

TESIS

**ANALISIS FRAMING BERITA TENTANG GIBRAN SEBAGAI CALON
WAKIL PRESIDEN (CAWAPRES) 2024 PADA MEDIA ONLINE
PERIODE OKTOBER-NOVEMBER 2023**

*ANALYSIS OF NEWS FRAMING ABOUT GIBRAN AS A VICE
PRESIDENTIAL CANDIDATE (CAWAPRES) 2024 IN
ONLINE MEDIA FOR THE PERIOD OF
OCTOBER-NOVEMBER 2023*

AMRIANI

E022222011



**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**ANALISIS FRAMING BERITA TENTANG GIBRAN SEBAGAI CALON
WAKIL PRESIDEN (CAWAPRES) 2024 PADA MEDIA *ONLINE*
PERIODE OKTOBER-NOVEMBER 2023**

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

AMRIANI

E022222011

Kepada

PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024



TESIS

ANALISIS FRAMING BERITA TENTANG GIBRAN SEBAGAI CALON WAKIL PRESIDEN (CAWAPRES) 2024 PADA MEDIA ONLINE PERIODE OKTOBER-NOVEMBER 2023

Disusun dan diajukan oleh


AMRIANI

E022222011

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **04 November 2024**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui


Pembimbing Utama,


Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si
Nip. 196312101991031002


Pembimbing Pendamping,


Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si
Nip. 197012311998021002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,


Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si
71991031004

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,


Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si
Nip. 197508182008011008



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amriani

Nim : E022222011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan atau pemikiran orang lain. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 04 November 2024

Yang menyatakan


Amriani



PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt atas berkat, rahmat, dan hidayah- Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan tesis dengan judul “*Analisis Framing Berita tentang Gibran sebagai Calon Wakil Presiden (Cawapres) 2024 pada Media Online Periode Oktober-November 2023*” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Magister (S2) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Dalam penyusunan tesis ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual baik langsung maupun tidak langsung, terutama kepada yang saya hormati:

1. Kedua orang tua penulis Ayahanda tercinta Adi Samsi dan Ibunda tercinta Kasma, yang telah mendukung dan selalu mendoakan penulis untuk terus melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, memberikan motivasi serta doa, bantuan materi dan moral yang tidak ternilai, sehingga penulis mampu menyelesaikan Pendidikan Strata Dua (S2) di Universitas hasanuddin.



isi penasehat Bapak Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si. selaku bimbing I dan Bapak Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si. selaku

pembimbing II dalam penulisan tesis ini yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberi bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan tesis ini sehingga penyusunan tesis ini dapat berjalan dengan lancar. Atas kesabaran dan motivasinya penulis ucapkan banyak terima kasih.

3. Bapak Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan dorongan dan arahan agar penulis bisa mendapatkan banyak informasi sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini sesuai target waktu yang telah direncanakan.
4. Komisi Penguji, bapak Dr. Mursalim, M.Si., bapak Dr. Kahar, M.Hum., dan bapak Dr. Hasrullah, MA., yang telah memberikan saran dan kritik yang sangat bermanfaat dalam perbaikan tesis ini.
5. Segenap Guru Besar serta Staff pengajar Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah membekali ilmu, khususnya Ilmu Komunikasi yang sangat berguna bagi pengembangan pengetahuan di masa mendatang.
6. Saudara-saudara kandung saya Amran, Asnia, dan Akmal Saputra yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Hasanuddin 2022 Genap “Dinamika” atas



ada dukungan, motivasi, dan kebersamaannya. Khususnya sahabat-sahabat seperjuanganku yang selalu menemani proses saya selama

pengerjaan tesis ini yakni Iva Anugrahwati, Nindy Yulianda, dan Nurfaindah, semoga kita semua bisa memberikan manfaat bagi orang banyak.

8. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan namanya satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam rangka penyelesaian tesis ini.

Penulis yakin bahwa sekecil apapun yang diberikan tentu akan sangat bermanfaat bagi penulis dimasa yang akan datang. Atas segala bantuannya, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berdoa agar Allah SWT dapat membalasnya dengan beribu-ribu kebaikan. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Aamiin Yaa Robbal Aalamiin. Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 04 November 2024

Amriani



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Tinjauan Konsep dan Teori.....	22
1. Paradigma Konstruktivisme	22
2. Konsep Konstruksi Realitas Sosial	25
3. Media Massa sebagai Sarana Konstruksi.....	29
4. Media Online.....	34
5. Berita dan Pemberitaan Politik.....	35
6. Pemilihan Umum (Pemilu)	43
7. Konsep Framing.....	46
8. Analisis Framing Model Robert N Entman	52
9. Teori <i>Agenda Setting</i>	56
C. Kerangka Pikir	60
METODOLOGI PENELITIAN.....	61
Pendekatan dan Jenis Penelitian	61
Objek dan Waktu Penelitian	62



C. Sumber Data	62
D. Teknik Pengumpulan Data	63
E. Teknik Analisis Data	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Strategi Penonjolan Isu	66
1. Kompas.com	66
2. Detik.com	67
3. Tempo.co	69
B. Strategi Pembingkaihan Isu	74
1. Kompas.com	74
2. Detik.com	104
3. Tempo.co	136
C. Pembahasan	170
1. Perbandingan <i>Frame</i>	170
2. Konstruksi Pemberitaan	179
BAB V PENUTUP	192
A. Kesimpulan	192
B. Saran	194
DAFTAR PUSTAKA	196
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rekapitulasi Berita	72
Tabel 4.2 Framing Kompas.com Sorotan Media Internasional	78
Tabel 4.3 Framing Kompas.com Tanggapan Jokowi.....	82
Tabel 4.4 Framing Kompas.com Dampak PDI-P.....	92
Tabel 4.5 Framing Kompas.com Tanggapan Tokoh Politik.....	99
Tabel 4.6 Framing Kompas.com Isu Campur Tangan Iriana.....	103
Tabel 4.7 Framing Detik.com Sorotan Media Internasional.....	108
Tabel 4.8 Framing Detik.com Tanggapan Jokowi.....	110
Tabel 4.9 Framing Detik.com Dampak PDI-P.....	119
Tabel 4.10 Framing Detik.com Tanggapan Tokoh Politik.....	131
Tabel 4.11 Framing Detik.com Isu Campur Tangan Iriana.....	135
Tabel 4.12 Framing Tempo.co Sorotan Media Internasional.....	139
Tabel 4.13 Framing Tempo.co Tanggapan Jokowi.....	142
Tabel 4.14 Framing Tempo.co Dampak PDI-P.....	153
Tabel 4.15 Framing Tempo.co Tanggapan Tokoh Politik.....	164
Tabel 4.16 Framing Tempo.co Isu Campur Tangan Iriana.....	169
Tabel 4.17 Perbandingan Frame.....	171



ABSTRAK

AMRIANI. *Analisis Framing Berita tentang Gibran sebagai Calon Wakil Presiden (Cawapres) 2024 pada Media Online Periode Oktober November 2023* (dibimbing oleh Miqbal Sultan dan Muliadi Mau).

Penelitian ini bertujuan menganalisis framing berita Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) di media *online* Kompas.com, Detik.com, dan Tempo.co. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan framing analisis model Robert N. Entman yang terdiri atas empat elemen yaitu *define problem*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Adapun media *online* yang menjadi objek penelitian adalah Kompas.com, Detik.com, dan Tempo.com yang memberitakan tentang Gibran sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari teks berita yang dipublikasikan di ketiga media *online* yang diteliti periode 22 Oktober 2023 sampai dengan 30 November 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memberitakan Gibran sebagai cawapres Kompas.com mencoba untuk tetap netral dengan menyajikan berbagai sudut pandang yang berbeda meskipun terdapat berita yang tendensi negatif terhadap Gibran. Adapun framing yang dilakukan Detik.com cenderung menguatkan citra positif dari Gibran seperti banyak memberitakan deklarasi dukungan. Berbeda halnya dengan Tempo.co, yang secara konsisten menyoroti kontroversi dan kritik yang muncul terutama menyoroti dugaan upaya membangun dinasti politik oleh Presiden Joko Widodo.

Kata kunci: cawapres, framing media, Gibran media *online*



ABSTRACT

AMRIANI. *An Analysis of News Framing about Gibran as a Vice-Presidential Candidate (Cawapres) 2024 in Online Media for the Period of October-November 2023* (supervised by M Iqbal Sultan and Muliadi Mau)

This study aims to analyze the news framing of Gibran Rakaburing Raka as a vice-presidential candidate (cawapres) in the online media Kompas.com, Detik.com, and Tempo.co. The method used was qualitative descriptive with a framing analysis approach using Robert N. Entman's model consisting of four elements, namely defining problem, diagnosing causes, making moral judgment, and treatment recommendation. The online media that were the objects of the study were Kompas.com, Detik.com, and Tempo.co reporting about Gibran as a vice-presidential candidate (cawapres) 2024. The data sources in this study came from news texts published in three online media studied for the period of 22 October 2023 to 30 November 2023. The results of the study show that in reporting Gibran as a vice-presidential candidate, Kompas.com tries to remain neutral by presenting different points of view even though there is news that tends to be negative towards Gibran. Meanwhile, the framing carried out by Detik.com tends to strengthen the positive image of Gibran, such as reporting many declarations of support. This is different from Tempo.co, which consistently highlights the controversies and criticisms that arise, especially highlighting the alleged efforts to build a political dynasty by President Joko Widodo.

Keywords: vice presidential candidate, media framing, Gibran, online media



Optimized using
trial version
www.balesio.com

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa menjadi salah satu sarana penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Menurut Nurudin dalam (Fitria, 2019) komunikasi massa yang meliputi media cetak dan elektronik adalah jenis komunikasi yang dapat menjangkau massa sebanyak mungkin dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Pendapat lain menurut Bungin mengatakan bahwa media massa termasuk ke dalam media komunikasi dan informasi yang bertujuan untuk menyebarkan segala jenis informasi massal yang dapat diakses oleh siapapun. Ditinjau dari segi makna, media massa juga menjadi alat penyebarluasan opini, berita, isu, dan sebagainya. Melalui media massa, segala bentuk informasi, gagasan, sudut pandang, serta wacana saling bertukar sehingga mencerminkan kehidupan masyarakat. Dalam masyarakat modern, media sudah tertanam pada kehidupan sosial. Artinya tidak ada persoalan sosial yang tidak melibatkan media (Habibie, 2018).

Seiring perkembangan zaman, teknologi sangat mempengaruhi peran media massa itu sendiri. Beragamnya informasi yang dapat dengan mudah diakses melalui internet tidak bisa lepas dari kegiatan komunikasi dan penyebarluasan informasi. Juditha dalam (Faradilla et al., 2021) mengungkapkan jika keberadaan internet mampu menyuguhkan berbagai



informasi bahkan sekarang melampaui keberadaan media u seperti koran, majalah, serta radio. Sama seperti media massa

lain, media online memiliki karakteristik tersendiri dalam menyebarkan informasi aktual secara cepat pada publik. Informasi yang menyangkut bagian dari kehidupan sehari-hari, seperti permasalahan sosial, politik, ekonomi, selebritas, kesehatan, hingga kriminal menjadi beberapa topik yang sering diberitakan.

Kemudahan dalam mengakses segala bentuk informasi yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja inilah, yang salah satunya membuat media online mempunyai keunggulan lebih dibanding media konvensional lain. Media online tidak pernah menjadwalkan kapan sebuah informasi atau berita akan disampaikan dan dipublikasikan sehingga masyarakat tak perlu repot dalam mencari apa saja kejadian yang sedang terjadi sebab media online sudah menyajikannya lebih dulu. Sebagai bentuk transformasi adaptif dari media massa, media online menjadi jawaban dalam menghadapi tantangan era digital seperti sekarang (Fajar et al., n.d., 2022).

