing ke Ombudsman.
 - Pendapat salah satu pengamat perbankan tentang wacana penetapan tarif *top-up* uang elektronik yang nantinya akan berdampak positif bagi perkembangan bisnis uang elektronik.
 - Pernyataan Direktur Eksekutif Departemen Komunikasi BI agar masyarakat tidak khawatir terhadap penetapan aturan tarif *top-up* uang elektronik.
 - Pernyataan Direktur Eksekutif Departemen Program Transformasi BI menyatakan alasan dibalik penetapan aturan tarif *top-up* uang elektronik.
- Harapan Kepala BPJT (Badan Pengatur Jalan TOL) agar besaran tarif *top-up* uang elektronik nantinya tidak membebani masyarakat.
8. Pada tanggal 20 dan 22 September 2017 membahas tentang pernyataan Peneliti INDEF Bhima Yudhistira bahwa kebijakan BI bersamaan dengan pelaksanaan elektronifikasi pembayaran jalan tol kontradiktif dan ketidaksetujuan Ketua Dewan Komisioner OJK terhadap kebijakan *tarif top up* uang elektronik.
 9. Pada tanggal 21 dan 22 September 2017 membahas tentang BI menerbitkan aturan terkait Gerbang Pembayaran Nasional atau *National Payment Gateway (NPG)*.
 10. Pada tanggal 22 September 2017 membahas tentang Pendapat Menteri Koordinator Perekonomian bahwa peraturan tarif *top-up* uang elektronik yang tidak bisa dikeluarkan, jika pasar tidak mampu menciptakan tarif yang efisien sehingga membebani masyarakat dan pernyataan *Corporate Secretary* Bank Mandiri yang menjelaskan alasan mengapa masyarakat dikenai tarif *top-up* uang elektronik.
 11. Pada tanggal 23 September 2017 membahas pernyataan Direktur Eksekutif BI mengenai bank sentral memperbolehkan

praktik pengisian ulang uang elektronik dapat diecer.

12. Pada tanggal 25 September 2015 membahas Pendapat Wakil Ketua DPR RI Komisi XI bahwa pemerintah perlu menyiapkan *grand design* kebijakan penetapan tarif *top-up* uang elektronik.

Pada tanggal 25 September 2015 membahas mengenai BI, Ombudsman, BPJT, Badan Usaha Jalan Tol (BUJT), PT Jasa Marga, serta perwakilan Himpunan Bank Negara (Himbara) yang bertemu untuk membahas polemik kebijakan tarif *top-up* uang elektronik.

Berdasarkan 27 topik berita di atas, peneliti melakukan teknik cuplikan (*sampling*) dengan menyeleksi dan membatasi jumlah berita yang akan diteliti berdasarkan kriteria sebagai berikut: *headline* yang menarik, topik yang muncul berulang-ulang, dan cara penyajian suatu topik. Setelah melakukan penyeleksian, peneliti kemudian akan menganalisis berita yang terpilih untuk dianalisis dengan model analisis *framing* menurut Zhongdan Pan dan Kosicki. Dari hasil seleksi peneliti, maka diperoleh 10 berita yang menjadi objek penelitian yaitu:

1. Biaya Top Up Uang Elektronik Beban Pengguna Jalan Tol
2. Pengusaha Truk Keberatan Ada Biaya Top Up Uang Elektronik

3. Bankir: Biaya Top Up Uang Elektronik Lebih Murah Dibanding Biaya Parkir
4. Rencana Biaya Top Up Uang Elektronik Membuat Penggunanya Kecewa
5. Menteri Rini Arahkan Pembatalan Biaya Top Up Uang Elektronik Bank BUMN
6. Biaya Top Up Uang Elektronik Berbenturan dengan Gerakan Nontunai
7. Menko Perekonomian Soroti Pengaturan Bisnis Uang Elektronik oleh BI
8. YLKI Kecam BI Soal Aturan Biaya Isi Ulang Uang Elektronik
9. Pimpinan DPR: Kebijakan Soal E-Money Jangan Beratkan Rakyat
10. Ombudsman dan BI Bahas Polemik Top Up Uang Elektronik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis *Framing* Pan dan Kosicki

