

PEMBINGKAIAN PILIHAN RAYA LEGISLATIF ACEH 2014: SATU ANALISIS KANDUNGAN TERHADAP BERITA DALAM TALIAN AKHBAR KOMPAS DAN REPUBLIKA

Susanti Novarini

Universiti Sains Malaysia
nova_rii86@yahoo.co.id

Bahiyah Omar

Universiti Sains Malaysia
bahiyah@usm.my

ABSTRACT

This study examines the coverage of the 2014 legislative election in Aceh by two Indonesian national newspapers; *Kompas* and *Republika*. The objectives are to identify the dominant frame used by the two newspapers and the changes in the use of frames during the campaign and after the polling. Online news articles were selected using purposive sampling for a period of 128 days starting from 11 January to 18 May, 2014, with a total of 193 articles analyzed. This study used quantitative content analysis to achieve the objectives of the study. The results show a significant difference in the use of news frames (i.e: conflict, horse race, regional perspective and constitutional crisis frames) between *Kompas* and *Republika*. There was no significant difference in the use of human interest and issue/policy frames. It was found that issue/policy frame was the most dominant frame used by both newspapers. The study also found a significant change in the use of news frames for the two periods; during and after the election. The use of all frames was significantly higher during the election as compared to after the election except for horse race. This frame appeared more frequently after the election as the highlights of the election shifted to issues concerning victories and accomplishments of the contesting political parties and candidates.

Keywords: *framing, election, Aceh, Kompas, Republika.*

PENDAHULUAN

Media massa merupakan sumber maklumat yang dominan bukan saja kepada individu tetapi juga kepada masyarakat dalam memperoleh gambaran sebenar tentang sesuatu peristiwa yang berlaku. Menurut Rosen (2004), dalam tradisi kewartawanan politik, media adalah pemain, subjek yang aktif di ruang awam dan ia juga bukan sekadar medium atau alat yang dikendalikan oleh pihak di luar pengelola media itu. Sebagai pemain yang berpengaruh, menurut Meyer (2002), media menjadi ruang awam bagi berlakunya interaksi politik secara terbuka, membentuk kesimpulan umum politik yang boleh mengundang keghairahan respons daripada masyarakat serta membantu pembinaan realiti media dalam dunia politik.

Peranan media massa dalam komunikasi politik menggambarkan cara keseluruhan proses politik bekerjasama dengan rangkaian komunikasi sosial yang lebih luas dan pada amnya, media massa itu sendiri secara mutlaknya bersifat politik atau pun padat dengan masalah politik (Althoff & Rush, 2005). Penglibatan media dalam politik, menurut Hamad (2004) tidak semata-mata untuk mencerminkan perhatian media terhadap politik, tetapi turut mewujudkan perhubungan atas dasar suatu kepentingan di antara sebuah media dan politik yang disiarkan baik dari segi ekonomi, politik ataupun ideologi. Tugasan yang pada dasarnya dibebankan kepada media dalam bidang politik adalah untuk memenangi wacana sesuatu politik tersebut. Hal ini kerana wacana politik itu kemudiannya akan menentukan pandangan masyarakat terhadap sebuah parti politik. Menurut Gramsci (dirujuk dari Sobur, 2001), media merupakan arena pergelutan di antara ideologi yang saling bersaing. Gramsci melihat media sebagai ruang di mana pelbagai ideologi akan dibentangkan. Ini bermakna bahawa pada satu sisi, media boleh menjadi laluan untuk penyebaran sebuah ideologi, baik daripada ideologi yang berkuasa mahupun yang bertentangan dengan penguasa.

Di Indonesia, media massa memperlihatkan pasang surut sebagai saluran penyampaian maklumat. Media massa di Indonesia tidak pernah lepas daripada pengaruh dan campur tangan para penguasa tentera dan pemerintahnya. Berita yang dimuat akan disesuaikan dengan keperluan para golongan elit yang mempunyai kepentingan. Situasi ini berlaku kerana media massa merupakan sebahagian daripada subsistem komunikasi Indonesia dalam sistem sosial Indonesia dan sememangnya akan dipengaruhi oleh sub-subsistem sosial lain seperti ideologi politik dan pemerintahan negara di mana ia beroperasi (Ardianto & Erdinaya, 2004). Sesuatu realiti yang dibina oleh media merupakan hasil rumusan para wartawan yang dipengaruhi oleh faktor ideologi, sejarah dan kekuatan sosiobudaya, dan ekonomi politik media tertentu (Akhavan-Majid & Ramaprasad, 1998). Hubungan di antara ideologi dan bingkai cenderung untuk mengambil perspektif kritikal dan memberi tumpuan terhadap hubungan kuasa dan kuasa politik yang mempengaruhi bingkai media (D' Angelo, 2002; Gan et al., 2005).

Berpandukan perspektif pembingkai, kajian ini melihat pembingkai berita pilihan raya legislatif Aceh 2014 dengan mengenal pasti penggunaan jenis bingkai (iaitu: konflik, minat manusia, isu/dasar, lumba kuda, perspektif kawasan dan krisis perlembagaan) di dalam pelaporan pilihan raya ini. Oleh itu, kajian ini mengkaji berita-berita yang dilaporkan oleh dua akhbar nasional Indonesia, iaitu *Kompas* dan *Republika*, untuk mengetahui bagaimana media luar Aceh membingkai laporan berita berkaitan pilihan raya legislatif 2014 di Aceh. Akhbar *Kompas* dan *Republika* merupakan media yang mempunyai gaya pemberitaan yang berbeza, sesuai dengan ideologi masing-masing (Widya, 2008; Yunidar, 2009). Kajian ini memilih edisi dalam talian (*online*) kedua-dua akhbar tersebut kerana capaiannya yang lebih meluas dan media baru dikatakan sangat berpengaruh dalam menyebarkan isu-isu pilihan raya pada dewasa ini.

KONTEKS KAJIAN: PILIHAN RAYA LEGISLATIF ACEH 2014

Pemilihan calon legislatif di Aceh dijalankan pada 9 April 2014 dan dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah di Indonesia untuk memilih Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD) dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Pada pilihan raya legislatif tahun 2014, terdapat 15 buah parti yang terdiri daripada 12 parti politik nasional¹ dan tiga parti politik tempatan² bertanding.

Untuk wilayah Aceh, pemerintah Indonesia telah memberikan autoriti khusus dalam penubuhan parti dan pencalonan diri sebagai golongan independen. Keadaan ini sesuai dengan perjanjian damai sebelumnya yang telah disepakati di antara Indonesia dan Aceh pada tahun 2005. Melalui Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh, wilayah Aceh mendapat pelbagai kuasa dari kerajaan pusat untuk menguruskan pentadbirannya.