Dengan semakin tingginya pengguna internet maka semakin besar pula tingkat kebutuhan informasi publik. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia menyentuh angka 215,63 juta pada tahun 2022-2023. Hasil Survei Penetrasi Internet yang dilakukan pada tanggal 10-27 Januari 2023 ini, memperlihatkan adanya jumlah peningkatan sebesar 2,67% dibanding periode sebelumnya (Finka et al., 2023). Hal ini yang kemudian melatarbelakangi masifnya keberadaan media online di Indonesia. Dari data Dewan Pers, setidaknya



11 media online yang sudah resmi terverifikasi pada bulan Januari tahun ini didominasi oleh 902 perusahaan media. Dengan sekian

banyaknya jumlah media tersebut, berikut beberapa deretan situs berita yang paling aktif dalam mempublikasikan berita kepada masyarakat (Rizaty, 2023).

Gambar 1.1
Grafik Situs Berita Paling Dipercaya



Sumber: Databoks, (2023)

Media mainstream yang merajai pasar digital pada Gambar 1.1 juga termasuk situs berita yang paling dipercaya warga Indonesia pada tahun 2023, penulis memilih Kompas.com, Detik.com, dan Tempo.co sebagai media yang akan diteliti. Pemilihan ketiga portal berita *online* tersebut didasari pada laporan survei Reuters Institute terbaru bertajuk *Digital News Report 2023*. Kompas.com berada pada peringkat pertama sebagai media *online* yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia dengan 69 persen. Sementara itu, Detik.com berada pada peringkat lima sebagai media *online* yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia dengan 63 persen. Serta Tempo.co berada pada peringkat keenam sebagai media *online* yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia dengan 60 persen. Hasil rilis ini selalu

e setiap bulannya.



Melalui kekuatan yang ada pada media online selanjutnya dapat menentukan pemberitaan seperti apa yang sedang dibicarakan oleh khalayak. Dengan adanya jenis pemberitaan tersebut, maka terbentuklah kesadaran atau suatu persepsi bersumber dari hal-hal yang disampaikan oleh media itu sebelumnya. Meskipun media-media pada Gambar 1.1 memiliki ciri khas tersendiri di dalam menyampaikan informasi, tetapi beberapa topik atau isu yang diangkat kurang lebih sama.

Seperti halnya persoalan jelang pemilihan umum (pemilu) tahun 2024 mendatang yang menjadi topik perbincangan khalayak ramai. Media kembali memainkan peran besar di dalam kehidupan politik karena hampir sebagian masyarakat mengandalkan media online untuk mendapatkan informasi terkait pemberitaan jelang pemilu 2024 (Newton & Deth, 2021). Dalam wawancara yang dikutip pada laman berita Republika.co.id, Direktur Komunikasi Indonesia Indikator (I2) Rustika Herlambang, menyampaikan riset berjudul “Indonesia Recap 2022”. Hasil risetnya adalah sepanjang tahun 2022 setidaknya 8.244 situs berita online mempublikasikan berita sebanyak 20.194.242 selama kurun waktu satu tahun terakhir, yakni dari tanggal 1 Januari – 20 Desember 2022. Dari keseluruhan topik pemberitaan ini, jumlah pemberitaan tentang politik atau pemilihan umum 2024 sebanyak 973.647 berita.

“Pemberitaan Pemilu 2024 hampir mendekati angka 1 juta dalam setahun terakhir, proses persiapan menuju pemilu terus didengarkan media.”



ustika turut menambahkan beberapa topik pemilu yang seringkali meliputi strategi politik para elit politik, berbagai kesiapan dan

pelaksanaan agenda pemilu, kandidat yang memiliki potensi menjadi presiden serta wakil presiden, hasil riset atau survei yang dilakukan oleh berbagai lembaga survei, wacana koalisi partai, verifikasi partai politik, dan lain sebagainya. Dari beberapa topik tersebut pada dasarnya selalu menjadi isu yang dibicarakan setiap hari dan selalu ada dalam agenda media (Hafil, 2023).

Masifnya wacana pemberitaan pilpres yang diberitakan oleh media dan berkelanjutan sejak awal tahun 2022 hingga 2023 ini dimuat oleh berbagai situs berita online. Seluruh pemberitaan yang memberitakan peristiwa jelang pilpres 2024 menegaskan bahwasanya dominasi topik berita pilpres akan terus menjadi berita utama hingga memasuki tahun 2024. Menurut (Triantanto et al., 2023) berita politik pada situs berita online ditulis secara bergantian untuk selanjutnya dipublikasikan dengan berbagai judul yang beragam tetapi tetap dalam topik yang sama, khususnya topik menjelang pilpres 2024. Umumnya pemberitaan berlangsung dengan bertahap, yaitu terbagi menjadi dua kondisi, pra pemilu dan pasca pemilu. Untuk tahap pra pemilu sendiri memberitakan mengenai bakal calon presiden dan bakal calon wakil presiden yang diajukan oleh partai pengusung. Sedangkan pada tahap pasca pemilu akan menyajikan berita tentang koalisi sejumlah partai yang akan menduduki kursi di parlemen.

Seiring menuju tahun politik sekaligus pergelaran pesta politik yang akan dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2024, topik pemilu khususnya



2024 senantiasa menarik perhatian, reaksi, hingga beragam an publik. Pasca pilpres tahun 2019 lalu, dinamika politik terus

berubah-ubah dari waktu ke waktu. Para aktor politik, partai pengusung, serta berbagai peristiwa yang berhubungan tentang pilpres kerap diberitakan oleh media. Tak dapat dipungkiri jika setiap ada pertemuan yang melibatkan dua tokoh politik atau lebih, baik dari kubu atau pihak yang berbeda maka memunculkan pendapat bahwasanya tokoh tersebut akan berkoalisi dan turut andil dalam pilpres 2024 mendatang. Hal ini semakin menarik ketika publik memasang asal kandidat yang disinyalir kuat akan menjadi calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) sehingga semakin memancing perbincangan khalayak ramai.

Salah satu peristiwa yang hingga kini masih ramai terus dibicarakan oleh public adalah peristiwa pada pencawapresan Gibran. Setelah Gibran resmi diumumkan sebagai calon wakil presiden (cawapres) yang akan mendampingi Prabowo Subianto dari Koalisi Indonesia Maju untuk Pilpres 2024. Keputusan ini diambil secara konsensus oleh delapan partai politik yang tergabung dalam koalisi tersebut. Gibran diusulkan oleh Partai Golkar sebagai cawapres idaman anak muda yang mampu memimpin Indonesia. Pasangan Prabowo-Gibran mendapat dukungan dari berbagai kalangan, termasuk relawan Paten yang mengapresiasi langkah Prabowo memilih Gibran sebagai wakil presiden untuk Indonesia maju.

Gibran ini fenomenal karena konteks politiknya yang unik. Sebagai anak dari Presiden Joko Widodo, kehadirannya dalam dunia politik memiliki dampak yang signifikan, baik dari segi popularitas maupun ekspektasi

masyarakat umum tidak ada yang pernah memprediksi bahwa akan menjadi calon wakil presiden, sehingga proses terjadi



sebelumnya itu Gibran tidak pernah dijadikan sebagai suatu perhatian oleh masyarakat karena beberapa media-media dan para pengamat memprediksi bahwa yang akan menjadi calon wakil Presiden Prabowo yakni Yusril Ihza Mahendra Ketua Umum Partai Bulan Bintang (PBB) yang juga merupakan pengacara Prabowo, Erick Tohir Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berasal dari Partai Amanat Nasional, kemudian ada Airlangga Hartarto Ketua Umum Partai Golkar yang juga menjabat sebagai Menteri Koordinat Bidang Perekonomian, serta Khofifah Idar Parawansa Gubernur Jawa Timur yang berasal dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) (Wahyuni, 2023).



Sumber: Google Trends (2023)

Data dari Google Trends (2023) dalam rentang 14 Oktober 2023 hingga 02 Januari 2024, terdapat dua titik ekstrim yang meruncing ke atas (ditunjukkan dengan Gambar diatas), pada tanggal 23 November 2023 dengan nilai 100 dan pada tanggal 17 Desember dengan nilai 90. Deklarasi Gibrab Rakabuming Raka menjadi calon wakil Presiden resmi di pemilihan



1 2024 oleh Koalisi Indonesia Maju (KIM), menjadi salah satu taan politik yang populer diakses hingga elektabilitas gibran

dianggap melejit atas sejumlah nama tokoh yang sebelumnya digadagadag bakal menjadi cawapres. Salah satu isu yang juga mendapatkan atensi besar yakni tentang penetapan batas usia minimal cawapres oleh MK yang pada akhirnya memuluskan langkah Gibran menjadi cawapres (Saubani, 2023). Selain menjadi trending topik di banyak media polemik dipilihnya Gibran sebagai calon wakil presiden Prabowo menuai beragam pro kontra.

Gambar 1.3
Pro dan Kontra Gibran Jadi Cawapres Prabowo



Sumber: Pemberitaan Viva.com dan CnbcIndonesia.com

Dipilihnya Gibran sebagai cawapres Prabowo menuai berbagai pro dan kontra di masyarakat. Dari segi pro atau bentuk dukungan Gibran sebagai cawapres pendamping Prabowo menurut beberapa lembaga survei adalah sosok Gibran merupakan pemimpin muda yang memiliki elektabilitas yang cukup tinggi sebagai cawapres. Selain itu, Gibran dianggap dapat mewakili suara dan kebutuhan anak muda dalam



ab tantangan di masa depan. Sejumlah masyarakat juga menilai anyanya narasi akan kemunculan pendukung Prabowo-Gibran justru

membangkai posisi Presiden Joko Widodo yang bereaksi dan melakukan upaya perlawanan melalui pencawapresan tersebut. Hal ini dikarenakan, posisi Presiden Jokowi yang seringkali dipermalukan oleh partainya yakni PDIP dan Megawati yang menganggap jika dirinya tidak memiliki kuasa tanpa PDIP.

Dikutip dari laman berita Cnbcindonesia.com, Direktur Eksekutif Institute for Democracy & Strategic Affairs, Ahmad Khoirul Umam, mengatakan jika pencawapresan Gibran dapat menciptakan gejolak antara kubu Prabowo dengan PDIP yang kembali merasa terkhanati dan terabaikan oleh keluarga Jokowi.

“Jika Gibran menjadi cawapres Prabowo, besar kemungkinan PDIP akan melakukan evaluasi total terhadap status relasi dan keanggotaan Gibran, Bobby, dan juga Jokowi sendiri di PDIP”.

Sedangkan dari segi kontra, majunya Gibran dinilai semakin mempertegas tuduhan akan politik dinasti yang sedang berusaha dibangun oleh Presiden Jokowi melalui penerus dan keluarganya. Melansir dari laman berita Kompas.com, pakar politik Ikrar Nusa Bhakti, menyatakan pendapatnya jika Jokowi harus mengakhiri masa kepemimpinannya selama dua periode ini dengan meninggalkan warisan yang baik. Ikrar menggambarkan jika sikap Jokowi seperti seorang raja yang menurunkan kekuasaan ke putra mahkota apabila Gibran maju menjadi cawapres. Jika Jokowi dengan tegas melarang agar Gibran tidak mengikuti pilpres 2024 maka ada kemungkinan sikap rakyat jadi melunak. Namun, sebaliknya jika

perus melaju di pilpres ini maka akan menciptakan kegaduhan dalam



politik serta memberikan contoh yang buruk bagi demokrasi (Sulthon, 2023).