Berikut hasil analisis teks berdasarkan analisis *framing* menurut Zhongdan Pan dan Gerald M.Kosicki dengan 4 strukturnya yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik, yang ditemukan pada pemberitaan Kompas.com:

a) Struktur sintaksis

Wartawan Kompas.com menyusun fakta lewat unit skema berita seperti: *headline*, *lead*, kutipan narasumber, pernyataan wartawan dan penutup. Dari ke sepuluh berita

yang dianalisis, secara keseluruhan semuanya menggunakan kata-kata yang menonjol dan cukup provokatif, seperti: bebani, keberatan, lebih murah dibanding biaya parkir, kecewa, arahkan pembatalan, berbenturan, soroti, kecam, jangan beratkan rakyat, dan polemik. 6 diantara 10 kata tersebut merupakan hasil interpretasi wartawan dalam menyusun/menonjolkan fakta yang ada, salah satunya dipengaruhi dari poin yang disampaikan narasumber.

1.1 Headline

Penggunaan kata pada *headline* menunjukkan proses agenda media. Hal ini berkaitan dengan implementasi dari dimensi *visibilitas* dimana jumlah penggunaan kata menonjol pada *headline* lebih banyak. Penggunaan judul *headline* dengan kata “bebani pengguna”, “pengusaha truk keberatan”, “penggunanya kecewa” dan “beratkan rakyat” mengindikasikan dimensi agenda publik dimensi *favorability* (kesenangan) dimana publik ditunjukkan sebagai pihak yang seolah-oleh merasa tidak senang dengan keputusan Bank Indonesia terkait beban tambahan biaya untuk *top up* uang elektronik.

Menurut Tamburaka, terdapat prinsip pembingkaiannya dimana tulisan yang dibuat harus jelas dan komunikatif, serta mampu menimbulkan kesan dan makna dalam benak

pembaca (Tamburaka, 2012: 120-121). Hal ini dilakukan Kompas.com untuk merangsang atau menarik perhatian pembaca melihat isi berita, sehingga pesan dalam berita yang disampaikan dapat mempengaruhi kognisi pembaca.

1.2 Lead

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berita yang dianalisis didominasi oleh penggunaan jenis *lead what* (apa) dan *who* (siapa). Terdapat dua berita yang menggunakan kedua jenis *lead* tersebut secara bersamaan, sedangkan 4 berita menggunakan jenis *lead what* dan 4 lainnya jenis *lead who*. Penggunaan jenis *lead what* pada ditunjukkan untuk menjelaskan seperti apa penetapan tarif *top-up* uang elektronik dimaknai oleh berbagai pihak. Kompas.com memaknai hal ini sebagai polemik yang memunculkan pandangan pro dan kontra. Sementara jenis *lead who* (siapa) digunakan untuk menunjukkan perspektif siapa saja pihak yang memiliki pandangan atau berkomentar terhadap permasalahan *top-up* uang elektronik ini.

Terdapat 5 dari 10 berita yang menunjukkan ketidaksetujuan narasumber. Hal ini menunjukkan cara pemberitaan dan penyajian topik berupa narasumber yang telah terseleksi sebelumnya sehingga pihak kontra lebih dominan dimunculkan atas pembentukan

realitas polemik *top-up* uang elektronik dan khalayak dapat membaca ini di awal. Hal ini sesuai dengan konsep yang dijelaskan Arifin (2010: 22) bahwa isu yang disiarkan oleh media massa harus diekspresikan atau dinyatakan dalam bentuk lisan, tertulis dan gerak-gerik oleh sejumlah orang yang mendiskusikan atau mempunyai pandangan tertentu mengenai isu, serta pernyataan Oetama dalam Arifin (2010: 135) dimana objektivitas dalam pers adalah subjektivitas.