Pada masa pilihan raya ini, wilayah Aceh telah menyaksikan anarki politik berbanding dengan wilayah-wilayah lain di Indonesia. Hal ini kerana pilihan raya legislatif Aceh 2014 ini memperlihatkan persaingan yang sengit di antara dua parti tempatan, iaitu Partai Aceh (PA) dan Partai Nasional Aceh (PNA) yang menjadi tarikan kepada pemerhati politik tempatan mahupun media massa di Indonesia. Kedua-dua parti ini merebut kerusi jabatan pentadbiran berbanding dengan parti-parti lain. Sepanjang tempoh pilihan raya, berlaku pelbagai huru-hara seperti pembunuhan, pembakaran kereta, penembakan, penganiayaan, dan juga poster-poster calon yang bertanding dirosakkan. Keadaan ini memberi kesan yang tidak baik kepada masyarakat dan mengganggu keamanan di Aceh (*Republika.co.id*, 3 Mac, 2014).

Pilihan raya legislatif Aceh 2014 digambarkan sedemikian rupa kerana ia melalui satu proses pembentukan berita, iaitu proses pbingkaihan. Menurut Eriyanto (2002), pbingkaihan memberi fokus terhadap penyampaian teks komunikasi dan bahagian yang ditonjolkan atau dianggap penting agar maklumat dapat dilihat lebih jelas, lebih bermakna, atau lebih mudah diingat, untuk membentuk interpretasi masyarakat yang sesuai dengan perspektifnya. Bingkai media terhasil melalui skema tafsiran wartawan dalam menyusun, mengisahkan, menulis dan menekankan fakta daripada sesuatu peristiwa atau isu tertentu. Gitlin (dalam Eriyanto, 2002) menyatakan bahawa bingkai media adalah pola yang selalunya berbentuk kognitif, tafsiran dan pembentangan daripada pemilihan, penekanan, atau peminggiran. Kajian ini mengaplikasi teori pbingkaihan dalam meneliti pelaporan pilihan raya legislatif Aceh 2014.

KOMPAS.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID

Menurut Foust (2005), media dalam talian merupakan media massa yang dipersembahkan secara talian (*online*) di laman web internet. Media dalam talian merupakan media massa generasi ketiga selepas media cetak seperti akhbar, tabloid, majalah, buku dan media elektronik dan sifatnya yang mempunyai kelebihan berbanding media konvensional yang lain dan mempunyai kepentingan sendiri dalam kalangan peminat media massa. Kelebihan ini menjadi lebih terserlah apabila media massa konvensional seperti televisyen, radio dan surat khabar boleh diakses dalam bentuk talian disebabkan revolusi digital. Junaedhie (2007) berhujah bahawa sifat media dalam talian adalah boleh diakses oleh sesiapa saja dengan mudah dan cepat. Namun demikian, kelebihan ini juga memberi ruang kepada media berita talian untuk tidak menepati aspek ketepatan pemberitaan kerana mengejar kelajuan berita. Dalam melakukan aktiviti kewartawanan, media dalam talian dikatakan harus merujuk kepada kod etika pemberitaan seperti media konvensional juga.

Seperti kebanyakan media berita dalam talian, *Kompas.com* lahir daripada surat khabar *Kompas* yang merupakan salah satu surat khabar terkenal di Indonesia. *Kompas* pada awalnya adalah akhbar parti politik yang berasaskan keagamaan kristian katolik. Pada tahun 1964, Presiden Soekarno mendesak agar sebuah lembaga ditubuhkan khususnya dalam bidang persuratkhabaran. Justeru, *Kompas* berkembang menjadi akhbar milik semua agama tanpa adanya kepentingan politik. Malahan ia juga memperkenalkan garis panduan batasan persuratkhabaran yang neutral dari segi ideologi. *Kompas.com* bermula pada tahun 1995 dengan nama *Kompas Online*. Pada awalnya ia berperanan sebagai edisi internet daripada *Harian Kompas*. Kemudiannya pada tahun 1998 *Kompas Online* bertukar menjadi *Kompas.com* dengan penekanan terhadap pengembangan isi, reka bentuk dan strategi pemasaran yang baru. Prinsip pegangan *Kompas* adalah kebebasan media. Namun secara nyata, *Kompas* tidak terkecuali daripada stigma bahawa ia masih cenderung kepada agama Kristian Katolik. Anggapan demikian adalah berdasarkan sudut pandang masyarakat Indonesia, khususnya dalam kalangan yang beragama Islam. Sebagai akhbar yang mengutamakan sikap keterbukaan, meninggalkan pembahagian latar belakang suku, bangsa dan golongan, *Kompas* mengarahkan dasar redaksi nasional penulisan berita dalam usahanya untuk memupuk sikap terbuka, toleran dan kritikal dalam kalangan para pembaca.

Seperti *Kompas.com*, *Republika.co.id* juga merupakan hasil daripada perkembangan surat khabar *Republika*. *Republika* juga merupakan salah satu surat khabar nasional yang besar di Indonesia dipelopori oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). *Republika* diterbitkan pada 4 Januari, 1993. Pemberitaan dalam *Republika* dikatakan cenderung kepada pemberitaan tentang agama Islam. Malahan ia juga dianggap surat khabar yang berideologikan keislaman. *Republika.co.id* terbit pada 17 Ogos, 1995, dua tahun selepas *Harian Republika* diterbitkan. *Republika.co.id* merupakan portal berita yang menyajikan maklumat secara teks, audio dan video, yang terbentuk berdasarkan teknologi hipermedia dan hiperteks. *Republika* memaparkan Islam dari sisi yang lebih humanisme, kosmopolis dan inklusif sehingga mampu berdialog dengan pelbagai pihak. Bahan yang dipaparkan memberikan kesan kedamaian dan menggunakan pendekatan yang rasional.

Berdasarkan *Alexa The Web Information Company, Indonesia, 1 April 2014 – 30 Januari, 2015*, *Kompas.com* menduduki tempat ke-12 manakala *Republika.co.id* di tempat ke-30 dalam kalangan media massa dalam talian di Indonesia. Dari segi peratus pelawat, *Republika.co.id* mencatat 96 peratus berbanding 91.4 peratus pelawat bagi *Kompas.com*. Walaupun peratusan pelawat *Kompas.com* lebih tinggi, namun peminat *Republika.co.id* adalah lebih ramai berbanding *Kompas.com*.

Kompas dan *Republika* adalah dua media akhbar nasional di Indonesia yang bukan sahaja mempunyai liputan luas tetapi juga mempunyai pelbagai kepentingan dari sudut ekonomi, politik dan ideologi yang berbeza. Pembentukan media yang dibina dalam sebuah pemberitaan bergantung kepada siapa media berpihak dan juga kecenderungan politik dan ekonomi pemilik media itu sendiri. Dalam erti kata lain, pemberitaan media sangat dipengaruhi oleh ideologi yang melekat pada media tersebut. *Kompas* berideologi humanisme (kemanusiaan) dan bersifat terbuka, manakala *Republika* pula berideologi nasionalis keagamaan (Islam). Perbezaan yang wujud di antara kedua-dua akhbar ini dijangkakan dapat memberikan gambaran pbingkaian berita yang berbeza terhadap liputan pilihan raya legislatif di Aceh 2014. Kajian ini memilih akhbar edisi *online Kompas* dan *Republika* kerana kedua-duanya sangat berpengaruh dalam melaporkan pilihan raya tersebut dalam kalangan rakyat Indonesia dan juga warga dunia.