Ada banyak sekali portal berita *online* di Indonesia yang aktif dalam memberitakan Gibran sebagai calon wakil presiden 2024. Diantara banyaknya media *online* di Indonesia, Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co merupakan salah satu media *online* yang memberitakan tentang Gibran sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024. Media dapat memainkan peranan yang sangat besar khususnya pada saat transisi politik, karena media dapat bertindak sebagai agen perubahan. Neuman mengatakan bahwa kebebasan memegang peranan penting di Asia Tenggara, khususnya dalam proses liberalisasi politik yang berhubungan dengan munculnya pers yang lebih terbuka dan kritis (Malik et al., 2017).

Pemilihan media Kompas.com sebagai subjek penelitian didasarkan pada posisinya sebagai salah satu media online terbesar di Indonesia dengan pengaruh signifikan dalam pemberitaan politik. Ideologi pemberitaan Kompas.com cenderung mengarah pada nilai-nilai liberalisme dan demokrasi. Sebagai media yang mengusung prinsip-prinsip tersebut, peneliti akan menganalisis bagaimana Kompas.com mem-framing serta memaknai pencalonan Gibran sebagai calon wakil presiden (cawapres) pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024.

Pemilihan media Detik.com ini didasarkan pada pertimbangan posisi media sebagai portal berita nasional, kepemilikan media, serta banyaknya



pemberitaan yang dimuat. Adanya tujuan atau ideologi yang ari suatu media, tentunya Detik.com memiliki cara tersendiri di

dalam mengkonstruksikan realitas untuk selanjutnya ditulis sebagai berita. Sebagai media yang mengaku independen juga netral di dalam memberitakan peristiwa, peneliti akan menganalisis bagaimana cara media ini dalam mem-framing serta memaknai pencalonan Gibran sebagai cawapres pada pilpres 2024.

Portal berita Tempo.co dipilih sebagai subjek penelitian karena visinya menjadi acuan dalam meningkatkan kebebasan berpikir dan berpendapat. Media ini menyajikan berita dengan bahasa kritis dan berani, berusaha tajam, cerdas, dan berimbang, meski tetap memiliki unsur ideologi dalam pembedaan beritanya. Sebagai media online terkemuka di Indonesia dengan ideologi khas, peneliti akan menganalisis cara Tempo.co mem-framing dan memaknai pencalonan Gibran sebagai cawapres pada Pilpres 2024. Analisis ini akan mencakup aspek-aspek seperti pemilihan kata, sudut pandang pemberitaan, dan penekanan isu-isu tertentu yang mungkin mencerminkan posisi Tempo.co terhadap peristiwa politik ini.

Ketiga media online tersebut memiliki kemasan tersendiri dalam memberitakan tentang Gibran yang diumumkan sebagai calon wakil presiden, karena setiap media memiliki visi misi serta kepentingan tersendiri. Setiap media mempunyai gaya *framing* guna menonjolkan pesan yang ingin disampaikan oleh media tersebut, hal itu dimaksudkan untuk membawa pembaca atau masyarakat terbawa ke dalam pandangan suatu

ertentu. Itulah yang membuat banyaknya perspektif di tengah-



tengah masyarakat khususnya pada pemberitaan perpolitikan apalagi tentang Gibran sebagai calon wakil presiden.

Untuk melihat hubungan antara penyajian berita dan ideologi media, perlu dilakukan analisis framing terhadap media itu sendiri. Framing memiliki dua esensi utama, pertama bagaimana sebuah peristiwa itu dimaknai oleh media dan, kedua bagaimana fakta yang ada itu ditulis oleh media. Untuk mengetahui hal ini, perlu ditinjau dari pemakaian kata, kalimat, dan gambar yang mendukung gagasan. Analisis framing menitik beratkan bagaimana pembentukan pesan dari teks, dan bagaimana pesan/peristiwa itu dikonstruksi oleh media. Sehingga pesan tersebut pada akhirnya sampai pada pembaca (Eriyanto, 2008).

Analisis framing cocok digunakan untuk mengetahui media dalam membingkai suatu berita, keunikan setiap media dalam penyajian berita menjadi identitas media tersebut serta bagaimana media menyajikan sebuah berita tanpa ada unsur profokatif, menyudutkan pihak-pihak tertentu. Dengan menganalisis framing, peneliti dapat mengidentifikasi apakah ada bias atau narasi tertentu dalam pemberitaan tentang Gibran. Hal ini penting untuk memahami apakah media cenderung mendukung atau mengkritik Gibran sebagai calon wakil presiden 2024.

Penelitian tentang analisis framing pada media online terhadap pemberitaan politik dan mengenai pemilu sudah banyak dilakukan oleh peneliti yang lain seperti penelitian tentang pemingkai berita mengenai



emilu proporsional tertutup pada media online (Malaka & Brenda
ni, 2023). Ada juga penelitian mengenai framing terhadap

pemberitaan capres Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024 (Fajar et al., 2022). Selanjutnya penelitian mengenai analisis framing mengenai kecurangan Pilpres 2019 (Fitriningsih & Nugroho, 2021). Selain itu ada juga penelitian sebelumnya tentang framing putusan Mahkamah Konstitusi yang mengubah pemilu sistem proporsional terbuka menjadi sistem tertutup (Fani Ismail et al., 2023), dan penelitian mengenai framing pemberitaan tentang SBY pada televisi (Dunan, 2014).

Jika penelitian sebelumnya ada yang menganalisis media online seperti penelitian ini akan tetapi penelitian sebelumnya belum ada yang menganalisis tiga media online, sedangkan penelitian ini menganalisis tiga media online. Penelitian sebelumnya juga ada yang menganalisis media elektronik, berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis media online. Penelitian sebelumnya juga belum ada yang menganalisis isu mengenai Gibran sebagai cawapres 2024. Selain itu, penelitian yang dilakukan penulis juga berbeda dari segi pendekatan, penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan analisis framing model Zhondang Pan dan Kosicki sementara penelitian penulis menggunakan analisis framing model Robert N. Entman.

Dengan adanya pemberitaan tentang Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024 penulis tertarik meneliti bagaimana pemingkakan berita yang dilakukan oleh media online Kompas.com, Detik.com, dan Tempo.co tentang Gibran Rakabuming Raka

calon wakil presiden (cawapres) 2024 periode Oktober–November



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana strategi penonjolan isu Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024 pada media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co periode Oktober-November 2023?
2. Bagaimana strategi pembingkaiian media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co dalam memberitakan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024 Periode Oktober-November 2023?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis strategi penonjolan isu Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024 pada media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co periode Oktober-November 2023.
2. Untuk menganalisis strategi pembingkaiian media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co dalam memberitakan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024 Periode Oktober-November 2023.



D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat bagi dunia akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada studi analisis isi media. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dalam melanjutkan penelitian yang lain yang berkenaan dengan framing pemberitaan di media.

2. Manfaat bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan framing pemberitaan yang dilakukan oleh kedua media online yakni Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co sehingga bisa menjadi masukan bagi para pekerja media. Selain itu, bisa menjadi kontrol terhadap kedua media online tersebut dalam hal subjektivitas media.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Guna mendukung penelitian yang akan dilakukan, maka sebelumnya peneliti telah melakukan telaah pustaka dan literatur hasil penelitian terdahulu yang sekiranya satu tema dengan penelitian ini. Ada beberapa sumber yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Malaka dan Brenda Maharani (2023) dengan penelitian yang berjudul “Pembingkai Berita Dukungan PDIP pada Sistem Pemilu Proporsional Tertutup pada Media Massa Online” yang diterbitkan oleh Jurnal Kajian Ilmiah. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media online Kompas.com dan mediaindonesia.com membingkai dukungan PDI Perjuangan pada sistem pemilu proporsional tertutup. Penelitian ini menggunakan teori analisis framing model Zhondang Pan dan Kosicki dengan melihat *framing* sebagai ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa framing yang dilakukan Kompas.com mengungkap alasan PDI Perjuangan mendukung sistem proporsional tertutup serta keuntungan dari sistem proporsional tertutup. Sementara mediaindonesia.com menekankan pada mayoritas penolakan terhadap system pemilihan



m proporsional tertutup menunjukkan bahwa penolakan ini dianggap sebagai suatu yang umum yang kemudian menghasilkan

kesepakatan menolak system pemilu proporsional tertutup (Malaka & Brenda Maharani, 2023).

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pemilihan media yang dianalisis, di mana keduanya menggunakan media online Kompas.com sebagai objek penelitian. Pemilihan Kompas.com sebagai sumber data analisis didasarkan pada posisinya sebagai salah satu portal berita daring terkemuka di Indonesia yang memiliki kredibilitas tinggi dalam penyajian berita.

Adapun perbedaan yang signifikan antara kedua penelitian ini terletak pada penggunaan teori analisis framing yang diterapkan. Penelitian sebelumnya menggunakan teori model Zhongdang Pan dan Kosicki yang memandang *framing* sebagai suatu ide yang terhubung dengan berbagai elemen dalam teks berita. Model ini menganalisis bagaimana elemen-elemen seperti kutipan sumber, latar informasi, dan pemilihan kata atau kalimat tertentu saling berkaitan untuk membentuk makna dalam keseluruhan teks berita.

Sementara itu, penelitian ini mengadopsi teori model Robert N. Entman yang memiliki perspektif berbeda dalam memandang framing. Model Entman melihat framing sebagai suatu proses seleksi dari berbagai aspek realitas, di mana proses seleksi tersebut membuat bagian tertentu dari suatu peristiwa menjadi lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya. Dalam konteks ini, peneliti



gaplikasikan model Entman untuk menganalisis bagaimana media bingkai pemberitaan tentang pencalonan Gibran Rakabuming

Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024, khususnya pada periode Oktober-November 2023. Pemilihan periode tersebut bertepatan dengan momentum penting dalam proses pencalonan Gibran sebagai cawapres.

2. Dzika Fajar Alfian Ramadhani, dan Dwi Wahyu, (2022) dengan penelitian yang berjudul "Framing Media Online Liputan6.Com Terhadap Pemberitaan Capres Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024" yang diterbitkan dalam Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media online Liputan6.Com memberikan framing terhadap Ketua Umum Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Muhaimin Iskandar yang akan maju pada pemilihan presiden 2024. Penelitian ini menggunakan teori analisis framing dari Zhondang Pan dan Kosicki dengan melihat *framing* sebagai ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Liputan6.Com memberikan framing kepada masyarakat terkait Muhaimin Iskandar yang mendapatkan dukungan dari tokoh agama, terutama di daerah Jawa Tengah seperti dukungan dari Kyai NU yang ada di Kabupaten Wonosobo dengan pertemuan antar tokoh agama NU, selain itu Muhaimin Iskandar juga mendapat dukungan dari Rois Syuriah PCNU Kabupaten Kudus pada saat kunjungan Muhaimin



ndar dalam agenda kunjungan peresmian Gedung pondok antren Tahfidz Yanbu'ul Kudus Putri. Selain itu Liputan6.Com juga

membangkai bahwa Muhaimin Iskandar belum tentu akan menjadi calon wakil Presiden 2024 (Fajar et al., 2022).

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat dari dua aspek utama. Pertama, keduanya memilih media online sebagai objek analisis, khususnya Liputan6.com. Kedua, kedua penelitian ini sama-sama menganalisis pemberitaan terkait calon wakil presiden (cawapres) 2024, meskipun dengan fokus isu yang berbeda. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemberitaan mengenai isu pencalonan Muhaimin Iskandar, sementara penelitian ini menganalisis pemberitaan seputar proses pendaftaran Gibran Rakabuming Raka sebagai cawapres hingga pengumuman resmi calon presiden 2024.

Sementara itu, perbedaan mendasar antara kedua penelitian terletak pada pendekatan teori analisis framing yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan teori analisis framing dari Zhongdang Pan dan Kosicki yang memandang framing sebagai suatu ide yang terhubung dengan berbagai elemen dalam teks berita. Model ini menganalisis bagaimana elemen-elemen seperti kutipan sumber, latar informasi, dan pemilihan kata atau kalimat tertentu saling berkaitan untuk membentuk makna dalam keseluruhan teks berita.