1.3 Latar Informasi

Latar informasi yang disusun pada objek penelitian ini menunjukkan bahwa isu yang diangkat dibentuk menjadi perdebatan atau polemik dengan menghadirkan komentar dari berbagai pihak yang mempersalahkan atau mempertanyakan keputusan Bank Indonesia. Pihak yang ditampilkan dalam pemberitaan merupakan pihak yang cenderung kontra terhadap peraturan tarif *top-up* uang elektronik dan Bank Indonesia sebagai pembuat kebijakan. Pemilihan latar informasi tersebut digunakan untuk membawa pikiran pembaca ke arah pandangan yang cenderung menolak kebijakan Bank Indonesia tersebut.

1.4 Kutipan narasumber

Kutipan sumber/ narasumber menjadi penanda *framing* atas tiga hal, yaitu: klaim validitas, penghubung ke poin tertentu dan

mengecilkan atau memperbesar pandangan tertentu sehingga pandangan yang ingin dibentuk menjadi menyimpang (Eriyanto, 2008: 259). Kompas.com menyusun setiap argumen narasumber dengan teknik penyajian berita yang cukup variatif. Dalam penelitian ini ditemukan dua penanda *framing*, yaitu:

- Penanda *framing* sebagai klaim validitas atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat berdasar pada klaim otoritas tertentu dan digunakan untuk memberi bobot atas pendapat yang dibuat wartawan. Dalam penelitian ini ditemukan sebanyak enam berita dari sepuluh berita.
- Penanda *framing* yang digunakan untuk menghubungkan poin tertentu berdasar pandangannya. Dalam penelitian ini ditemukan sebanyak empat berita dari sepuluh berita. Hal ini ditunjukkan dengan pemilihan narasumber yang mayoritas menyatakan ketidaksetujuan atau keberatan pada penetapan tarif *top-up* uang elektronik.

Kutipan narasumber dalam penelitian ini menunjukkan tiga dimensi dalam agenda media, yaitu:

1. Dimensi visibilitas. Dari sepuluh berita yang diamati, terdapat dua belas narasumber yang menyatakan tidak

setuju atas peraturan tarif top-up uang elektronik dan hanya tiga narasumber yang menyetujui atau mendukung penetapan tarif *top-up*. Narasumber yang netral dan berusaha netral (tidak jelas menolak dan mendukung karena masih menggunakan kata “jika”) hanya satu orang. Perbedaan jumlah narasumber yang ditampilkan menunjukkan citra negatif yang diberikan kepada aturan pengenaan biaya *top-up* uang elektronik.

2. Dimensi *Audience Salience*. Kutipan narasumber menunjukkan tiga relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak, yaitu: aturan tersebut berbarengan dengan aturan (kebutuhan) penggunaan uang elektronik di jalan tol, aturan tersebut dilakukan ketika proses sosialisasi gerakan non-tunai, dan aturan ini dapat mengurangi kebutuhan akan penggunaan kartu uang elektronik.
3. Dimensi valensi. Kompas.com menyajikan topik berita berupa kutipan narasumber dengan cara memunculkan penanda *framing* atas dua hal yaitu sebagai klaim validitas atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan mendasarkan diri pada klaim otoritas tertentu dan juga digunakan untuk

memberi bobot atas pendapat yang dibuat wartawan, serta digunakan untuk menghubungkan poin tertentu dari pandangan wartawan kepada pejabat yang berwenang dengan maksud terbentuklah realitas polemik atau pro dan kontra.

Kutipan narasumber yang saling bertentangan dipergunakan untuk semakin memperkuat makna realitas polemik atau pertentangan yang sengaja dibentuk. Isu yang disiarkan oleh media massa harus dinyatakan dalam bentuk lisan, tertulis dan gerak-gerik oleh sejumlah orang yang mendiskusikan atau mempunyai pandangan tertentu mengenai suatu isu (Arifin, 2010: 22). Maksud dari agenda *setting* dalam opini publik setidaknya terdapat dua dari empat konsep utama secara substantif yaitu isu diawali dengan ketidaksepakatan atau terdapat pro-kontra serta pendapat dinyatakan dalam bentuk verbal (Tamburaka, 2012: 103).

