

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa memiliki peranan yang berdampak besar sehingga menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat. Menurut Dedi Kusuma Habibie, bahwa media massa disebut sebagai saluran komunikasi dan sumber informasi yang menyebarluaskan berita secara masal dan mudah dijangkau oleh banyak orang. Media massa berperan sebagai sarana untuk menyebarkan berita, pendapat, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.¹ Secara umum, media massa terbagi menjadi media cetak, media elektronik dan media siber (*online*). Jika dibagi, media cetak dan media elektronik termasuk dalam jenis media konvensional, sementara media siber dalam jenis media digital.² Kredibilitas informasi menjadi faktor penting yang mendorong masyarakat untuk mencari sumber informasi yang dapat diandalkan di antara berbagai media massa. Kredibilitas ini mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap media massa yang dianggap sebagai referensi utama dalam mencari informasi dan pengetahuan.³

Pemberitaan dalam media massa tidak selalu bersifat netral, karena setiap media memiliki kebijakan khusus dalam menyampaikan beritanya. Menurut Khoirul Muslimin, dalam buku *Jurnalistik Dasar*, berita adalah laporan terbaru tentang fakta atau peristiwa yang dianggap penting atau

¹ Dedi Kusuma Habibie, "Dwi Fungsi Media Massa," dalam *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.7, No. 2 (Desember, 2018) Universitas Gajah Mada, h. 79

² Eko Pamuji, *Media Cetak VS Media Online: Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa*, (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019). h. 54

³ Imam Khalid, "Kredibilitas Media Cetak dan Media Online," dalam *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 9, Edisi 1 (Juni, 2019) STAI An-Nadwah Kuala Tungkal, h. 88

menarik oleh khalayak, dan disebarakan melalui media massa.⁴ Media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan membentuk pemikiran pembacanya dengan menonjolkan bagian tertentu dalam berita. Aktivitas intensif media massa dalam menyajikan isu-isu politik menegaskan peran krusialnya sebagai alat komunikasi politik.

Saat ini masyarakat memiliki banyak opsi dalam mencari dan mengakses informasi terkini, baik melalui media cetak (seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lain sebagainya), media elektronik (termasuk radio, televisi, *handphone*, dan komputer), maupun media *online* yang sering disebut sebagai media siber atau media baru. Media *online* mencakup berbagai platform seperti portal, situs web (termasuk blog dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter), radio *online*, TV *online* dan email.⁵ Dalam konteks media *online*, berita tentang suatu peristiwa dapat dihadirkan dengan sudut pandang yang berbeda oleh berbagai media karena menggunakan bingkai atau *frame* yang berbeda, serta dapat juga menghadirkan dengan agenda *setting* tertentu untuk tujuan yang diinginkan.

Di tahun 2023 sekarang ini, media *online* Indonesia gencar memberitakan mengenai Bakal Calon Presiden 2024. Sebab di tahun ini tepatnya pada bulan Oktober 2023, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah membuka pendaftaran bagi calon presiden dan calon wakil presiden yang akan mendaftarkan diri.⁶ Langkah ini menandai dimulainya fase kritis dalam proses pemilihan, dengan beberapa kandidat yang ramai diberitakan di media *online*, yang sudah diprediksi akan bersaing ketat dalam kontestasi Pilres 2024. Pemberitaan mengenai kandidat-kandidat mencerminkan betapa besar antusiasme dan perhatian publik terhadap Pemilu 2024.

⁴ Khoirul Muslimin, *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*, (Yogyakarta: Unisnu Press, 2019), h. 18

⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online “Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism”*, (Bandung, Nuansa Cendekia, 2018), h. 34-35

⁶ <https://polpum.kemendagri.go.id/tahapan-dan-jadwal-pendaftaran-capres-cawapres-pemilu-2024/> diakses pada tanggal 25 Mei 2024 Pukul 09.45 WIB.

Berdasarkan minat penelusuran berita mengenai Bakal Calon Presiden 2024 dari data *Google Trends*, pada bulan Januari 2023 hingga 30 September 2023 mengalami kenaikan dan penurunan, dengan penelusuran tertinggi sebesar 57 dan terendahnya 0. Terdapat beberapa nama yang diberitakan akan menjadi Bakal Calon Presiden 2024 yaitu, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Ketiga kandidat ini sudah mulai mempersiapkan diri dan mendapatkan dukungan dari partai yang mengusungnya.