Sedangkan penelitian ini mengadopsi teori analisis framing model Robert N. Entman yang memiliki perspektif berbeda dalam memandang framing. Model Entman melihat framing sebagai suatu proses seleksi

berbagai aspek realitas, di mana proses seleksi tersebut membuat an tertentu dari suatu peristiwa menjadi lebih menonjol



dibandingkan aspek lainnya. Dalam konteks ini, peneliti mengaplikasikan model Entman untuk menganalisis bagaimana media membingkai pemberitaan tentang pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024, khususnya pada periode Oktober-November 2023.

3. Fitriningsih dan Catur Nugroho, (2021) dengan penelitian yang berjudul “Analisis Framing Media Daring Tempo.co dan Kompas.com Terhadap kecurangan Pilpres 2019” yang diterbitkan dalam Jurnal Proceeding of Management. Penelitian ini berfokus pada pembedaan media online Tempo.co dan Kompas.com membingkai peristiwa atau isu mengenai kecurangan pilpres 2019 dan disajikan kepada khalayak atau para pembaca. Penelitian ini menggunakan teori analisis framing dari Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan melihat *framing* sebagai ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tempo.co membingkai isu kecurangan dengan menggunakan bahasa sederhana yang biasa terlihat pula dalam judul yang disajikan, selain itu ditemukan berita yang berbeda isi berita dengan judul yang diangkat, namun pada media Kompas.com pembedaan berita sederhana namun cukup menarik minat pembaca, terlihat dalam judul yang disajikan. Sudut pandang yang berbeda dari



ing-masing media merupakan suatu kemenarikan tersendiri bagi pembacanya, media Tempo.co yang memiliki pandangan lebih

ke[ada pihak-pihak yang bersangkutan dengan isu kecurangan pilpres 2019, sedangkan media Kompas.com lebih mengarah kepada pihak utama yang menyerahkan laporan kecurangan pilpres kepada pihak terkait lainnya (Fitriingsih & Nugroho, 2021).

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pemilihan media massa yang dianalisis, yaitu sama-sama menggunakan media online Tempo.co dan Kompas.com sebagai objek penelitian. Kedua media ini dipilih karena merupakan portal berita daring terkemuka di Indonesia yang memiliki kredibilitas tinggi dalam pemberitaan.

Sementara itu, perbedaan mendasar antara kedua penelitian ini terletak pada pendekatan analisis framing yang digunakan. Penelitian sebelumnya mengaplikasikan pendekatan framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang memandang framing sebagai sebuah ide yang dihubungkan dengan berbagai elemen berbeda dalam teks berita. Model ini menganalisis bagaimana elemen-elemen seperti kutipan sumber, latar informasi, serta pemakaian kata atau kalimat tertentu saling terhubung dan membentuk makna dalam keseluruhan teks berita.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan pendekatan framing model Robert N. Entman yang melihat framing sebagai suatu proses seleksi dari berbagai aspek tas. Model ini berfokus pada bagaimana proses seleksi tersebut at membuat bagian tertentu dari suatu peristiwa menjadi lebih



menonjol dibandingkan aspek lainnya. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan model Entman untuk menganalisis bagaimana media membingkai pemberitaan mengenai pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024, khususnya pada periode Oktober-November 2023.

B. Tinjauan Konsep dan Teori

1. Paradigma Konstruktivisme

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Cara pandang yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan (Umanailo, 2003).

Menurut Neiman dalam Jurnal Umanailo, metodologi paradigma ini menggunakan berbagai macam jenis pengonstruksian dan menggabungkannya dalam sebuah konsensus. Proses ini melibatkan dua aspek: hermeunetik dan dialetik. Hermeunetik merupakan aktivitas dalam mengkaitkan teks-percakapan, tulisan, atau gambar. Sedangkan dialetik adalah penggunaan dialog sebagai pendekatan agar subjek yang diteliti dapat ditelaah pemikirannya dan membandingkannya dengan cara berpikir peneliti. Dengan begitu, harmonitas komunikasi dan interaksi dapat dicapai dengan maksimal (Umanailo, 2003).



Paradigma Konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme, realitas

sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam karena manusia bertindak sebagai agen yang mengonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku di kalangan mereka sendiri. Kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami dan mengonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman si subjek yang akan diteliti. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut.

Paradigma konstruktivis merupakan salah satu prespektif dalam tradisi sosiokultural. Paradigma ini menyatakan bahwa identitas benda dihasilkan dari bagaimana kita berbicara tentang objek, bahasa yang digunakan untuk mengungkap konsep kita, dan cara-cara kelompok sosial menyesuaikan diri pada pengalaman umum mereka. Keberadaan simbol atau bahasa menjadi penting dalam proses pembentukan realitas. Berbagai kelompok dengan identitas, pemaknaan, kepentingan, pengalaman, dan sebagainya mencoba mengungkapkan diri dan selanjutnya akan memberikan dalam membentuk realitas secara simbolik (Umanilo, 2003).



Menurut Patton dalam Jurnal Frisila dan Hartanto para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka denganyang lain dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Frisila & Hartanto, 2024).

Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis.

Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan 49 oleh sosiolog interpretative, Peter L.Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi social (Eriyanto, 2008).



ori konstruksi sosial berada di antara teori fakta sosial dan sosial. Dalam teori fakta sosial, struktur sosial yang eksis

merupakan faktor penting. Manusia adalah produk dari masyarakat. Tindakan dan persepsi manusia ditentukan oleh struktur yang ada dalam masyarakat, institusionalisasi, norma, struktur dan lembaga sosial menentukan individu manusia. Demikian sebaliknya, teori defenisi sosial menyatakan bahwa manusialah yang membentuk masyarakat. Manusia digambarkan sebagai entitas yang otonom melakukan pemaknaan dan membentuk masyarakat. Manusia yang membentuk realitas, menyusun institusi dan norma yang ada (Eriyanto, 2008).

Pendekatan konstruktivis mempunyai penilaian tersendiri bagaimana media, wartawan, dan peristiwa dilihat kemudian dikonstruksi menjadi berita. Pada intinya, fakta-peristiwa adalah hasil konstruksi. Karena itu, realitas bersifat subjektif dan tidak ada realitas yang objektif. Realitas hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, yakni sudut pandang tertentu dari wartawan. Realitas bias berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang juga mempunyai pandangan berbeda (Eriyanto, 2008).

2. Konsep Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial adalah sebuah pernyataan keyakinan (*a claim*) dan juga sebuah sudut pandang (*a viewpoint*) bahwa kandungan dari kesadaran, dan cara berhubungan dengan orang lain itu diajarkan oleh kebudayaan dan masyarakat (Ngangi, 2011).



alitas kehidupan sehari-hari selain terisi oleh obyektivita, juga signifikansi, signifikansi atau pembuatan tanda-tanda oleh

manusia, merupakan obyektifitas yang khas yang telah memiliki makna intersubyektif walaupun terkadang tidak ada batas yang jelas antara signifikasi dan obyektivasi. Sistem tanda meliputi sistem tanda tangan, sistem gerak-gerak badan yang berpola, sistem berbagai perangkat artefak material, dan sebagainya. Bahasa, sebagai sistem tanda-tanda suara, merupakan sistem tanda yang paling penting. Signifikasi tingkat kedua ini merupakan sarana untuk memelihara realitas obyektif. Dengan bahasa realitas obyektif masa lalu dapat diwariskan ke generasi sekarang, dan berlanjut ke masa depan. Bahasa memungkinkan menghadirkan obyek tersebut ke dalam situasi tatap muka (Sulaiman, 2016).

Berger adalah seorang sosiolog yang produktif dan Thomass Luckman adalah teoretisi yang tertarik pada sosiologi pengetahuan, sosiologi agama, sosiologi komunikasi, dan filsafat ilmu. Keduanya (Berger dan Luckmann) adalah pemikir yang tertarik pada sosiologi pengetahuan dan sosiologi agama, terlebih pada sosok Berger yang sejak tahun 1981 menjadi professor sosiologi dan teologi di Boston University, dan sejak tahun 1985 menjadi direktur di Institute on Culture, Religion and World Affairs. Perpaduan di antara dua pemikir tersebut pada akhirnya mencetuskan konsep sosiologi pengetahuan yang harus menekuni segala sesuatu yang dianggap sebagai pengetahuan oleh masyarakat. Karena penguasaan Berger terhadap bahasa-bahasa Eropa (terutama bahasa Jerman), Berger memiliki akses yang luas pada sumber-

awal sosiologi di Eropa, terutama karya-karya Max Weber dan



Emile Durkheim. Selain itu Berger juga memiliki akses pada karya Max Scheler tentang akar pembahasan sosiologi pengetahuan (Dharma, 2018).

Bagi Berger and Luckmann dalam Jurnal Dharma, manusia berada dalam kenyataan obyektif dan subyektif. Dalam kenyataan obyektif, manusia secara struktural dipengaruhi oleh lingkungan dimana manusia tinggal. Dengan kata lain, arah perkembangan manusia ditentukan secara sosial, dari saat lahir hingga tumbuh dewasa dan tua. Ada hubungan timbal-balik antara diri manusia dengan konteks sosial yang membentuk identitasnya hingga terjadi habitualisasi dalam diri manusia. Sementara itu, dalam kenyataan subyektif, manusia dipandang sebagai organisme yang memiliki kecenderungan tertentu dalam societias. Dalam hal ini subyektifitas manusia bermain dalam lingkungan sosialnya. Individu telah mengambil alih dunia sosial yang telah membentuknya sesuai dengan kreatifitas yang dimiliki oleh tiap individu (Dharma, 2018).

Proses konstruksinya dilihat dari perspektif teori Berger & Luckman dalam jurnal berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi entry concept, yakni subjective reality, symbolic reality dan objective reality. Selain itu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi. Objective reality yaitu merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang kesemuanya dihayati oleh

secara umum sebagai fakta. *Symbolic reality* adalah ekspresi dari apa yang dihayati sebagai objective reality misalnya teks



produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitu pun yang ada di film-film. Subjective reality adalah 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 objectivikasi, memunculkan sebuah konstruksi objective reality yang baru.

Menurut James Carey dalam Jurnal Karman, social construction umumnya dipahami dengan menggabungkan empat tahapan:

1. Konstruksi (*construction*). Aktor sosial mengembangkan konsep bagaimana itu menjadi kenyataan. Pengetahuan biasanya masih bersifat tidak kelihatan atau invisible.
2. Pemeliharaan (*maintenance*). Orang perlu aktif memelihara konstruksi sosial agar tetap terus berjalan. Jika tidak relevan lagi, konstruksi sosial tersebut akan mencair dan diabaikan. Jadi, makna sosial berubah atau mencair kalau tidak dijaga.
3. Perbaikan (*repair*). Perbaikan aktor sosial (*social actors*). Orang perlu memperbaiki konstruksi karena aspek-aspeknya mungkin dilupakan, berubah seiring perjalanan waktu.
4. Perubahan (*change*). ada beberapa kali, konstruksi yang berjalan dalam satu waktu mengirimkan pesan yang tak lagi didukung. Jadi perlu

bahan untuk generasi berikutnya. (Karman, 2015)



Secara singkat, karakteristik teori ini, Berger & Chaffe menjelaskan bahwa komunikasi dianggap sebagai proses ekspresi, interaksi, dan pengaruh, yang dalam proses tersebut perilaku manusia atau organisme lainnya mengekspresikan mekanisme psikologis, keadaan, perangai (trait), dan melalui interaksi dengan individu lain dan menghasilkan dampak kognitif, emotif, dan perilaku. Pada tataran penelitian, teori pada tradisi ini terinspirasi oleh studi eksperimental ilmu psikologi. Eksemplar studi pada tradisi ini adalah studi tentang memilih (voting) yang dilakukan oleh Lazarsfeld dan Berelson yang menekankan pada aspek efek. Memang teori komunikasi dalam tradisi ini berusaha menjelaskan sebab dan akibatnya atau dampak kultivasinya pada perilaku masyarakat (Karman, 2015)

Dunia pengalaman individual tidak dipisahkan dari dunia sosial sebagaimana diutarakan oleh Berger dan Luckmann dalam Jurnal *Ngangi*. Selanjutnya dinyatakan bahwa realitas terbentuk secara sosial, dan sosiologi ilmu pengetahuan harus menganalisa bagaimana proses itu terjadi. Keduanya mengakui adanya realitas objektif, dengan membatasi realitas sebagai kualitas yang berkaitan dengan fenomena yang dianggap berada di luar kemauan kita sebab sesungguhnya fenomena tersebut tidak dapat dihindarkan (Ngangi, 2011).