TEORI PEMBINGKAIAN (FRAMING)

Sejak beberapa dekad yang lalu, literatur tentang teori pembingkai telah dibangunkan dalam pelbagai bidang (Borah, 2012). Pelbagai definisi bingkai muncul sejak istilah ini diperkenalkan. Gitlin (1980) mentakrifkan bingkai sebagai pola berterusan yang menentukan pemikiran, tafsiran dan pembentangan, pemilihan, penekanan dan pengecualian yang pengendali simbol secara rutin mengatur wacana. Dengan menonjolkan aspek topik tertentu, bingkai menjadikannya lebih mudah untuk memahami peristiwa atau pun sesuatu isu. Salah satu penekanan dalam analisis pembingkai adalah memeriksa bingkai berita atau media untuk mengetahui cara ia dibentangkan dan dibincangkan dalam berita diketengahkan (de Vreese, Peter, & Semetko, 2001). Dengan menggunakan analisis pembingkai, suatu wacana yang diberitakan oleh media dapat dilihat berdasarkan ideologi berita itu dibangunkan, dipertahankan, dihasilkan semula, diubah dan diruntuhkan.

Bingkai berita ditakrifkan sebagai alat yang digunakan oleh media dan individu untuk menyampaikan, mentafsir dan menilai maklumat (Neuman et al., 1992). Mereka boleh menarik perhatian dan memberikan legitimasi kepada aspek realiti tertentu, manakala meminggirkan aspek-aspek lain (Lawrence, 2000). Bingkai berita secara berpusat menganjurkan idea kandungan berita (Ryan et al., 2001; Tankard, 2001) yang menentukan konteks dan mencadangkan isu yang digunakan dalam pemilihan, penekanan, pengecualian dan penjelasan. Sebagai salah satu ciri yang paling penting dalam teks berita (Entman, 1991; Pan & Kosicki, 1993), bingkai berita menyediakan contoh atau panduan kepada wartawan untuk menulis fakta, petikan dan unsur cerita lain ke dalam berita, serta mengarahkan tafsiran penonton atau pembaca.

Bingkai berita telah dibincangkan secara meluas dalam perdebatan berita politik. Ia memberi pemahaman tentang cara politik dilaksanakan dan idea tentang isu-isu politik tertentu yang secara tidak langsung membentuk model realiti kerja-kerja politik (Kerbel, Apee, & Ross, 2000). Proses pembingkai membantu penonton 'mencari, melihat, mengenal pasti dan melabelkan' arus maklumat (Goffman, 1974), menawarkan cara untuk menilai calon politik di samping erti dan tujuan politik (Iyengar, 1991; Iyengar & Kinder, 1987), serta merangsang cara berfikir yang berbeza tentang kempen politik dan sistem politik (Kerbel et al, 2000). Porto (2001) berhujah bahawa pembingkai mempelawa wartawan dan orang awam, terutamanya pembaca atau penonton, untuk menyusun dan mentafsir peristiwa politik dan isu-isu dalam cara yang tertentu.

William Gamson (dirujuk daripada Eriyanto, 2002) berpendapat bahawa gambaran media merupakan suatu elemen penting untuk memahami pendapat umum yang berkembang disebabkan oleh suatu isu atau peristiwa. Pendapat umum tidak cukup jika hanya berdasarkan pada suatu kaji selidik sahaja tetapi harus dihubung dan dibandingkan dengan cara media tersebut mengetengahkan sesuatu isu. Faktor-faktor yang mempengaruhi cara wartawan membingkai sesuatu isu boleh wujud dari sudut struktur sosial atau organisasi (Shoemaker dan Reese, 1996), individu atau ideologi (Tuchman, 1978). Banyak kajian yang telah dijalankan tentang hubungan di antara ideologi dan pembingkai (Edelman, 1993; Massey, 2000; Shoemaker dan Reese, 1996; D'Angelo, 2002).

Penelitian tentang pilihan raya banyak dikaji oleh para sarjana berdasarkan analisis pembingkai (Valkenburg et. al., 1999; Porto, 2001; Gan, et al., 2005; Han, 2007; Stromback & Aalberg, 2008; Widya, 2008; Yunidar, 2009; Misliah, 2010; Swafford, 2012). Selain daripada isu pilihan raya dan politik, terdapat kajian yang menggunakan teori pembingkai untuk mengkaji cara media membingkai isu selain politik seperti tingkah laku sosial (e.g. Brewer

& Kramer, 1986; Rege & Telle, 2004), isu alam sekitar (e.g: Davis, 1995; Taylor, 2000) dan isu kemanusiaan (Nickels, 2007; Dauda & Omar, 2015). Sarjana dalam bidang ini, secara umumnya menyatakan bingkai tertentu digunakan untuk menilai dan meneliti isu-isu yang berbentuk khusus atau spesifik. Fungsi bingkai berita bertujuan mengenal pasti masalah, meneliti punca, membuat penilaian moral dan mencadangkan penyelesaian (Entman, 2007, 2010). Oleh itu, pemilihan jenis bingkai berita selalunya dilakukan mengikut fungsi bingkai yang bersesuaian dengan objektif kajian. Kajian lepas menunjukkan penggunaan jenis bingkai bergantung pada isu khusus yang dikaji (Kostadinova & Dimitrova, 2012; Semetko & Valkenburg, 2006).

JENIS BINGKAI

Untuk mengkaji pbingkai berita politik, terdapat beberapa jenis bingkai berita yang digunakan oleh kajian-kajian lepas. Kajian ini mengambil enam jenis bingkai daripada kajian Semetko dan Valkenburg (2000) dan Gan et al. (2005) untuk menguji corak pbingkai yang digunakan oleh akhbar *Kompas* dan *Republika* dalam melaporkan pilihan raya legiatif Aceh 2014. Bingkai yang dikaji adalah (1) konflik, (2) minat manusia, (3) isu/dasar, (4) lumba kuda, (5) perspektif kawasan dan (6) krisis perlembagaan.

Bingkai konflik (*conflict frame*) merupakan suatu bingkai yang menekankan konflik di antara individu, kumpulan, ataupun institusi sebagai satu cara untuk menarik minat penonton (Gan et al., 2005; Bosman et al., 2008; Ha et al., 2011). Perbezaan pendapat dan perasaan tidak puas hati berkaitan isu atau kumpulan tertentu oleh kumpulan lain boleh dibingkai dalam konteks bingkai ini. Neuman et al. (dirujuk dalam Valkenburg et al., 1999) mendapati bahawa media menggambarkan beberapa bingkai utama untuk melaporkan pelbagai isu dan konflik dalam liputan berita di Amerika Syarikat. Patterson (1993) berhujah bahawa berita kempen pilihan raya disiarkan sebahagian besar adalah dalam bentuk bingkai konflik.