1.5 Pernyataan wartawan

Pengulangan kata mampu menonjolkan gagasan inti yang ingin dimunculkan (Tamburaka, 2012: 121). Hasil penelitian menunjukkan cara bagaimana fakta atau informasi yang ada (dari narasumber), diinterpretasikan sedemikian rupa sehingga dapat semakin menonjolkan/ menekankan isi

suatu berita. Hal ini nampak melalui penggunaan kata “pro dan kontra” yang muncul dua kali dalam tiga kali edisi pemberitaan, kata “polemik” yang muncul tiga kali dalam tiga kali edisi pemberitaan, serta kata “mengkritik” atau “mengkritisi” yang muncul dua kali dalam dua kali edisi pemberitaan.

Pernyataan wartawan yang muncul dalam teks berita menonjolkan makna mengenai polemik keputusan Bank Indonesia mengenai penetapan tarif *top-up* uang elektronik. Hal ini menunjukkan proses bagaimana agenda media bekerja, dalam hal ini yang dapat terlihat adalah dari segi dimensi visibilitas dimana kata yang menonjol (seperti polemik, pro-kontra, kritik), diulang 2 - 3 kali. Berbagai pernyataan wartawan Kompas.com yang muncul dalam pesan tertulis dapat mempengaruhi khalayak sehingga mereka akan berfikir jika tindakan Bank Indonesia di tengah upaya gerakan non-tunai dan aturan pemberlakuan *e-tol* tidaklah tepat sehingga dapat dikaji ulang.

1.6. Penutup

Penutup merupakan bagian akhir dari skema suatu berita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sembilan berita ditutup dengan kutipan narasumber yang berpendapat sesuai pandangannya terhadap kebijakan BI ini

dimana mayoritas mengungkapkan bahwa mereka tidak setuju. Selain itu, satu ditutup dengan informasi yang menjelaskan bagaimana aturan *top-up* uang elektronik yang dikeluarkan Bank Indonesia. Terdapat beberapa model penutup dalam objek penelitian, yaitu: model simpulan, model ringkasan, model rekatan, model spiral, model menggantung dan model kronologis. Skema berita yang ditutup dengan memperjelas perspektif ketidaksetujuan yang ingin dibentuk Kompas.com.

Dalam hal ini media memiliki peran sebagai perantara dalam pembentukan opini publik sehingga pembaca dapat terangsang secara simpati atau empati untuk bersama menolak aturan tersebut (Tamburaka, 2012: 100). Penggunaan model penutup yang beragam tersebut menunjukkan proses agenda media dimensi valensi dimana berita disajikan secara lebih variatif dan dimensi visibilitas dimana jumlah penutup model ringkasan lebih banyak dari model penutup lainnya.

b) Struktur skrip

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemberitaan yang dimuat Kompas.com mengandung unsur 5W + 1H yang lengkap. Namun dalam pengemasan berita lebih menonjolkan unsur *who* (siapa), *why* (mengapa) dan *how* (bagaimana) sementara

unsur *when* (kapan), *where* (dimana) dan *what* (apa) cenderung ditampilkan secara tersirat. Penonjolan unsur *who* dilakukan dengan tujuan agar pembaca mengetahui pihak yang mendukung dan pihak yang menolak peraturan pengenaan tarif *top-up* uang elektronik. Kompas.com memiliki kecenderungan untuk lebih banyak menunjukkan pihak yang menolak peraturan yang dibuat oleh Bank Indonesia ini atau dengan kata lain tidak menerapkan *cover both side*. Hal itu dapat dilihat dari hanya 3 pemberitaan yang menghadirkan narasumber yang cenderung pro terhadap permasalahan ini termasuk Bank Indonesia selaku pembuat kebijakan. Penonjolan unsur *why* digunakan untuk mendeskripsikan alasan keberpihakan dari berbagai pihak. Unsur *how* digunakan untuk menceritakan bagaimana wartawan dan narasumber memaknai peristiwa ini.