3. Media Massa sebagai Sarana Konstruksi Realitas Sosial

Media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari sumber kepada khalayak. Media massa



adalah sarana yang secara terorganisasi digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dengan cara terbuka dalam jangka waktu singkat.

Fungsi media massa antara lain menginformasi, menghibur, membujuk dan mentransmisi budaya. Penjelasan sebagai berikut:

- a. *To Inform* (menginformasi), fungsi media adalah memberikan informasi kepada khalayak. Khalayak dapat memperoleh berbagai informasi melalui berita-berita yang disajikan melalui media.
- b. *To Entertain* (menghibur), fungsi media adalah sebagai alat yang digunakan untuk memberikan hiburan kepada khalayak. Masyarakat membutuhkan hiburan melalui program-program yang disajikan melalui media.
- c. *To Persuade* (membujuk), media berfungsi sebagai alat untuk memengaruhi khalayak. Informasi yang disajikan melalui media massa dibuat bukan sekadar untuk menjadi informasi biasa, namun terdapat unsur persuasif di dalamnya.
- d. *To Transmit the Culture* (mentransmisi budaya), transmisi budaya merupakan fungsi media massa yang paling luas. Fungsi media dalam transmisi budaya adalah mengkomunikasikan informasi berupa nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya dari satu generasi kepada generasi lain.
- e. *To Educate* (mendidik), salah satu fungsi media massa adalah mendidik. Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Media massa harus menyajikan hal-hal yang bersifat mendidik melalui drama, sinetron, diskusi dan artikel. Melalui konten yang



ijikan tersebut, media massa memberikan pengetahuan dan

keterampilan, mengajarkan nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku di masyarakat. (Kusuma Habibie, 2018)

Salah satu yang dapat masyarakat pelajari dari media massa adalah fungsi dari media massa. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berupa internet memudahkan seluruh lapisan masyarakat, dari anak kecil, perempuan, laki-laki dan orang tua untuk mengakses media massa. Semakin banyak pengetahuan baru yang dapat dipelajari masyarakat dari media massa. Media massa dapat berperan dalam mengonstruksi realitas sosial dalam suatu peristiwa. Konstruksi sosial memusatkan perhatiannya pada proses ketika individu menanggapi peristiwa yang terjadi di sekitar mereka berdasarkan pengalaman mereka (Haryati, 2012).

Media adalah salah satu medium yang dapat melakukan konstruksi sosial melalui pemberitaannya dengan cara meningkatkan intensitas dan durasi pemberitaan serta konstruksi dapat dilakukan melalui pemilihan kosa kata dan cara pandang terhadap suatu objek pemberitaan. Efek dari konstruksi tersebut adalah terjadinya polarisasi pemberitaan dan pembentukan opini publik. Masyarakat menganggap bahwa apa yang ditampilkan dilayar kaca adalah realitas sosial yang sesungguhnya (Aguswandi et al., 2019).

Dalam pandangan konstruktivisme, media massa bukan hanya menyampaikan pesan kepada khalayak, tetapi juga menjadi subjek



ngonstruksi realitas beserta pandangan, bias dan pemihakan. media massa dianggap sebagai agen konstruksi sosial yang

mendefinisikan realitas terhadap peristiwa yang terjadi di masyarakat (Karman, 2012).

Media membentuk opini publik dengan melakukan tiga kegiatan. Pertama, menggunakan simbol-simbol untuk memunculkan pengenalan. Kedua, melakukan strategi pengemasan pesan supaya pesan yang dikonsumsi oleh publik sesuai dengan apa yang media harapkan. Ketiga, melakukan agenda media untuk menentukan prioritas pesan yang akan disampaikan oleh media massa tersebut kepada khalayak (Syarief, 2017). Pelaksanaan ketiga kegiatan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa kebijakan redaksional yang didasari oleh keberpihakan media dalam mendukung tokoh-tokoh maupun kelompok tertentu. Sementara faktor eksternal seperti tekanan pasar khalayak, sistem hukum negara dan kekuatan-kekuatan publik lainnya.

Khalayak media seharusnya menyadari bahwa media harus dipandang sebagai sebagai hasil konstruksi dari realitas-realitas yang dikemas hingga sedemikian rupa. Media massa menjadi media pembentuk citra oleh para penguasa dan menjadi pintu gerbang bagi setiap kelompok sosial melakukan propaganda untuk memengaruhi opini publik.

Saat melakukan konstruksi atas sebuah realitas, media massa melakukan tiga tindakan yang berpengaruh terhadap pembentukan citra atas realitas tersebut, yaitu:

a. Pemilihan kata atau simbol (bahasa), ketika media menyajikan



lah laporan mengenai peristiwa, pemilihan kata atau simbol tertentu
 i memengaruhi seseorang dalam memaknai sebuah realitas.

- b. Mekanisme *framing*, digunakan media untuk menyederhanakan sebuah berita karena adanya tuntutan teknis. Dalam menentukan sebuah bingkai, media memiliki kepentingan internal maupun eksternal yang bersifat teknis, ekonomis, politis maupun ideologis. Dari kepentingan-kepentingan tersebut dapat dilihat arah media dalam menentukan berita.
- c. Adanya agenda *setting* media, ketika media menyediakan ruang dan waktu dalam menampilkan sebuah informasi, maka realitas itu akan mudah diterima oleh khalayak. Media memiliki kekuatan besar ketika menyampaikan sebuah peristiwa. Saat media menganggap penting sebuah peristiwa, maka masyarakat pun akan melihat peristiwa tersebut sebagai peristiwa yang dianggap penting. (Silviana & Martanto, 2019)

Bahasa merupakan unsur terpenting dalam konstruksi realitas. Bahasa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan realitas dalam sebuah peristiwa. Bahasa merupakan alat konseptualisasi dan alat narasi. Konten media massa adalah bahasa, baik itu bahasa verbal maupun nonverbal. Bahasa verbal dapat berupa lisan dan tulisan sementara bahasa nonverbal dapat berupa gambar, foto, grafik, angka tabel dan lain-lain (Adhi Dharma, 2018). Pemberitaan oleh media massa adalah tindakan mengkonstruksi realitas. Hal ini karena media melihat peristiwa dari



kacamata tertentu, maka informasi realitas yang diterima masyarakat realitas yang telah dibentuk oleh media. Media bukanlah sebuah yang bebas, karena media sendiri menjadi pelaku dalam

mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakkannya (Eriyanto, 2008).

Kaum konstruktivis menganggap bahasa dalam media massa sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan sosial. Bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk menggambarkan realitas objektif dan dipisahkan dari subjek penyampai pesan. Bahasa memiliki kemampuan untuk mengontrol maksud-maksud tertentu dalam sebuah wacana.

4. Media *Online*

Media *online* dapat disamakan dengan pemanfaatan media dengan menggunakan perangkat internet. Sekalipun kehadirannya belum terlalu lama, media online sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat mulai dan sedang menggemari media online. Sekalipun, internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk media massa, tetapi keberadaan media online saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita.

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita. Keunggulan media online adalah informasi bersifat *up*

real time, dan praktis. *Up to date* karena media *online* dapat *an upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini



terjadi karena media online memiliki proses penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana. *Real time* karena media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung (Syamsul M Romli, 2018). Sebagian besar wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa, setiap saat dan setiap waktu untuk meng-*update* informasi praktis, karena media *online* dapat diakses dimana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet.

5. Berita dan Pemberitaan Politik

Istilah “*news*”, berasal dari Bahasa Inggris yang berarti berita, berasal dari “*new*” (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dengan arti segala yang baru merupakan informasi yang penting bagi khalayak (Ratih Maha Rani, 2013). Dengan kata lain, semua hal yang baru adalah bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (*news*). Menurut Suhandang dalam buku Apriadi Tamburaka yang berjudul Literasi, Media bahwa keseluruhan bangunan naskah berita terdiri atas tiga unsur, yaitu *Headline* (judul berita), *lead* (teras berita), dan *Body* (kelengkapan atau penjelasan berita) (Tamburaka, 2013):

- a. Hedline, adalah intisari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya.
- b. Lead, selaku sari dari beritanya, merupakan laporan singkat yang



ifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya. Di dalam Lead ini

muncul unsure berita 5 W + 1 H yaitu what (Apa), Who (Siapa), When (Kapan), Where (Dimana), Why (Kenapa), dan How (Bagaimana).

- c. Body, pada bagian ini kita jumpai keterangan rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan.

Menurut Paul de Massenner dalam buku Hafied Cangara Pengantar Ilmu Komunikasi mengemukakan bahwa berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat khalayak pendengar. Ada 9 Faktor-faktor yang menentukan nilai berita (news value) sebagai berikut (Cangara, 2014):

- a. Kesegaran peristiwa, kesegaran peristiwa sering disebut dengan aktualitas (timelines). Dalam jurnalistik, dikenal istilah aktualitas objektif dan aktualitas subjektif. Aktualisasi berarti kejadian yang bersangkutan memang baru saja muncul (terjadi).
- b. Kedekatan kejadian dari pembaca (proksimitas), khalayak media massa cenderung lebih tertarik pada kejadian kecil yang dekat padanya, daripada kejadian kejadian lebih penting tetapi lebih jauh dari tempat tinggalnya (proksimitas geografis).
- c. Penonjolan kejadian atau keutamaan pelaku berita (prominence). Orang-orang penting selalu membuat berita. Para politisi, penguasa, artis, bintang film, dan orang-orang terkenal lainnya menjadi incaran para wartawan untuk ditulis laporannya.
- d. Sifat penting dari suatu kejadian (significance), misalnya liputan tentang



temuan ilmiah dalam bidang kedokteran, rekayasa genetika, dan

sebagainya. Kejadian-kejadian yang dianggap memiliki arti penting bagi kemasalahatan manusia atau masyarakat.

- e. Konflik atau ketegangan selalu menarik perhatian khalayak. Berita yang berisi tentang penyelenggaraan musyawarah, sidang-sidang DPR, atau pertemuan-pertemuan penting antarnegara, atau lembaga-lembaga Negara, selalu mendapatkan perhatian besar dari khalayak.
- f. Keterkaitan/Pengaruh, liputan yang mengandung konsekuensi atau dampaknya bagi masyarakat, baik positif maupun negatif. Suatu liputan berita akan lebih menarik bagi khalayak jika mengungkapkan informasi yang ada kaitannya dengan mereka.
- g. Keabsahan, suatu berita akan mempunyai daya tarik jika ditulis oleh seseorang yang mempunyai otoritas tentang hal yang ditulis.
- h. Keanehan, kejadian atau peristiwa yang tidak umum terjadi di masyarakat juga banyak diminati.
- i. Seks, unsur seks mempunyai daya tarik yang sangat kuat di masyarakat. Wanita terkadang digunakan sebagai daya tarik massa. Tidak sekedar menampilkan keindahan tubuhnya, tetapi ingin juga menonjolkan unsur seks yang ada padanya.