Bingkai minat manusia (*human interest frame*) merupakan suatu bingkai yang menggambarkan penekanan sudut emosi manusia dalam membentangkan sesuatu peristiwa, isu atau masalah (Gan et al., 2005; Valkenburg et al., 1999; Bosman et al., 2008; Ha et al., 2011). Menurut Bennet, untuk lebih berdaya saing dalam pasaran berita, wartawan dan editor bertungkus lumus menghasilkan produk yang mampu menguasai dan mengekalkan minat penonton (dirujuk dalam Semetko dan Valkenburg, 2000). Bingkai berita ini bertujuan meningkatkan kesesuaian berita, menghurai atau mengesan berita bagi menguasai dan mengekalkan minat para pembaca.

Bingkai isu/dasar (*issue/policy frame*) merujuk perkara dasar awam yang memberi penekanan yang tinggi terhadap pertukaran pendapat dalam kalangan ahli politik (Kerbel et al., 2000). Bingkai ini turut menyediakan maklumat tentang pelaksanaan dan pengusahaan isu-isu yang disokong, serta membentangkan akibat pelaksanaan isu-isu tertentu (Rhee, 1997; Gan et al., 2005; Ha et al., 2011). Ia merupakan salah satu bingkai yang berkaitan dengan masalah dasar awam dan penyelesaian, perihal kerajaan ataupun program awam, perihal calon atau kedudukan parti-parti politik tentang sesuatu isu dasar. Bingkai ini memberi tumpuan kepada dasar yang diambil oleh kerajaan untuk menangani dan mengatasi isu tersebut. Liputan media yang menggunakan bingkai ini akan memberikan maklumat lanjut tentang pencegahan dan pengawalan isu yang diketengahkan.

Menurut Gan et al. (2005), Johnson (1990) dan Porto (2001), **bingkai lumba kuda (*horse race frame*)** boleh menyampaikan pelbagai jenis maklumat strategik yang lebih tertumpu terhadap tafsiran orang awam tentang pencapaian dan motivasi calon. Sigelman dan Bullock

(dirujuk dalam Cruikshank et al., 2009) mendefinisikan bingkai ini sebagai cerita yang berkaitan dengan peluang calon untuk memenangi sesuatu pilihan raya. Hal yang sama diterapkan oleh Brookes et al., (dirujuk daripada Cruikshank et al., 2009) dalam liputan siaran pilihan raya umum 2001 British. Bingkai ini juga menunjukkan bahawa ia mengambil kira kepantasan dua atau lebih calon pengundi dalam mengejar kuantiti sokongan (Johnson, 1990; Gan et al., 2005; Ha et al., 2011; Porto; 2001). Oleh itu, bingkai ini dapat diibaratkan sebagai acara lumba kuda kerana media lebih fokus pada laporan siapa yang menang dan siapa yang kalah. Bahagian penting daripada liputan bingkai lumba kuda adalah laporan yang dibentangkan tentang keputusan undian, yang tumpuannya ialah siapa yang berada di hadapan, siapa yang semakin meningkat ataupun siapa yang terjatuh.

Menurut Gan et al. (2005), **bingkai perspektif kawasan** (*regional perspective frame*) menekankan kesan yang diberikan oleh individu atau kumpulan individu terhadap keupayaan media menimbulkan reaksi terhadap sesuatu isu, termasuk rangsangan daripada luar. Bingkai ini lebih tertumpu pada perspektif wartawan media itu sendiri dalam memberitakan sesuatu isu berdasarkan tempat media itu berasal. Bingkai ini juga menggambarkan sokongan media atau wartawan dalam mempengaruhi sesuatu isu berkaitan calon pengundi.

Bingkai krisis perlembagaan (*constitutional crisis frame*) menggambarkan peristiwa yang mengarah kepada situasi yang peraturan ditetapkan tidak menyediakan panduan yang jelas atau memadai dalam menyelesaikan urusan negara (Gan et al., 2005). Kemunculan berita yang memberi tumpuan kepada kegagalan kerajaan dalam menyelesaikan hal-hwal negara yang lepas menjadikan ia sebagai suatu isu yang dimainkan oleh wartawan dalam mempengaruhi pembaca. Bingkai ini lebih tertumpu pada program isu-isu kerajaan sebelumnya yang tidak selesai ataupun masih tidak sempurna dalam perancangannya mahupun pelaksanaannya.

HIPOTESIS

Kajian ini mengkaji perbezaan penggunaan bingkai oleh akhbar *Kompas* dan *Republika* di samping melihat perubahan penggunaan bingkai semasa dan selepas pilihan raya legislatif di Aceh 2014. Oleh itu, hipotesis kajian ini adalah seperti berikut:

H1. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai berita di antara *Kompas* dan *Republika*.

- H1a. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai konflik di antara *Kompas* dan *Republika*.
- H1b. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai minat manusia di antara *Kompas* dan *Republika*
- H1c. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai isu/dasar di antara *Kompas* dan *Republika*
- H1d. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai lumba kuda di antara *Kompas* dan *Republika*.
- H1e. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai perspektif kawasan di antara *Kompas* dan *Republika*
- H1f. Terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai krisis perlembagaan di antara *Kompas* dan *Republika*

H2. Bingkai konflik berkemungkinan menjadi bingkai berita yang dominan dalam pelaporan berita pilihan raya legislatif Aceh 2014 pada kedua-dua akhbar.

H3. Terdapat perubahan yang signifikan dalam penggunaan bingkai oleh kedua-dua akhbar semasa kempen dan selepas pembuangan undi pilihan raya.

KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah analisis kandungan kuantitatif dalam mengkaji semua laporan berita daripada *Kompas* dan *Republika* berkait pilihan raya legislatif di Aceh 2014.

Pensampelan kajian ini menggunakan teknik pensampelan bertujuan (*purposive sampling*) yang kemudiannya memasukkan semua artikel berita daripada *Kompas* dan *Republika* yang berkait kepada pilihan raya legislatif di Aceh 2014. Sampel diambil semasa kempen pilihan raya bermula dari 11 Januari 2014 sehingga 18 Mei 2014 selepas pembuangan undi. Daripada kedua-dua laman web tersebut didapati 193 buah artikel; 93 artikel dari *Kompas* dan 100 artikel dari *Republika*.

Untuk menjawab persoalan kajian dan hipotesis dalam kajian ini, artikel tersebut dibahagikan kepada dua tempoh masa yang berasingan, iaitu semasa dan selepas pilihan raya. Tempoh semasa kempen bermula dari 11 Januari 2014 sehingga 8 April 2014 (*Kompas* 82 artikel dan *Republika* 66 artikel). Manakala, tempoh selepas kempen bermula pada hari pungutan suara, iaitu dari 9 April 2014 sehingga 18 Mei 2014 (*Kompas* 11 artikel dan *Republika* 34 artikel).

Data kajian yang dianalisis termasuk artikel berita, rencana, pendapat (*opinion*), editorial, surat pembaca dan analisis media yang menunjukkan berita berkait pilihan raya legislatif di Aceh 2014. Dalam pengekodan artikel pilihan raya, tajuk utama dan bahan teks diambil sebagai unit asas analisis. Selain daripada teks itu sendiri, tajuk juga digunakan kerana dapat berfungsi sebagai isyarat awal dalam memihak satu tafsiran tertentu dengan menerapkan konsep-konsep penting dalam minda pembaca (Bleske, 1995; Gan, et al., 2005; Geer & Kahn, 1993; Pan & Kosicki, 1993; Rhee, 1997).