Penerapan proses agenda media dimensi visibilitas ditunjukkan dengan jumlah narasumber (*who*) yang tidak setuju lebih banyak ditonjolkan dibanding pihak yang setuju (7 banding 3). Sementara dari segi valensi, cara pemberitaan yang menonjolkan unsur *why* dan *how* menunjukkan Kompas.com membangun spekulasi tentang aturan tarif *top-up* uang elektronik sebagai kebijakan yang memunculkan pertentangan pandangan dari

beberapa narasumber saja. Strategi penyusunan unsur skrip dan penonjolan narasumber yang kontra dalam agenda media yang dilakukan Kompas.com membuktikan pernyataan Oetama dalam Arifin (2010: 135) bahwa objektivitas dalam pers adalah subjektivitas.

c) Struktur tematik

Struktur tematik dapat dilihat dari unsur detail, koherensi dan kata ganti yang ditampilkan. Kompas.com menunjukkan bahwa terdapat satu tema besar mengenai keputusan Bank Indonesia dalam menetapkan peraturan tarif *top-up* uang elektronik menimbulkan kesan negatif melalui penonjolan pernyataan narasumber yang cenderung menolak kebijakan *top up* uang elektronik. Hasil penelitian menunjukkan hanya terdapat tiga berita dari sepuluh berita yang secara tersirat mendukung aturan tarif *top-up* uang elektronik. Ketiga berita tersebut tidak secara lugas mendukung, namun masih saja ada kata yang tersirat menunjukkan penolakan. Terdapat satu berita yang sepenuhnya mendukung kebijakan *top up* uang elektronik namun ini hanya dari perwakilan Bank Indonesia saja selaku penentu kebijakan dan ruang yang diberipun lebih sedikit dari narasumber lainnya. Pada satu berita yang cenderung *pro*, ditonjolkan bahwa narasumber BI “tak banyak berkomentar” sehingga menimbulkan

spekulasi bahwa pihak tersebut tersudutkan atau berkedudukan lemah.

Kompas.com menunjukkan detail sudut pandang narasumber yang cukup beragam, yaitu sebagai berikut:

- Terdapat tiga berita yang menghadirkan perspektif dari masyarakat, Aprindo (Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia), seorang pengacara sekaligus sebagai pelaksana kebijakan
- Terdapat satu berita yang menghadirkan perspektif dari Bank Indonesia selaku pembuat kebijakan
- Terdapat satu berita mengenai sudut pandang menteri perekonomian sekaligus pengawas dan pelaksana kebijakan
- Terdapat lima berita yang menghadirkan narasumber dari BPTJ, bankir, Himbara (himpunan bank-bank Negara) sebagai penyelenggara dan pelaksana kebijakan
- Terdapat tiga berita yang menghadirkan narasumber dari sudut pandang pengawas kebijakan seperti OJK, perwakilan DPR Komisi XI yang membidangi ekonomi dan keuangan serta ombudsman RI
- Terdapat dua berita dari sudut pengamat kebijakan yaitu INDEF (*Institute for Development of Economics and Finance*) dan YLKI.

Dari segi penggunaan kata, terdapat detail kata sering muncul di setiap pemberitaan yaitu: kata “beban” dan “berat” yang muncul dalam enam berita dari sepuluh berita yang dianalisis. Menurut konsep Wibowo (dalam Tamburaka, 2012: 121) pengulangan kata digunakan untuk menonjolkan gagasan inti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan “tarif *top-up*” sebagai suatu hal yang membebani atau memberatkan masyarakat khususnya bagi para pengguna uang elektronik. Kompas.com tidak menunjukkan detail informasi mengenai pemberlakuan kebijakan Bank Indonesia mengenai biaya *top-up* baru akan berlaku di bulan Oktober 2017.

Berdasarkan hasil analisis struktur tematik, peneliti menemukan penerapan proses agenda media Kompas.com dalam dimensi visibilitas, dimana jumlah dan tingkat menonjolnya berita kontra sengaja dibentuk lebih dominan dibanding yang pro, agar citra negatif lebih sering muncul dalam benak khalayak terhadap peraturan ini. Kedua, agenda media dimensi valensi, dimana Kompas.com menyajikan berita dengan menggunakan kata “beban” dan “berat” untuk menggambarkan seolah-olah “tarif *top-up* uang elektronik” adalah sesuatu yang dapat menimbulkan beban bagi penggunanya.

d) Struktur retorik

Kompas.com menggunakan delapan unsur leksikon yang beragam, seperti kata: mengemuka, bakal, lantaran, tidak *fair*, menyoroti, wacana, berbenturan, kontadiktif, animo, prioritas, polemik, mengkritik keras, solusi, menggelar dan awak media. Beberapa leksikon tersebut diulang dalam satu berita maupun pada berita lain. Kata yang berulang digunakan untuk menekankan realitas bahwa peraturan tarif *top-up* uang elektronik merupakan suatu peristiwa yang menimbulkan pertentangan atau perdebatan dan berpotensi untuk mempengaruhi jalannya gerakan non-tunai.