Aktivitas jurnalistik melahirkan produk tulisan, salah satunya berupa pemberitaan. (Nimmo, 2011) mengartikan berita sebagai proses menegosiasikan laporan yang bermakna tentang kejadian, yang mencakup simbolisasi (1) kejadian sebagai peristiwa; (2) peristiwa sebagai sesuatu



nilai; dan (3) peristiwa bernilai berita sebagai kisah berita. Dalam sehari-hari baik disadari atau tidak manusia melakukan berbagai

aktivitasnya, binatang bergerak, tumbuhan berkembang, yang sangat sedikit menarik minat karena serba rutinitas. Namun sesekali “terjadi sesuatu” yang memecahkan kehidupan rutin yang normal, sesuatu yang tidak biasa bahkan mungkin luas biasa, orang meninggal, kecelakaan, bencana, perubahan politik, ekonomi dan sebagainya; sesuatu yang tidak lagi rutin, situasi menjadi masalah.

Orang-orang menuntut mendapatkan informasi yang cukup mengenai peristiwa itu, sehingga mereka dapat menyesuaikan diri dengan kejadian nonrutin yang telah mendapat tambahan kepentingan. Peristiwa itu menjadi bernilai jika orang menganggap informasi mengenai peristiwa itu penting. Posisi jurnalis kemudian menjadi komunikator yang menciptakan konstruksi yang bermakna tentang peristiwa yang terjadi dengan melakukan negosiasi dengan segenap peserta peristiwa dan khalayak yang menaruh perhatian terhadap informasinya. Dengan kata lain, jurnalis memilih, memaknai dan mengolah informasi “sebagaimana dibayangkan” akan dibutuhkan oleh khalayak. Oleh jurnalis peristiwa yang bernilai diolah menjadi kisah berita, oleh karena peristiwa itu sendiri sebenarnya adalah suatu kisah atau memiliki kisahnya sendiri, baik yang rutin, kecelakaan, skandal maupun penemuan kebetulan. Komunikasi politik tidak lagi hanya berbasis pada kampanye tradisional seperti menggunakan baliho, atau menggunakan media cetak, media elektronik tetapi proses kampanye dengan menggunakan media baru (new media) atau yang biasa disebut dengan era



Kehadiran media baru yang identik dengan media sosial ini, nilai lebih seperti kecepatan, kemudahan, efisien serta

jangkauannya yang sangat luas. Sehingga saya kemudian melihat apakah kehadiran media sosial ini sebagai pendukung serta apa yang menjadi faktor penghambat para politisi. Memang jelas ini baru sebagai suatu asumsi tetapi bukan juga asumsi liar, oleh karena itu perlu pendalaman lagi tentang urgensi komunikasi politik di era digitalisasi ini. Kehadiran media baru dalam era digital ini, turut mempermudah para politisi untuk melakukan kampanye (Rezky et al., 2023).

Dari sisi tema, peristiwa-peristiwa politik termasuk memiliki nilai berita yang tinggi, sehingga peristiwa politik hampir selalu menjadi perhatian media massa dan masyarakat umum. Menurut (Hamad, 2004), hal ini karena ada dua faktor yang saling berkaitan. Pertama, politik dewasa ini berada pada era mediasi (*politics in the age of mediation*), yaitu interaksi politik antara elit politik dengan khalayak membutuhkan media massa sebagai mediator yang mempertemukan artikulasi masing-masing pihak. Kedua, peristiwa politik dalam bentuk tingkahlaku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa tersebut merupakan peristiwa politik itu bersifat rutin belaka.

Berita politik pada dasarnya sama saja dengan berita yang lainnya dalam hal teknik pengumpulan data dan penulisannya. Namun berita politik memiliki sisi strategis dibandingkan berita mengenai tema lain. Pemberitaan politik menjadi sarana komunikasi politik dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan suatu peristiwa politik. Dalam komunikasi politik,



di pemerintah, lembaga kepartaian, media interpersonal, media massa, media sosial, dan pers menjadi media komunikasi politik yang cukup efektif

untuk menyampaikan pesan-pesan politik. Dewasa ini pers atau media massa menduduki posisi strategis untuk mengantarkan pesan-pesan politik kepada khalayak massa secara terorganisasi. Politikus yang mencalonkan diri untuk menjadi pejabat menggunakan secara luas berbagai media massa untuk tujuan persuasif. Pun setelah menjadi pejabat, media massa juga efektif untuk dipergunakan sebagai sarana komunikasi dengan warga negara. (Nimmo, 2011) Sebaliknya, berita politik menjadi media bagi anggota masyarakat atau pihak pers sendiri untuk menyampaikan pesan politik kepada pelaku politik, baik dukungan maupun kritik. Hal ini karena media massa secara prinsipil memegang amanat sebagai anjing penjaga (watchdog) yakni pemantau independen terhadap kekuasaan dan penyambung lidah yang tertindas. (Kovach, 2006)

Berita politik, sebagaimana media komunikasi politik lainnya, oleh pelaku komunikasi baik politikus maupun wartawan sendiri ditujukan bagi pembentukan opini publik (*public opinion*), sikap khalayak terhadap isu politik yang 23 dikomunikasikan. Dalam rangka pembentukan opini publik ini, suatu pemberitaan dilakukan dalam tiga ranah kegiatan sekaligus, yaitu: menggunakan simbol politik (*language of politic*); melaksanakan strategi pengemasan berita (*framing strategies*); dan melakukan agenda media (*agenda setting function*). Berita politik berkaitan dengan pembentukan opini maka pemakaian simbol-simbol politik dilakukan agar sesuai dengan opini yang hendak dikembangkan, demikian juga strategi



asan pesan akan melakukan seleksi fakta untuk mendukung opini . Sedangkan fungsi agenda setting adalah penentu bagi media

dalam membentuk opini publik di tengah masyarakat (Hamad, 2004). Upaya membangun opini publik ini dengan sendirinya menjadikan pemberitaan politik berpotensi mengalami bias realitas. Realitas yang ditunjukkan oleh media sudah merupakan realitas bentukan atau realitas rekayasa 3 yang dibuat dalam dapur redaksi yang dipenuhi dengan pesan-pesan internal dari jejaring elemen media seperti pemilik media (*own media organization*), jurnalis (*profession or craft*), Situasi sosial-politik-budaya (*society*), dan khalayak (*the audience*) (McQuail, 2011)

Para jurnalis yang mencari, mengumpulkan bahan liputan dan menuliskannya dalam bentuk berita politik seringkali kesulitan untuk menjaga obyektivitas pemberitaannya. Hal ini disebabkan baik oleh karena proses redaksi yang melibatkan 3 ranah kegiatan dalam dapur redaksi (*newsroom*), maupun pengaruh-pengaruh dari luar ruang dapur redaksi yang menarik ulur antara idealisme dan pragmatisme, antara profesional dengan pesanan. *Newsroom* bukanlah suatu ruang yang hampa, netral, dan hanya menyalurkan informasi apa adanya, melainkan suatu proses yang rumit dan berbagai faktor yang berpotensi mempengaruhi proses terciptanya suatu berita. Shoemaker dan Reese yang dikutip oleh Sudibyo dalam jurnal Mustofa menyebutkan 5 faktor, yaitu pertama, faktor individual seperti latar belakang pendidikan, agama, gender, inters politik dan sebagainya; kedua, rutinitas media yang mencakup mekanisme dan prosedur standar penulisan berita oleh media; ketiga, level organisasi yakni



en institusi media yang memiliki peran dan kepentingan dalam berita; keempat, level ekstramedia yakni faktor luar media seperti

narasumber, negara, iklan, pasar dan sebagainya; dan kelima, level ideologi berupa cara pandang dan kerangka berfikir serta sikap dalam menghadapi fenomena (Mustofa, 2012).

Di sinilah tantangan bagi wartawan untuk memegang prinsip dan etika pemberitaan sehingga mampu menjalankan fungsi pokoknya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat mendapatkan informasi dan bahan pertimbangan yang tepat dalam mengambil keputusan politiknya.

6. Pemilihan Umum (Pemilu)

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah bentuk dari kedaulatan rakyat sebagai negara dengan sistem pemerintahan demokrasi tentu setiap warga dalam negara adalah aktor politik dengan peran yang sama dalam menentukan pemimpin dan arah negara selanjutnya. Demokrasi hadir untuk memberikan jaminan kepada seluruh warga untuk menentukan pilihannya tanpa adanya intervensi dari pihak-pihak yang mementingkan keuntungan pribadi. Sebagai warga negara dengan sistem pemerintahan demokrasi tentu bebas untuk memilih calon pemimpin yang mereka inginkan. Dengan begitu pemilu tentu dapat menentukan nasib sebagian besar dari warga negara, pemilu kini menjadi parameter dalam mengukur sistem demokrasi satu ke satuan negara. Dalam sistem kenegaraan demokrasi sudah menjadi hal yang telah disepakati bahwa pemegang keputusan tertinggi adalah hasil dari



yang dimana telah dipilih dari sekian banyak warga dalam Pemilihan umum merupakan sebuah mekanisme untuk

menduduki jabatan publik melalui sebuah kompetisi untuk memperoleh dukungan rakyat menurut Schumpeter (Wahyuningasih et al., 2023). Tentu akan menjadi kompetisi bagi kaum elit untuk memperoleh kekuasaan melalui cara yang damai tentu telah disepakati dalam konstitusi.

Ketentuan tentang pemilihan umum seperti halnya dengan partai politik tidak diatur sebelumnya dalam Undang-Undang Dasar kecuali pemilihan presiden yang dilakukan oleh MPR. Dengan demikian tidak bisa diperrmasalahan apabila rezim saat itu mengatur tata cara pemilihan umum khususnya untuk memilih wakil-wakil rakyat baik ditingkat nasional maupun di tingkat daerah. Ada anggota lembaga perwakilan rakyat yang dipilih, ada yang diangkat sebagai anggota tambahan berdasarkan perimbangan perolehan suara dalam pemilihan umum ada pula yang diangkat berdasarkan jatah khusus untuk Angkatan Bersenjata Republik Indonesia.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia hasil perubahan kemudian menetapkan bahwa pengisian keanggotaan lembaga perwakilan rakyat dan presiden harus melalui pemilihan umum. Demikian ketentuan yang tertuang dalam Bab VII B Pasal 22 E Undang-Undang Dasar. Bersamaan dengan itu Undang-Undang Dasar pula membentuk Lembaga Perwakilan lain yang juga harus dipilih dalam pemilihan umum yaitu Dewan Perwakilan Daerah. Dengan demikian institusi dalam hal pengisian jabatannya harus diisi melalui pemilihan umum yaitu:



1. Lembaga perwakilan rakyat mulai dari tingkat nasional, tingkat provinsi, maupun tingkat kabupaten/kota (DPR-RI, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/kota) yang pesertanya adalah partai politik,
2. Lembaga perwakilan daerah (DPD) yang pesertanya adalah perorangan, serta
3. Presiden dan wakil presiden yang pesertanya adalah pasangan calon presiden dan wakil presiden yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik.

Dalam rangka penegasan sistem presidensiil sebagai salah satu kesepakatan dasar dalam perubahan Undang-Undang Dasar yang lalu penulis berpendapat bahwa selayaknya pemilihan umum untuk memilih anggota DPR RI, anggota DPD dan anggota DPRD dilaksanakan secara terpisah dengan pemilihan umum Presiden, dimana perolehan suara partai politik dalam pemilihan anggota DPR menjadi salah satu ukuran berhak tidaknya suatu partai politik mengusung pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam pemilihan umum presiden (Matalatta, 2017).