PENGUKURAN PEMBINGKAIAN DAN PENGEKODAN

Kajian ini memberi fokus pada jenis bingkai, iaitu bingkai konflik, bingkai minat manusia, bingkai isu/dasar, bingkai lumba kuda, bingkai perspektif kawasan, dan bingkai krisis perlembagaan, berdasarkan kajian daripada Johnson (1990), Semetko dan Valkenburg (2000), serta Gan et al. (2005).

Sebagaimana yang dibincangkan sebelum ini, bagi tajuk utama dan bahan teks, skala nominal 0 (0 = ketiadaan), 1 (1 = kehadiran), dan 2 (2 = pelbagai kehadiran) digunakan untuk menjawab setiap soalan daripada enam bingkai yang dirumuskan (lihat lampiran). Setiap bingkai terdiri daripada empat soalan yang membantu dalam mengukur sejauh mana bingkai tertentu terhasil. Untuk setiap artikel, keputusan pengekodan bagi empat soalan dalam setiap bingkai dirumuskan berasingan bagi tajuk dan badan teks, yang menghasilkan satu ukuran ordinal dengan respons skala 0-8 bagi setiap bingkai.

Pengekodan *Kompas* dan *Republika* dilakukan oleh dua orang jurukod. Sampel kajian rintis diambil secara rawak sebanyak 10% daripada jumlah sampel berita yang telah dikumpulkan sebelumnya (Norman & Streiner, 2007). Oleh itu, kajian ini mengambil 20 artikel (*Kompas* 10 artikel dan *Republika* 10 artikel) untuk diuji kebolehpercayaannya. Dengan menggunakan formula Holsti, nilai kebolehpercayaan di antara pengekod (*intercoder reliability*) adalah tinggi bagi *Kompas* (0.93) dan juga *Republika* (0.81).

HASIL KAJIAN

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan ujian t sampel bersandar (*independent sample t-test*) untuk melihat perbezaan penggunaan bingkai di antara *Kompas* dan *Republika*. Manakala, perubahan penggunaan bingkai mengikut tempoh masa, iaitu semasa dan selepas pilihan raya dikesan menggunakan ujian statistik ANOVA.

Jadual 1: Nilai Min bagi perbandingan penggunaan bingkai pada *Kompas* dan *Republika*

Pembingkai	Akhbar dalam Talian	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai-t	p
Bingkai konflik	<i>Kompas.com</i>	93	0.65	0.780	2.197	0.029*
	<i>Republika.co.id</i>	100	0.41	0.698		
Bingkai minat manusia	<i>Kompas.com</i>	93	0.75	0.890	1.801	0.073
	<i>Republika.co.id</i>	100	0.54	0.834		
Bingkai isu/dasar	<i>Kompas.com</i>	93	0.59	0.863	0.943	0.347
	<i>Republika.co.id</i>	100	0.48	0.772		
Bingkai lumba kuda	<i>Kompas.com</i>	93	0.10	0.392	2.092	0.038*
	<i>Republika.co.id</i>	100	0.25	0.609		
Bingkai perspektif kawasan	<i>Kompas.com</i>	93	0.71	0.904	2.546	0.012**
	<i>Republika.co.id</i>	100	0.41	0.712		
Bingkai krisis perlembagaan	<i>Kompas.com</i>	93	0.74	0.908	4.128	0.000***
	<i>Republika.co.id</i>	100	0.27	0.649		

Nota: Signifikan pada aras * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Hipotesis pertama meramalkan terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai di antara akhbar *Kompas* dan *Republika*. Jadual 1 menunjukkan perbezaan yang signifikan bagi penggunaan bingkai konflik ($t = 2.197$, $p = 0.029$), lumba kuda ($t = 2.092$, $p = 0.038$), perspektif kawasan ($t = 2.546$, $p = 0.012$) dan krisis perlembagaan ($t = 4.128$, $p = 0.000$). Dapatan data menunjukkan jurang perbezaan yang agak besar dalam penggunaan bingkai krisis perlembagaan di antara *Kompas* ($M = 0.74$, $SD = 0.908$) berbanding *Republika* ($M = 0.27$, $SD = 0.649$). Penggunaan bingkai prespektif kawasan dan bingkai konflik oleh *Kompas* juga lebih tinggi daripada *Republika*. Kajian ini mendapati *Republika* mengatasi *Kompas* hanya dalam penggunaan bingkai lumba kuda. Manakala, tiada perbezaan yang signifikan diperolehi bagi penggunaan bingkai minat manusia dan bingkai isu/dasar. Oleh yang demikian, H1a, H1d, H1e dan H1f diterima manakala H1b dan H1c ditolak.

Jadual 2: Pembingkai berita pilihan raya oleh *Kompas* dan *Republika*

Pembingkai	Akhbar dalam Talian	
	<i>Kompas.com</i>	<i>Republika.co.id</i>
Bingkai konflik	31 (12.7%)	18 (7.3%)
Bingkai minat manusia	34 (13.9%)	21(8.6%)
Bingkai isu/dasar	52 (21.2%)	36 (14.7%)
Bingkai lumba kuda	3(1.2%)	25(10.2%)
Bingkai perspektif kawasan	3(1.2%)	6(2.4%)
Bingkai krisis perlembagaan	4(1.6%)	12 (4.9%)

Hipotesis kedua meramalkan bingkai konflik berkemungkinan menjadi bingkai berita yang dominan dalam pelaporan pilihan raya legislatif Aceh 2014 oleh kedua-dua akhbar. Hipotesis ini terbentuk daripada hasil kajian lepas yang menunjukkan bingkai konflik kerap digunakan dalam pembingkai berita pilihan raya (Rhee, 1997; Gan et al., 2005; Ha et al., 2011). Namun, hasil kajian ini tidak menyokong dapatan kajian lepas. Jadual 2 menunjukkan bingkai yang paling dominan atau tertinggi digunakan oleh *Kompas.com* (21.2%) dan *Republika.co.id* (14.7%) adalah bingkai yang sama, iaitu bingkai isu/dasar. Oleh itu, hipotesis kedua dalam kajian ini ditolak.