Anies Baswedan adalah mantan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta periode 2017-2022, yang di mana merupakan politikus independen atau tidak masuk ke dalam partai politik tetapi Anies Baswedan diusung menjadi Bakal Calon Presiden 2024 oleh Partai Nasional Demokrat (Nasdem). Kemudian Prabowo Subianto adalah Menteri Pertahanan Republik Indonesia sejak 2019 hingga sekarang, yang di mana merupakan bagian dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) yang juga diusung menjadi Bakal Calon Presiden 2024. Serta Ganjar Pranowo yang juga menjadi Bakal Calon Presiden 2024 berasal dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Ganjar Pranowo adalah mantan Gubernur Jawa Tengah yang menjabat selama dua periode terhitung sejak 23 Agustus 2013 hingga 5 September 2023.

Penelusuran minat berita berdasarkan dari data *Google Trends* selama bulan September 2023 terhadap tiga kandidat Bakal Calon Presiden 2024 juga berbeda-beda. Penelusuran mengenai berita Anies Baswedan selama bulan September 2023 mencapai sebesar 27 dengan terendah 14. Prabowo Subianto mencapai sebesar 18 dengan terendah 10. Dan Ganjar Pranowo mencapai sebesar 63 dengan terendah 35. Sedangkan jika ketiganya dibandingkan langsung menurut *Google Trends*, angka tertinggi yaitu Ganjar Pranowo mencapai 30, Anies Baswedan 29 dan Prabowo Subianto 15.

Dari ketiga kandidat tersebut, maka penulis memilih untuk meneliti Ganjar Pranowo. Pilihan ini didasari oleh peristiwa pada bulan September 2023, di mana Ganjar Pranowo menjadi sorotan media massa *online* karena muncul dalam tayangan azan di sebuah stasiun televisi swasta Indonesia. Kehadiran ini memicu berbagai perbincangan di publik, memperlihatkan betapa kuatnya pengaruh media dalam membentuk opini masyarakat. Kemudian dari hasil penelusuran *Google Trends* pun menyatakan bahwa Ganjar Pranowo yang paling ramai di perbincangkan di Bulan September 2023. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan fokus pada Ganjar Pranowo.

Dari banyaknya media *online* yang ada di internet, terdapat dua media *online* yang juga memberitakan mengenai Ganjar Pranowo sebagai Bakal Calon Presiden 2024, yaitu iNews.id dan Metrotvnews.com. Kedua media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com merupakan portal berita nasional yang menyajikan pemberitaan seputar politik, hiburan, dan berbagai informasi penting. Kedua portal media *online* ini mengenai unggahan beritanya menampilkan sudut pandang yang berbeda. Perbedaan itu dapat dilihat berdasarkan judul berita dan isi yang tertuang di dalam berita tersebut. Selain itu, media *online* iNews.id tercatat mengunggah sebanyak 181 berita, sedangkan media *online* Metrotvnews.com tercatat mengunggah sebanyak 128 berita.

Dengan mempertimbangkan perbedaan ini, penulis akan membandingkan isi berita dari kedua media *online* tersebut dengan menerapkan teknik Analisis *Framing*. Analisis *framing* merupakan metode yang dipakai dalam memahami bagaimana suatu media membingkai realitas tertentu, sehingga memungkinkan penekanan pada aspek yang relevan dari studi kasus tertentu. Hal ini perlu dicermati karena penekanan pada aspek

tertentu dapat memberikan sesuatu yang lebih substansial, lebih mudah dipahami dan lebih bermakna bagi orang awam.⁷

Pers memandang situasi ini dari berbagai perspektif untuk mengonstruksi pemberitaan di situs berita masing-masing. Media secara aktif membentuk realitas dengan memperlihatkan kecenderungan, kepentingan, dan biasanya, sehingga berita tentang Ganjar Pranowo memiliki kemungkinan dikonstruksi. Dari hal ini, sebagian media massa kini berbasis *online* memiliki kemampuan krusial untuk merangkum informasi terkait pemberitaan Bakal Calon Presiden 2024. Media, baik dengan sengaja maupun tidak, menciptakan bingkai untuk berita tersebut dalam membangun pendapat publik menggunakan keinginan media sendiri.