Koalisi pemerintahan sekaligus koalisi untuk berjuang bersama memenangkan pasangan calon presiden dan wakil presiden yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik itulah yang menurut hemat penulis yang diwadahi oleh Pasal 6A ayat 2 Undang Undang Dasar 1945. Pemahaman itulah yang penulis perjuangkan saat masih menjadi pimpinan Fraksi Partai Golkar di DPR RI dalam pembahasan undang-undang

n presiden sehingga pemilihan presiden tahun 2004, tahun 2009,



dan tahun 2014 dilaksanakan secara terpisah dengan pemilihan umum anggota lembaga perwakilan (Mattalatta, 2017).

Dengan keluarnya putusan Mahkamah Konstitusi yang menterjemahkan bunyi Pasal 22E ayat 2 yang menyatakan bahwa pemilihan umum legislatif dan pemilihan umum presiden harus dilaksanakan secara serentak maka instrumen mempertegas sistem presidensial melalui koalisi yang menggambarkan dukungan awal presiden sebelum pemilihan umum presiden menjadi tidak bermakna. Dengan demikian dalam upaya mempertegas sistem presidensial melalui mekanisme pembentukan koalisi yang menggambarkan dukungan awal presiden sebelum pemilihan umum presiden tetaplah harus dipikirkan. Salah satu solusinya adalah meningkatkan ambang batas perolehan suara partai politik dalam pemilihan umum untuk mengikuti pemilihan umum selanjutnya. Upaya ini sekaligus juga menjadi instrumen konsolidasi demokrasi melalui penyederhanaan jumlah partai politik peserta pemilihan umum (Mattalatta, 2017).

Menyangkut keterpilihan seseorang menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat sejak pemilihan umum dilaksanakan pasca perubahan Undang-Undang Dasar terdapat dua sistem. Untuk pemilihan umum legislatif tahun 2004 memakai stelsel daftar tertutup sedang untuk pemilihan umum legislatif tahun 2009 dan tahun 2014 memakai stelsel akrobat adanya putusan Mahkamah Konstitusi mengenai hal ini. Undang-Undang Dasar sebenarnya hanya menyatakan bahwa pemilihan umum untuk memilih

DPR dan DPRD pesertanya adalah Partai Politik (Mattalatta,



Presiden sejak tahun 2004 yang mengharuskan partai politik menetapkan calon, baik calon legislatif maupun pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden menempuh mekanis yang demokratis dan terbuka sesuai mekanisme internal masing masing partai politik. Sayangnya, ketentuan ini tidak pernah diperhatikan oleh KPU saat menerima daftar calon baik calon pemilihan umum legislatif maupun pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam pemilihan umum Presiden. Apabila Komisi Pemilihan Umum memperhatikan hal ini dan mulai memantau pada saat seleksi calon mungkin faktor negatif dalam proses pencalonan seperti mahar politik atau istilah lainnya dapat dihindari sejak dini (Mattalatta, 2017).

7. Framing

Framing adalah sebuah metode penelitian dalam ilmu komunikasi. Analisis *framing* menurut para ahli merupakan pengembangan dari analisis wacana hingga akhirnya menghasilkan metode baru yang digunakan untuk melihat fenomena di media. Gagasan mengenai *framing* pertama kali dilontarkan oleh Beterson pada 1955. Pada mulanya, *framing* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Kemudian, konsep ini dikembangkan oleh Goffman pada 1974. Ia mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang ibing individu untuk membaca realitas (Ichwan Butsi, 2019).



Teori mengenai *framing* berkembang karena pandangan kaum konstruksionisme. Paradigma konstruksionisme memiliki pandangan sendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Konsep konstruksionisme diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut mereka realitas tidak dibentuk secara ilmiah atau berasal dari Tuhan, namun hasil bentukan dan konstruksi (Adhi Dharma, 2018).

Salah satu efek *framing* yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. *Framing* menyediakan alat bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam kategori yang dikenal khalayak. Karena itu *framing* menolong khalayak untuk memproses informasi ke dalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu.

Dalam studi ilmu komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk menganalisis pesan-pesan tertulis maupun lisan. Konsep mengenai *framing* sering digunakan oleh media untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas. Dalam analisis *framing* akan terlihat asumsi bahwa media massa memiliki peran yang strategis dalam menentukan apa yang penting bagi publik.

Secara singkat, *framing* dapat dikatakan sebagai sebuah cara media menyajikan sebuah peristiwa. *Framing* merupakan sebuah



tan untuk mengetahui bagaimana cara pandang atau perspektif wartawan menyeleksi sebuah peristiwa dan menuliskannya dalam

bentuk berita. Ketika sedang mengonstruksi realitas, wartawan akan menentukan fakta apa saja yang akan diambil. Akan ada bagian tertentu dari realitas yang dikemukakan secara lebih menonjol. Penonjolan ini akan membuat khalayak menjadi lebih mudah mengingat peristiwa tersebut. Proses penyeleksian fakta dalam framing juga akan membuat makna dari sebuah peristiwa menjadi lebih mudah diingat.

Setiap media memiliki ideologi yang berbeda. Ideologi dapat diartikan sebagai cara melihat dunia. Hal tersebut akan menghasilkan sebuah interpretasi bagaimana sebuah ideologi bisa berdampak pada produksi dan konsumsi teks. Adanya ideologi akan membuat sudut pandang penulisan sebuah peristiwa menjadi beragam di berbagai media massa. Hal tersebut yang membuat konten di media massa berbeda-beda. Menurut Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam buku *Mediating the Message: Theories of Influence and Mass Media Content* yang dikutip oleh Apriadi Tamburaka, mengatakan terdapat lima faktor utama yang memengaruhi isi media. Kelima faktor tersebut adalah individu, kerutinan media, organisasi, ekstra media dan ideologi (Tamburaka, 2013) berikut ini adalah penjelasannya:

- a. Level Individu. Pada tingkat individu dari pekerja media, karakteristik individu (seperti gender, etnis dan orientasi seksual) dan latar belakang dan pengalaman peribadinya (seperti pendidikan, agama dan status sosial ekonomi orang tua) tidak hanya membentuk sikap, nilai, kepercayaan pribadi individu, namun mengarahkan latar belakang pengalaman profesionalnya. Seorang jurnalis memiliki orientasi



nilai tertentu dalam berhadapan dengan realitas yang sedang terjadi (memiliki pengaruh dalam menciptakan konstruksi sosial).

- b. Level Kerutinan media. Level ini merupakan tahap ketika jurnalis sudah dibiasakan untuk menjalankan suatu pekerjaan dengan cara atau prosedur yang pasti dan tetap. Rutinitas media massa memengaruhi praktik-praktik di antaranya *deadline* dan kendala waktu lainnya, kebutuhan ruang dan penerbitan, struktur piramida terbalik untuk menulis berita, nilai berita, standar objektivasi dan kepercayaan reporter pada sumber-sumber berita.
- c. Level Organisasi. Pada tingkat organisasi media, yang menjadi fokus adalah tujuan organisasi media. Pemberitaan di media bukanlah sebuah hasil yang bersifat perseorangan, melainkan kerja kelompok yang menunjukkan aspek kolektivitas. Tujuannya adalah memproduksi konten yang berkualitas dengan tujuan mencari keuntungan.
- d. Level Ekstramedia. Pada tingkat ini, pengaruh isi media juga berasal dari luar organisasi media itu sendiri. Pengaruh isi media bisa berasal dari sumber berita, pengiklan dan penonton atau pembaca, maupun kontrol dari pemerintah. Media massa harus berkompetisi dengan media lain untuk mendapatkan perhatian dari pembaca dan pengiklan.
- e. Level Ideologi Media. Level ini merupakan tataran yang secara menonjol lebih berhubungan dengan tuntutan dan kepentingan sosial masyarakat secara lebih luas. Dalam level ini dengan mudah dapat



teks gagasan (ideologi) dominan yang sedang berjalan atau dilakukan oleh negara atau masyarakat yang diikuti oleh pers.

Kemunculan *framing* dapat digunakan untuk menyederhanakan peristiwa yang panjang, lebar dan rumit. Misalnya ketika media cetak ingin menyampaikan sebuah peristiwa, namun memiliki keterbatasan pada kolom dan halaman serta pada media elektronik yang memiliki keterbatasan waktu. Pada saat itulah media tidak dapat menampilkan peristiwa secara utuh sehingga *framing* dapat digunakan untuk menyederhanakan peristiwa yang akan diberitakan.

Konsep *framing* dapat dibagi menjadi dua, yaitu *frame* media dan *frame* khalayak. *Frame* media (*media framing*) berbicara mengenai apa dan bagaimana yang digunakan oleh media dalam melaporkan sebuah peristiwa. Sedangkan Entman mendefinisikan *frame* khalayak (*audience framing*) sebagai gagasan yang dimiliki seseorang yang dapat membimbing dalam memproses informasi. Terdapat dua aspek dalam *framing* yaitu memilih fakta atau realitas dan menuliskan fakta. Wartawan memiliki cara pandang yang berbeda dalam melihat sebuah peristiwa. Perbedaan inilah yang akan membuat bingkai pemberitaan di media menjadi berbeda.

Ketika memilih fakta, ada dua hal yang perlu diperhatikan, yaitu fakta apa yang dipilih dan fakta apa yang akan dibuang. Penekanan aspek dapat dilihat dengan memilih fakta dan membuang fakta lain. Setelah fakta dipilih, perlu adanya strategi dalam hal menuliskan fakta. Gagasan ini diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa dan dengan bantuan gambar. Fakta tersebut dimunculkan atau ditekankan di bagian-bagian yang mencolok



headline depan atau belakang, adanya pengulangan, pemakaian
an pemakaian label tertentu. Penonjolan seperti itu kemungkinan

besar akan diperhatikan khalayak dan memengaruhi khalayak dalam memahami sesuatu.

Ada beberapa tokoh yang memberikan definisi *framing*. Beberapa definisi para ahli tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Robert N. Entman. *Framing* merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi lain.
- b. William A. Gampson. Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengonstruksi makna, pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.
- c. Todd Gitlin. Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak. Peristiwa- peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek

ntu dari realitas.



- d. David E. Snow dan Robert Benford. Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. *Frame* mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.
- e. Amy Binder. Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. *Frame* mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
- f. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. Pan dan Kosicki melihat *framing* sebagai ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. Menurut mereka ada dua konsepsi yang berkaitan yaitu psikologis dan sosiologis (Eriyanto, 2008). Adanya dua konsepsi ini membuat satu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami dan dapat dimengerti.

8. Analisis Framing Model Robert N. Entman



framing memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh

pembuat teks. Informasi yang menonjol kemungkinan lebih diterima oleh khalayak, lebih terasa dan tersimpan dalam memori dibandingkan dengan yang disajikan secara biasa. Karena kemenonjolan adalah produk interaksi antara teks dan penerima, kehadiran *frame* dalam teks bisa jadi tidak seperti yang dideteksi karena khalayak sangat mungkin mempunyai pandangan apa yang dia pikirkan atas suatu teks berita tersebut dikonstruksi dalam pikiran khalayak.

Dalam studi isi media, Robert N. Entman adalah salah satu ahli yang meletakkan dasar bagi analisis *framing*. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, pertama isu seleksi dan kedua penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. Proses seleksi dari berbagai aspek realitas tersebut membuat bagian tertentu dari peristiwa tersebut lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Informasi-informasi ditempatkan dalam konteks yang khas sehingga ada aspek tertentu yang mendapat alokasi pemberitaan lebih besar daripada sisi yang lain.

Perangkat *Framing Model* Robert N. Entman sebagai berikut:

a. Seleksi isu. Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta.

Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (*include*) tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (*exclude*) tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.



onjolan aspek tertentu dari isu. Aspek ini berhubungan dengan
lisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut

telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan cerita tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak (Eriyanto, 2008)

Pilihan kata-kata dalam menulis berita yang akan dibaca oleh khalayak digunakan untuk menekankan aspek tertentu dalam suatu isu. Proses penekanan akan membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik dan lebih diingat oleh masyarakat.