Jadual 3: Nilai min pembingkai bagi tempoh semasa dan selepas pilihan raya

Pembingkai	Tempoh	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	p
Bingkai konflik	Semasa	148	0.30	0.462	8.255	0.005**
	Selepas	45	0.09	0.358		
Bingkai minat manusia	Semasa	148	0.32	0.467	3.332	0.069
	Selepas	45	0.18	0.387		
Bingkai isu/dasar	Semasa	148	0.47	0.552	0.213	0.645
	Selepas	45	0.42	0.583		
Bingkai lumba kuda	Semasa	148	0.06	0.267	31.385	0.000**
	Selepas	45	0.42	0.621		
Bingkai perspektif kawasan	Semasa	148	0.01	0.116	16.867	0.000**
	Selepas	45	0.16	0.367		
Bingkai krisis perlembagaan	Semasa	148	0.01	0.082	32.280	0.000**
	Selepas	45	0.27	0.539		

Nota: Signifikan pada aras *p < 0.05, **p < 0.001

Hipotesis ketiga kajian ini meramalkan terdapat perubahan yang signifikan dalam penggunaan bingkai oleh kedua-dua akhbar semasa kempen dan selepas pembuangan undi. Dapatan data menunjukkan penggunaan bingkai berita secara keseluruhannya adalah lebih tinggi bagi tempoh semasa pilihan raya berbanding selepas pilihan raya kecuali bagi bingkai lumba kuda yang lebih tinggi digunakan selepas ($M = 0.42$, $SD = 0.621$) berbanding dengan semasa ($M = 0.06$, $SD = 0.267$) pilihan raya. Perbezaan yang signifikan didapati bagi penggunaan bingkai lumba kuda, krisis perlembagaan, perspektif kawasan dan konflik di antara dua tempoh yang dikaji. Kajian ini mendapati penggunaan bingkai minat manusia hampir mencecah perbezaan yang signifikan ($p = 0.069$) manakala penggunaan bingkai isu/dasar di antara semasa ($M = 0.47$) dan selepas ($M = 0.42$) adalah hampir sama. Apabila diukur pada tahap signifikan yang ditetapkan ($p < 0.05$), penggunaan kedua-dua bingkai (iaitu minat manusia dan isu/dasar) bagi dua tempoh yang dikaji adalah tidak signifikan perbezaannya. Secara keseluruhannya, hipotesis ketiga dalam kajian ini diterima kerana terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan empat bingkai berita yang dikaji bagi tempoh semasa dan selepas pilihan raya.

PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Pemberitaan pilihan raya legislatif di Aceh 2014 yang dilaporkan oleh *Kompas* lebih cenderung menggunakan bingkai berita, kecuali bingkai lumba kuda, berbanding dengan *Republika*. Hal ini melambangkan bahawa *Kompas* lebih terbuka dalam melaporkan isu-isu pilihan raya Aceh. Ideologi yang lebih mementingkan kemanusiaan dan keterbukaan ini ternyata terserlah apabila *Kompas* mengutamakan isu-isu yang ingin dikenal pasti masalah dan puncanya untuk dibuat penilaian dan cadangan penyelesaian, sesuai dengan fungsi pbingkai konflik, minat manusia, isu/dasar, perspektif kawasan dan krisis perlembagaan yang tinggi penggunaannya oleh *Kompas* berbanding dengan *Republika*. Manakala, *Republika* didapati menggunakan bingkai lumba kuda lebih tinggi daripada *Kompas*. Dapatan ini secara tidak langsung menggambarkan ideologi *Republika* yang lebih mengutamakan kesejahteraan bangsa. *Republika* lebih cenderung membekalkan maklumat strategik tentang pencapaian dan motivasi calon atau parti yang bertanding daripada melaporkan berita dari sudut konflik dan krisis. Eriyanto (2001) berhujah bahawa berita merupakan hasil dari pertarungan wacana di antara pelbagai kekuatan dalam masyarakat yang selalunya melibatkan pandangan dan ideologi wartawan atau media.

Berdasarkan hasil kajian didapati bahawa bingkai yang dominan dalam kedua-dua akhbar tersebut adalah bingkai isu/dasar. Hal ini menggambarkan bahawa dalam tempoh pilihan raya legislatif di Aceh 2014 berlangsung, pemberitaan banyak berkisar tentang permasalahan dasar-dasar awam dan penyelesaian, perihal kerajaan dan program awam, dan pendirian parti-parti politik bagi sesuatu isu-isu dasar. Ke kerapannya yang tinggi bagi penggunaan bingkai ini memberi implikasi tentang agenda media untuk menuntut agar isu-isu dasar kerajaan Indonesia mahupun Aceh dapat ditangani dan diatasi. Pemberitaan tentang pilihan raya legislatif Aceh 2014 lebih tertumpu pada isu dasar berbanding dengan konflik yang sering dikaitkan dalam pbingkai berita politik dan pilihan raya. Oleh itu, dapatan kajian ini berbeza dengan kajian yang dilakukan oleh Rhee, (1997), Gan et al., (2005), Ha et al., (2011) yang mendapati bingkai konflik lebih tinggi digunakan dalam pemberitaan berkaitan isu-isu pilihan raya.

Hasil kajian ini juga mendapati perubahan penggunaan bingkai yang signifikan bagi tempoh semasa dan selepas pilihan raya bagi kedua akhbar tersebut. Dapatan-kajian ini juga konsisten dengan kajian yang dilakukan oleh Gan et al., (2005) yang menyatakan bahawa terdapat perubahan yang dominan dalam penggunaan bingkai semasa dan selepas pilihan

raya. Dalam kajian ini, penggunaan bingkai pada tempoh selepas hari pembuangan undi didapati sangat menurun berbanding dengan semasa pilihan raya. Namun, corak yang sebaliknya ditunjukkan dalam penggunaan bingkai lumba kuda. Kajian ini menunjukkan bingkai lumba kuda lebih tinggi digunakan bagi tempoh selepas berbanding dengan sebelum pilihan raya. Hal ini bertepatan dengan fungsi bingkai lumba kuda yang tertumpu pada penyaluran maklumat tentang pencapaian calon dan parti politik yang terlibat dalam pilihan raya tersebut. Adalah wajar dikatakan bahawa berita selepas pilihan raya lebih tertumpu pada prestasi ahli atau parti politik yang menang.

Perbandingan di antara penggunaan bingkai berita bagi tempoh semasa dan selepas pilihan raya juga mendapati tiada perubahan yang signifikan dalam penggunaan bingkai minat manusia dan isu/dasar. Walaupun dapatan data menunjukkan penggunaan kedua-dua bingkai ini lebih tinggi bagi tempoh semasa berbanding dengan selepas pilihan raya, namun jurang perbezaan tersebut tidak signifikan. Keadaan ini menunjukkan wartawan *Kompas* dan *Republika* tetap memberi perhatian kepada isu dasar dan minat manusia walaupun selepas tempoh pembuangan undi. Justeru, dapat ditafsirkan bahawa keutamaan yang ditekankan oleh wartawan dan media terhadap perancangan untuk melaksana atau mengusahakan isu-isu dasar yang disokong. Oleh itu, penggunaan bingkai isu/dasar masih dominan selepas tempoh pilihan raya. Manakala, penggunaan bingkai minat manusia tetap mendapat perhatian kerana persaingan dalam pasaran berita yang sememangnya mengutamakan berita yang mampu menguasai dan mengekalkan minat audiens.