Kompas.com menggunakan metafora yang kurang beragam, yaitu: kata menuai, menggodok atau digodok. Penggunaan istilah tersebut memiliki hubungan yaitu mengacu definisi proses dan hasil dari proses. Hal ini menunjukkan penerapan strategi pembingkaihan menurut Wibowo 2011 (Tamburaka, 2012: 121) bahwa hubungan kata atau kalimat satu dengan lainnya ditujukan untuk membangun kesamaan topik, dalam pemberitaan ini realitas yang dibangun untuk menjadi kecenderungan setuju atau tidak setuju.

Unsur pengandaian yang digunakan Kompas.com hanya terdapat pada dua berita dari sepuluh berita yang dianalisis, yaitu: kata

“bila” dan “mengibaratkan”. Kedua kata tersebut dimunculkan untuk menggambarkan kemungkinan hal yang akan terjadi jika peraturan mengenai *top-up* uang elektronik tetap diberlakukan. Namun, penggambaran tersebut justru memunculkan citra negatif terhadap peraturan tersebut.

Selain itu, dari segi penyajian unsur grafis dapat terlihat bahwa Kompas.com selalu menampilkan foto yang sesuai atau berkaitan dengan *headline* yang dibuat. Hal ini dilakukan untuk memunculkan gambaran atau inti pembahasan pada berita dalam bentuk *visual*. Bukan hanya melalui foto, namun juga terdapat tampilan video (audio visual) dengan judul “pengisian uang elektronik akan dikenakan biaya” dan “bank pemerintah pastikan tidak kenakan biaya uang elektronik”.

Unsur grafis yang ditunjukkan Kompas.com ditunjukkan dengan pemberian huruf tebal pada kata-kata yang muncul sehingga menunjukkan penonjolan, yaitu pada kata “tidak *fair*” dan “baca juga”. Selain itu, Kompas.com juga memberi warna berbeda yaitu warna biru disertai garis bawah pada kata-kata seperti “*top-up*”, “baca”, “baca juga”, “uang elektronik”, “jalan tol”, “beban”, “Darmin Nasution” dan “*e-money*”. Hal ini merupakan *hyperlink* yang digunakan untuk memudahkan pembacanya mengetahui hal-hal

yang berkaitan dengan kata tersebut. Sesuai dengan eksperimen tentang teori agenda *setting* yang dilakukan Wang (Tamburaka, 2012: 66-67) bahwa salah satu indikator berita dianggap penting adalah pemakaian fitur *hyperlink*, hal ini pula yang kemudian dilakukan Kompas.com untuk menunjukkan kepada pembacanya jika topik ini adalah hal yang penting untuk dibahas.

Media memiliki cara dalam membingkai isu dengan memilih dan memainkan kata-kata yang tepat untuk digunakan dalam menggambarkan makna tertentu, sehingga memberi dampak terhadap persepsi khalayak (Tamburaka, 2012: 120-121). Kompas.com memberikan persepsi negatif terhadap keputusan Bank Indonesia terkait peraturan tarif *top-up* uang elektronik melalui unsur leksikon, metafora dan pengandaian. Penggunaan unsur ini menunjukkan proses agenda media dimensi visibilitas dan valensi, dimana kata yang dianggap menonjol dapat semakin mempertegas makna disajikan atau ditampilkan berulang-ulang sesuai porsi dan tema berita.