Dalam (Kriyantono, 2006) konsep analisis *framing* model Entman merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana. Konsep-konsep tersebut digunakan untuk menekankan isi pikiran terhadap peristiwa yang diangkat. Konsep-konsep tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Define Problems/Problem Identification* (Pendefinisian Masalah) yaitu bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
- b. *Diagnose Causes/Causal Interpretation* (Memperkirakan Sumber Masalah) yaitu peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
- c. *Make Moral Judgement/Moral Evaluation* (Membuat Keputusan Moral) yaitu Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau delegitimasi suatu tindakan?



- d. *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian) yaitu Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Konsep *framing* di atas menggambarkan bagaimana wartawan memaknai sebuah peristiwa. Elemen pertama kali saat melihat *frame* di sebuah media adalah *define problem* (mendefinisikan masalah). Entman menekankan bagaimana wartawan memahami sebuah peristiwa. Satu peristiwa dapat dilihat secara berbeda berdasarkan bagaimana cara memahami sebuah peristiwa. Perbedaan bingkai inilah yang akan membuat realitas yang ditulis di media berbeda-beda. Elemen kedua dalam *framing* adalah *Causal Interpretation* (memperkirakan penyebab masalah). Elemen ini digunakan untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dalam sebuah peristiwa. Penyebab dapat dilihat dari apa (*what*) dan siapa (*who*). Ketika wartawan memahami sebuah peristiwa, ia akan menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah. *Make moral judgement* (membuat pilihan moral) merupakan elemen ketiga dalam *framing* Entman. Elemen ini digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah. Ketika permasalahan sudah ditentukan maka dibutuhkan argumentasi untuk mendukung gagasan tersebut. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian) merupakan elemen terakhir dalam konsep



Entman. Dalam elemen ini akan terlihat seperti apa keinginan dari n. Wartawan dapat memilih cara apa yang digunakan untuk

menyelesaikan masalah. Saat memilih penyelesaian, tentu tidak terlepas dari bagaimana peristiwa itu dilihat dan juga siapa penyebab dibalik permasalahan tersebut. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut (Eriyanto, 2008).

9. Teori *Agenda Setting*

Littlejohn dan Foss dalam bukunya menyatakan bahwa teori agenda setting merupakan teori yang membahas bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran (Primayana, 2022). Hal tersebut terjadi dikarenakan media wajib bersifat selektif dalam menyajikan berita. Sedangkan menurut Syukur Kholil agenda setting adalah fungsi media massa memiliki kemampuan dalam memengaruhi opini serta tindakan publik dengan menetapkan agenda terkait permasalahan yang dianggap signifikan (Ritonga, 2018). Teori ini membahas bagaimana peran penting media dalam menentukan agenda terhadap masyarakat yang terkena terpaan pesan itu (Ritonga, 2018).

Berdasarkan paparan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa agenda setting theory merupakan pandangan yang berusaha membahas seperti apa media menentukan agenda dalam menyampaikan isi pesan media. Agenda adalah hal-hal dan informasi penting yang ditonjolkan. Khalayak media akan terbiasa dengan informasi yang disajikan media massa,

dan berita tersebut menjadi bahan pembicaraan dalam interaksi sosialnya. Pesan dan informasi yang diberitakan media tidak hanya



dianggap sebagai wawasan semata bagi khalayak, namun juga memiliki potensi untuk memengaruhi sikap, perilaku, dan gaya hidup mereka.

Teori agenda setting adalah sebuah konsep dalam ilmu komunikasi yang membahas mengenai media yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sesuatu yang dianggap penting oleh publik dengan cara menentukan agenda atau topik pembicaraan yang dominan dalam masyarakat. Dalam konteks teori ini, selain media massa memberikan informasi kepada masyarakat, media juga membantu dalam hal membentuk persepsi masyarakat terhadap topik-topik tertentu dengan menempatkan perhatian pada isu-isu tertentu secara berulang-ulang. Dengan demikian, media massa dapat mempengaruhi perhatian publik terhadap suatu peristiwa tertentu.

Teori ini memandang media mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi dan menarik minat khalayak mengenai suatu peristiwa. Teori ini mengasumsikan bahwa bagaimana media mengatur agenda dalam pemberitaan akan menimbulkan hubungan antara perhatian khalayak pembaca dengan penilaian yang diberikan media. Sehingga dapat mempengaruhi pandangan khalayak terhadap suatu persoalan tertentu yang disampaikan oleh media. Misalnya dalam pemilihan umum presiden (Pilpres), pemberitaan positif atau negatif terhadap para paslon di media massa, akan sangat mempengaruhi citra dan nasib paslon dalam pemilu. Maka dari itu, tidak heran jika muncul istilah "*Menguasai media*

nguasai publik atau massa politik".



Dalam teori agenda setting memandang bahwa media massa tidak selalu memberi efek yang signifikan kepada khalayak pembaca. Media massa juga bisa hanya memberi pengaruh yang sedikit atau bahkan tidak memberi efek kepada khalayak. Semuanya, bergantung kepada kondisi setiap individu khalayak. Menurut McCombs dan Shaw agenda setting terjadi dalam tiga level yaitu (Safitri et al. 2021):

- a. Media memberitahu kita isu-isu apa yang perlu kita pikirkan.
- b. Aspek-aspek apa saja dari isu tersebut yang paling penting.
- c. Bagaimana isu-isu yang berbeda saling terhubung satu sama lain.

Menurut Griffin, media mampu melakukan lebih dari sekedar membuat suatu isu menonjol dibandingkan isu-isu lainnya, melainkan ia juga mampu membentuk cara berpikir audiens tentang isu tersebut (Griffin, 2019). Hal yang dapat dilakukan media massa untuk menentukan agenda yakni sebagai berikut (Effendi et al. 2023): menentukan yang harus dipikirkan publik, kebenaran yang dipercaya khalayak, penyelesaian terhadap masalah, tumpuan perhatian suatu masalah, serta hal yang harus dilakukan dan diketahui khalayak luas.

Di Indonesia, teori ini sering dipakai untuk penelitian yang berusaha mengukur popularitas para paslon-paslon presiden setiap menjelang pilpres sejak 2014. Begitu juga dengan penelitian ini menggunakan teori agenda setting untuk melihat bagaimana media membingkai berita tentang pilpres 2024 yang difokuskan pada berita tentang Gibran sebagai



s. Apalagi berita tentang Gibran menjadi kontroversi di kalangan kat. Hal ini karena mengkritisi terkait pelanggaran etik yang

terjadi, dimana lolosnya pencalonan Gibran pada pilpres 2024, tidak memenuhi syarat konstitusi untuk mendaftarkan diri sebagai wakil presiden dalam kontestasi pilpres. Syarat tersebut yakni capres atau cawapres berusia minimal 40 tahun. Sedangkan ketika mendaftar Gibran belum memenuhi syarat usia 40 tahun, yakni saat itu ia masih berusia sekitar 36 tahun. Isu ini heboh dan menjadi perdebatan di kalangan masyarakat luas.

Dari sini kita dapat mengetahui proses agenda setting dilakukan, ketika media mengarahkan “apa yang harus dipikirkan” oleh masyarakat melalui *priming* (penonjolan suatu isu) serta *framing* (pembingkaiian) isi media. Dalam teori ini dikritik bahwa media massa tidak senantiasa memiliki pengaruh kepada publik, tetapi bergantung pada beberapa faktor seperti kebutuhan masyarakat, kredibilitas media dan sebagainya. Agenda setting terbagi menjadi dua level yakni:

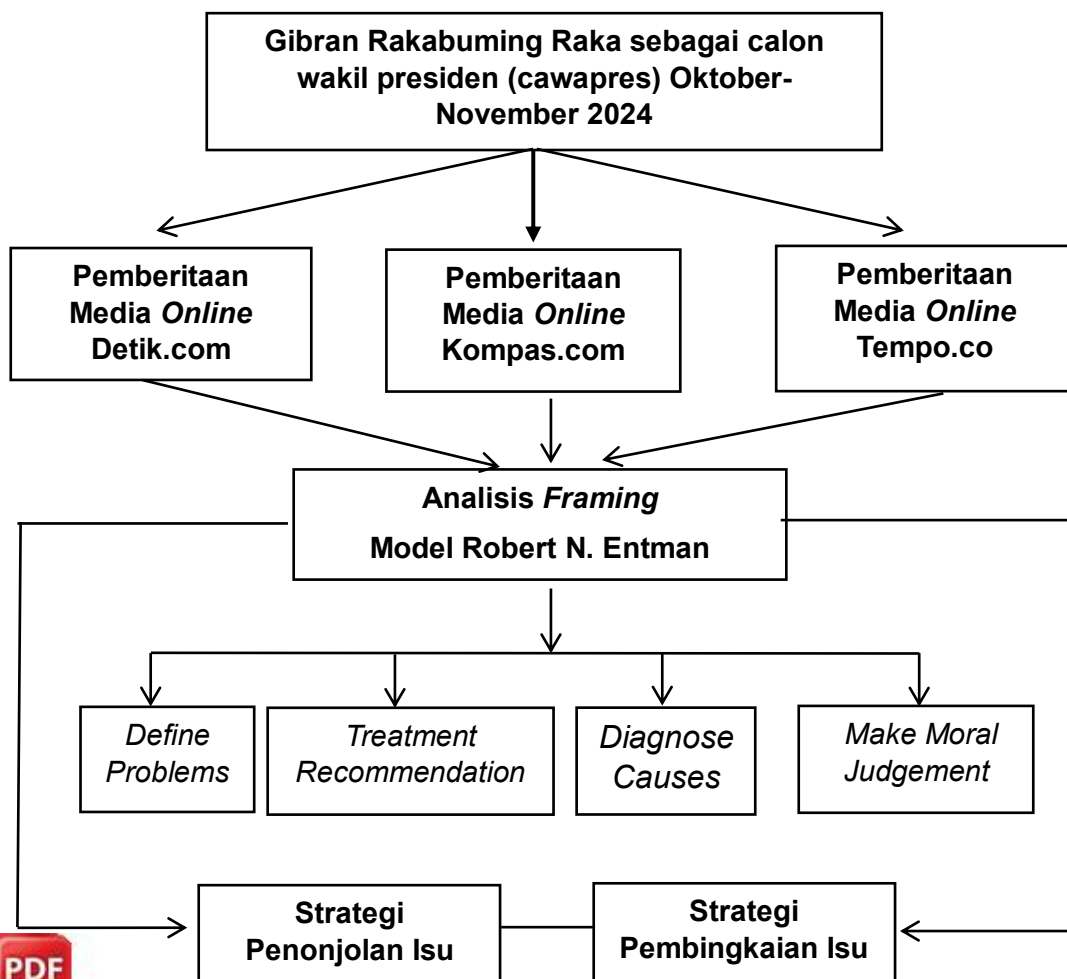
- a. Menetapkan isu-isu umum yang penting.
- b. Menentukan bagian/pokok tertentu dari isu-isu yang dianggap penting.

Agenda setting level kedua inilah yang biasa disebut dengan proses framing/pembingkaiian oleh media. Itulah mengapa penelitian ini menggunakan teori agenda setting, karena sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini.



C. Kerangka Pikir

Untuk membangun kesesuaian berfikir mengenai penelitian yang akan dilakukan ini, maka perlu digambarkan kerangka berfikir yang merupakan landasan dalam melaksanakan penelitian ini sesuai dengan uraian sebelumnya yakni bagaimana gambaran tentang media *online* Detik.com, Kompas.com, dan Tempo.co dalam melakukan *framing* terhadap pemberitaan tentang Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden (cawapres) 2024. Untuk lebih sistematisnya arah penelitian ini, maka disajikan skema gambar sebagai berikut:



Sumber: Olah Data oleh Peneliti, 2024