KESIMPULAN DAN CADANGAN KAJIAN AKAN DATANG

Sebagai kesimpulan, hasil kajian ini menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan dalam penggunaan bingkai berita oleh akhbar *Kompas* dan *Republika*, kecuali bagi penggunaan bingkai minat manusia dan bingkai isu/dasar. Kajian ini mendapati kedua-dua akhbar banyak menggunakan bingkai isu/dasar dalam pelaporan berita tentang pilihan raya Aceh 2014. Dapatan ini menjadikan bingkai isu/dasar adalah yang paling dominan penggunaannya oleh kedua-dua akhbar. Dari segi kekerapan penggunaan bingkai tertentu, *Kompas* dilihat menggunakan bingkai berita yang lebih tinggi berbanding dengan *Republika*. Kajian ini juga mendapati penggunaan bingkai berita adalah lebih tinggi bagi tempoh semasa berbanding dengan selepas pilihanraya. Penggunaan bingkai minat manusia dan bingkai isu/dasar didapati tidak berbeza bagi tempoh semasa dan juga selepas pilihan raya.

Perbezaan penggunaan bingkai di antara kedua-dua akhbar dalam talian ini didasari oleh perbezaan ideologi akhbar itu sendiri. Pendirian wartawan dan media dalam membentuk sesuatu berita bergantung kepada pendirian media itu sendiri. Dilihat daripada pendirian kedua-dua akhbar nasional ini terhadap pelaporan berita wilayah Aceh, khususnya pilihan raya legislatif di Aceh 2014, kesan yang ditimbulkan oleh konflik Aceh dan Indonesia yang terdahulu masih dirasai dalam pelaporan beritanya. Justeru, berita pilihan raya ini lebih tertumpu pada isu dasar berbanding dengan isu-isu lain.

Kajian ini dilakukan terhadap akhbar dalam talian *Kompas* dan *Republika*. Kedua-dua akhbar adalah akhbar nasional Indonesia. Kajian akan datang boleh mengambil kira akhbar jenis tempatan dalam membuat perbandingan penggunaan bingkai berita. Kajian tentang kategori lain seperti tema berita, jenis berita, saiz, arah berita dan lain-lain juga boleh dipertimbangkan untuk kajian akan datang. Di samping itu, pendekatan kaedah kualitatif atau gabungan kaedah kuantitatif dan kualitatif bagi memperoleh dapatan kajian yang lebih menyeluruh turut digalakkan.

NOTA AKHIR

¹ Partai nasional yang terlibat adalah Partai Nasional Demokrat (NasDem), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golongan Karya (GOLKAR), Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA) Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA), Partai Bulan Bintang (PBB), dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)

² Partai tempatan yang terlibat adalah Partai Damai Aceh (PDA), Partai Nasional Aceh (PNA), dan Partai Aceh (PA)

RUJUKAN

- Alexa.com. Site info: kompas.com Retrieved 15 Februari, 2015, from <http://www.alexacom/siteinfo/kompas.com>
- Alexa.com. Site info: kompas.com Retrieved 15 Februari, 2015, from <http://www.alexacom/siteinfo/republika.com>
- Akhavan-Majid, R. & J. Ramaprasad (1998). 'Framing Beijing: Dominant ideological influences on the American press coverage of the fourth UN conference on women and the NGO forum', *Gazette* 62(1), 45–59.
- Althoff, P., & Rush, M. (2005). *Pengantar sosiologi politik* (11th). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, E., & Erdinaya, L.K. (2004). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media
- Bleske, G.L. (1995). Schematic frames and reader learning: The effect of headlines. paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, DC.
- Borah, P. (2012). Does it matter where you read the news story? Interaction of incivility and news frames in the political blogosphere. *Communication Research*. 1–19.
- Bosman, J., & d'Haenens, L. (2008). News Reporting on Pim Fortuyn: Framing in two Dutch newspapers. *Media, Culture & Society*, Vol. 30(5), 735-748.
- Brewer, M. B., & Kramer, R. M. (1986). Choice behavior in social dilemmas: Effects of social identity, group size, and decision framing. *Journal of personality and social psychology*, 50(3), 543.
- Cruikshank, & Sally A. (2009). U.S. presidential election coverage on the global stage: A content analysis of 2008 election coverage on *Al Jazeera*, the *BBC*, and *Russia Today*, *Journalism*, Doc. no. ohiou1257343199.
- Dauda, S. & Omar, B. (2015). News sourcing of the 2011 Somali famine: A comparison between PANAPRESS and Reuters. *Global Media Journal – Malaysian Edition*, 5(1), 77-97
- Davis, J. J. (1995). The effects of message framing on response to environmental communications. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(2), 285-299.
- D'Angelo, P. (2002). 'News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman', *Journal of Communication* 51(4), 870–88.
- Edelman, M.J. (1993). 'Contestable categories and public opinion', *Political Communication* 10, 231–42.