Penerapan teori agenda *setting* atas dimensi dari tingkat atribut yang diungkapkan Ghanem yaitu suasana gambar, detail atau hal-hal apa saja yang dimasukkan dan bagaimana

bentuk penyajian ke dalam bingkai berita (Tamburaka, 2012: 65). Kompas.com menyajikan atau menempatkan foto di awal berita sedangkan video yang berkaitan dengan isu penetapan tarif *top-up* uang elektronik diletakkan di bagian akhir. Hal ini menunjukkan susunan/ skema agar pembaca terpancing untuk melihat gambar terlebih dahulu sesuai dengan judul yang ada di *headline*, kemudian melanjutkan membaca bagian badan berita kemudian melihat dan mendengarkan berita secara keseluruhan dalam bentuk *audio visual*. Penyajian ini terkait dengan proses agenda *setting* dalam agenda media dimensi valensi, dimana Kompas.com menyajikan berita tarif *top-up* uang elektronik dengan gambaran *visual* yang lengkap sehingga pembaca dapat membayangkan topik permasalahan ini secara lebih *real*.

KESIMPULAN

Kompas.com membingkai pesan dan mengkonstruksikan realitas bahwa kebijakan Bank Indonesia terkait aturan penetapan biaya *top-up* uang elektronik sebagai suatu masalah yang menimbulkan polemik bagi masyarakat Indonesia. Pembingkaiian pesan ini ditunjukkan melalui argumentasi yang muncul dari berbagai pihak yang saling bertentangan, dimana ada pihak yang setuju dan tidak setuju. Dalam hal ini, Kompas.com menunjukkan

kecenderungannya di pihak yang bersikap tidak setuju terhadap kebijakan yang diputuskan oleh Bank Indonesia terkait top up uang elektronik. Hal ini ditunjukkan melalui pemilihan narasumber yang tidak setuju seperti HIMBARA, YLKI, Aprindo, peneliti INDEF, perwakilan DPR dan lainnya ditampilkan lebih dominan daripada pihak Bank Indonesia yang berada di pihak setuju sekaligus selaku pembuat kebijakan.

Kompas.com juga menyajikan berita dengan mengulang kata yang berkonotasi negatif dan cukup provokatif, seperti: beban, kecewa, keberatan, tidak *fair*, kecam, polemik dan sebagainya. Selain itu, Kompas.com juga melakukan penebalan kata dan kalimat yang dijadikan sebuah *hyperlink* (penghubung ke berita terkait permasalahan). Pembingkai pesan dengan menonjolkan narasumber dan kata-kata tertentu tersebut dilakukan bersamaan dengan pengaburan fakta bahwa kebijakan Bank Indonesia mengenai biaya *top-up* sebenarnya baru akan berlaku pada bulan Oktober 2017.

Strategi wacana yang dilakukan oleh Kompas.com adalah dengan memunculkan pemberitaan sebelum pemberlakuan aturan top up uang elektronik sehingga ini merupakan hasil dari agenda media yang sengaja dimunculkan sesaat sebelum pemberlakuan

penerapan peraturan penggunaan *e-tol* untuk seluruh gerbang tol di Indonesia. Hal ini sengaja dilakukan sebagai momentum yang dapat mempengaruhi tingkat ketertarikan dan kesadaran pembaca terhadap persoalan ini.

SARAN

Penelitian ini hanya meneliti teks saja yang muncul pada media dengan menganalisis berbasis pada teori agenda setting. Sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya dapat melakukan kajian yang lebih mendalam dengan analisis teks selain *framing* dengan jumlah berita yang lebih banyak. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaitkan antara analisis teks dengan interpretasi pembacanya di skala lokal daerah maupun nasional.

Bagi masyarakat selaku pembaca media *online* sebaiknya lebih kritis lagi dalam memaknai berbagai peristiwa yang dipublikasikan oleh media. Hal ini terkait bahwa dalam pemberitaan suatu peristiwa di media massa tidak akan dapat seutuhnya berada di posisi netral dan objektif karena ada berbagai kepentingan di dalamnya sehingga muncul pembentukan realitas baru oleh pihak media itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2010. *Opini Publik*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. 2008. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

internet

https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang_elektronik/, diakses pada 3 Juni 2018
pukul 13.30 WIB

ekonomi.kompas.com, diakses pada tanggal 1 Juni 2018