- Entman, R. M. (1991). Framing U.S. coverage of international news: Contracts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6-27.
- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKIS.
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing: konstruksi, ideologi, dan politik media*. Yogyakarta: LKIS.
- Foust, J.C. (2005). *Online journalism: principles and practices of news for the Web*. Arizona: Holcomb Hathaway Publishers
- Fransiska, K.E. (2009). Objektivitas pemberitaan peserta partai politik tahun 2009 dalam periode kampanye pemilihan legislatif di *Koran Nasional*. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 3(2), 152-160.
- Gan, F., J. Teo & B. Detember (2005). Framing the battle for the White House: A comparison of two national newspapers. Coverage of the 2000 United States Presidential Election', *Gazette* 67(5), 441-67.
- Geer, J.G. & K.F. Kahn. (1993). 'Grabbing attention: An experimental investigation of headlines during campaigns', *Political Communication* 10(2), 175-91.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Ha, J. & Onyebadi, U.T. (2011). Horse race or policy? An analysis of South Korean newspaper coverage of 2008 U.S. presidential election. Paper presented at the annual meeting of the International communication association, TBA, Boston.
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi realitas politik dalam media massa: Sebuah studi critical discourse analysis terhadap berita-berita politik*. Jakarta: Granit
- Han, G. (2007). Mainland China frames Taiwan: How China's news websites covered Taiwan's 2004 presidential election. *Asian Journal of Communication*. 17 (1), 40-57.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Johnson, T.J. (1990). 'Filling out the racing form: How the media covered the horse race in the 1988 primaries', *Journalism Quarterly* 68(3), 89-101.
- Junaedhie, K. (2007). *Ensiklopedi pers Indonesia*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Kerbel, M. R., Apee, S., & Ross, M. H. (2000). PBS ain't so different: Public broadcasting, election frames, and democratic empowerment. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 5(4), 8-32.
- Kovack, B. (2001). *9 elements of journalism*. New York: The Rivers Press.
- Lawrence, R. G. (2000). Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news. *Political Communication*, 17, 93-114.
- Massey, B.L. (2000). 'How three Southeast-Asian newspapers framed "The Haze" of 1997-98', *Asian Journal of Communication*, 10(1), 72-94.
- Meyer, T. (2002). *Media democracy: How the media colonize politics*. London: Polity Press.
- Misliyah. (2010). Komunikasi politik melalui media massa pasangan Mochtar Muhammad – Rahmat Effendi (MuRah) dalam *Pilkada Walikota Bekasi Periode 2008-2013*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Neuman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Neuberger, C., Tonnemacher, J., Biebl, M., & Duck, A. (1998). Online the future of newspapers? Germany's dailies on the World Wide Web. *Journal of computer-mediated communication*, 4(1), 0-0. doi: 10.1111/j.1083-6101.1998.tb00087.x.
- Nickels, H. C. (2007). Framing asylum discourse in Luxembourg. *Journal of Refugee Studies*, 20(1), 37-59.
- Norman, G. R., & Streiner, D. L. (2007). *Biostatistics: The bare essentials*: Pmph-usa.
- Pan, Z., & Kosicki, G.M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse, *Political Communication*, 10 (1), 55-75.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of order*. New York: Vintage Press.
- Porto, M.P. (2001). Framing the 2000 US presidential election: The coverage by the Brazilian media. *International Communication Association (ICA)*. Washington D.C. United States.
- Rege, M., & Telle, K. (2004). The impact of social approval and framing on cooperation in public good situations. *Journal of public Economics*, 88(7), 1625-1644
- Republika, (2014). Caleg Partai Nasional Aceh yang tewas ditembak sempat dikunjungi orang tak dikenal. Retrieved Januari 12, 2015, from <http://regional.kompas.com/read/2014/03/03/1831087/Caleg.Partai.Nasional.Aceh.yang.Tewas.Ditembak.Sempat.Dikunjungi.Orang.Tak.Dikenal>
- Rhee, J.W. (1997). 'Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects', *Journal of Communication*, 47(3), 26-48.
- Rosen, J. (2004). The Press is a player. Retrieved December 12, 2012, from http://www.opednews.com/rosen0104_press_is_player.htm
- Ryan, C., Carragee, K. M., & Meinhofer, W. (2001). Theory into practice: framing, the news media, and collective action. *Journal of broadcasting & electronic media*, 45(1), 175-182.
- Semetko, H.A. & P.M. Valkenburg. (2000). 'Framing European politics: A content analysis of press and television news', *Journal of Communication* 50(2), 93-109.
- Shoemaker, & Reese, S.D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. New York: Longman.
- Sobur, A. (2001). *Analisis teks media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stromback, Jesper, & Aalberg, T. (2008). Election news coverage in democratic corporatist countries: A comparative study of Sweden and Norway. *Journal Scandinavian Political Studies*, 31(1)
- Sudibyo, A. (2001). *Politik media dan pertarungan wacana*. Yogyakarta: LKSI.
- Swafford, S.C. (2012). Framing in community newspapers' coverage of local elections. A Thesis Presented to the Faculty of the Graduate School University of Missouri-Columbia.
- Tankard, J.W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy Jr., & A. E. Grant (Eds.). *Framing public life* (pp.95-106). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Taylor, D. E. (2000). The rise of the environmental justice paradigm injustice framing and the social construction of environmental discourses. *American behavioral scientist*, 43(4), 508-580.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Valkenburg, P.M., Semetko, H.A., & Vreese, C.H. (1999). The effects of news frames on readers; thoughts and recall, *Communication Research*, 26, 550.

- de Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18, 107-122.
- Widya, M.V. (2008). Pemberitaan pers tentang *Pilkada DKI Jakarta 2007: Analisis framing pemberitaan harian umum Kompas dan Republika edisi tanggal 4 Juli s.d 4 Agustus, 2007*). Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Yunidar. (2009). *Analisis framing terhadap pemberitaan Kompas dan Republika Selama Darurat Militer di Aceh*. Ar-Rijal Institute (3), 997-1006.
- Luskin, R. C. (1990), Explaining Political Sophistication, *Political Behaviors*, 12 (4), 331-61, in O'Neil, B. (2009). *The Media's Role in Shaping Canadian Civic and Political Engagement*, (University of Calgary), *The Canadian Political Science, Review* 3 (2) June 2009.
- McCourt, W. (2010). Civic Non-engagement in Malaysia. Center for Organizations in Development. Working Papers- No.2/2010, Institute for Development Policy and Management School of Environment and Development, Manchester/UK. ISBN: 978-1-905469-20-8.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (pp. 248-269). (6th Ed.). London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Mohd Sani, M. A. (2009). The Emergence of New Politics in Malaysia, from Consociational to Deliberative Democracy. *Taiwan Journal of Democracy*, 5 (2), 97-125.
- Nguyen, J. (2010). The States of Social Networks: Worldwide, US, Asia, Pacific and Malaysia, Comscore, INC., Viewed on 7 July 2010, in Mun, W. F., Meili, L., & Fernandez, M. L. (2011). Social Life Connects the World: Malaysian Youth's Usage Behavior of Social Network Sites. *International Journal of Arts and Sciences*, ISSN: 1944-6934: 4 (3), 157-178.
- PEW Research Center for the People and the Press (2006). Available at: <http://www.people-press.org/>.
- Rahim, A. S., Pawanteh, L., & Salman, A. (2012). Citizenship Norms and the Participation of Young and Adults in a Democracy. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Human Science and Engineering*, 6 (4), 2012.
- Stafford, T., F., Stafford, M., R., Lawrence, L., S. (2004). Determining Uses and Gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35 (2): 259-288.
- Surborg, B. (2008). Online with the People in line: Internet Development and Flexible Control of the Net in Vietnam. *Geoforum*, 39,344-357. Retrieved from Direct Science Database, in Wui, K. L. T. (2008). *Determinants of Voting Behavior in 2008 Malaysian General Election*, University Tunku Abdul Rahman.
- Tankard, J., & James, W. (2000). *New Media Theory, Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media*. Addison Wesley Longman.
- UNESCO. (2010). "Media and Information Literacy Curriculum for Teachers". United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNICEF. (2008). *Innovations in Civic Participation Country Profile for Service News Worldwide*, cited in *Young People's Civic Engagement in East Asia and the Pacific, a Regional Study Conducted by Innovations in Civic Participation*. UNICEF. EAPRO, Bangkok.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Wagstaff, J. (2010). *Southeast Asian Media: Patterns of Production and Consumption, a Survey of National Media in 10 countries of Southeast Asia*. Open Society Foundation. Retrieved from: www.opensocietyfoundations.org.
- Weiss, L. M. (2012). *Politics in Cyberspace: New Media in Malaysia*. Media Asia Series. Germany: Friedrich Ebert Stiftung.
- West, R., & Turner, H., L. (2007). *Introducing Communication Theory*. McGraw-Hill. pp. 392-409.
- Wok, S., Tamam, E., Bolong, J., and Abdul Mutani, Z. (2011). *Pattern of News Media Consumption and News Discussion among Youth: a Test of Agenda Setting Theory*. Paper Prepared for International Communication and Media Conference (ICOME'10) Communication and Society: Challenges and Engagement, 18-20 June 2010.
- Yin, Y. (2005). *Assessing the Level of Unity and Integration in Malaysia using the System Dynamics Simulation Model*. yappunyayin@yahoo.com. Retrieved from: <http://www.systemdynamics.org/conferences/2008/proceed/papers/YAP455.pdf>.