Analisis *framing* yang penulis pakai untuk membandingkan pemberitaan Bakal Calon Presiden 2024 Ganjar Pranowo di media *online* adalah model Robert N. Entman. Model *framing* Entman dipakai dalam memahami apa yang terjadi dan bagaimana cara interpretasinya terkait isi berita. Untuk menjelaskan *framing* media, Entman membaginya dalam empat elemen, di antaranya: Pertama, mendefinisikan masalah (*define problems*), menyoroti bagaimana wartawan memberikan makna yang berbeda pada suatu peristiwa. Kedua, mendiagnosa penyebab masalah (*diagnose causes*), mendefinisikan akar masalah untuk memperlihatkan siapa yang bertindak sebagai pelaku dan korban. Ketiga, memberikan penilaian moral terhadap peristiwa yang terjadi (*make moral judgement*). Keempat, menekankan solusi sebagai rekomendasi untuk menyelesaikan masalah (*treatment recommendation*).⁸

⁷ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta, LKiS, 2002), h. 3-4

⁸ Arik Sofian dan Niken Lestari, "Analisis *framing* pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19: Analisis *framing* model Robert N. Entman pada media *online* Koran.tempo.co Edisi Maret 2020," dalam *Commicast*, Vol. 2, No. 1 (Maret, 2021), h. 58

Penulis melakukan penelitian pada media iNews.id dan Metrotvnews.com, merupakan dua media *online* nasional agar memahami *framing* serta apa yang digunakan kedua media tersebut sepanjang periode September. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, penulis membuat judul yaitu “**Perbandingan Pemberitaan Media Online Bakal Calon Presiden Ganjar Pranowo (Analisis Framing Robert N. Entman Di Media Online iNews.id dan Metrotvnews.com).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *framing* pemberitaan media *online* bakal calon presiden Ganjar Pranowo di iNews.id ?
2. Bagaimana *framing* pemberitaan media *online* bakal calon presiden Ganjar Pranowo di Metrotvnews.com ?
3. Bagaimana perbandingan *framing* pemberitaan media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com terhadap bakal calon presiden Ganjar Pranowo ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *framing* pemberitaan media *online* bakal calon presiden Ganjar Pranowo di iNews.id.
2. Untuk mengetahui *framing* pemberitaan media *online* bakal calon presiden Ganjar Pranowo di Metrotvnews.com.
3. Untuk mengetahui perbandingan *framing* pemberitaan media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com terhadap bakal calon presiden Ganjar Pranowo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan komunikasi dan menambah pengetahuan khususnya dalam bidang analisis *framing*, baik bagi penulis maupun pembaca. Serta menambah pengetahuan terhadap *framing* pemberitaan yang dilakukan media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa menyajikan pemahaman gambaran untuk khalayak umum mengenai *framing* berita yang dilakukan oleh media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com mengenai pemberitaan bakal calon presiden Ganjar Pranowo. Serta menampilkan kepada khalayak umum mengenai fakta yang dilakukan oleh media massa, agar masyarakat bisa memilah berita yang akan dikonsumsi dan menyediakan pendapat kritis terhadap berita yang disampaikan oleh media.
 - b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi kritik dan saran yang berguna terhadap konten berita yang terdapat di media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com pada setiap pemberitaannya.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan oleh penulis sebagai acuan dalam memahami analisis *framing* di media *online*. Berdasarkan data yang ada, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Siti Hajiza, Mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan tahun 2022, dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan

Mediaindonesia.com dan Kompas.com Terhadap Berita Pencitraan Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden 2024”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis *framing* model Robert N. Entman. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa media *online* www.kompas.com dan www.mediaindonesia.com telah sama-sama melakukan *moral judgement* (kebijakan moral) yakni sama-sama melakukan kritik terhadap Puan Maharani yang dinilai sebagai pejabat negara yang tidak menggunakan akal sehat (*common sense*) ketika melakukan pencitraan dirinya sebagai bakal calon Presiden RI 2024 di tengah-tengah warga (rakyat) yang sedang menghadapi kesusahan akibat bencana alam.⁹ Persamaan penelitian ini terletak pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu model *Framing* Robert N. Entman, metode penelitian yang digunakan kualitatif dan fokus isu yang digunakan mengenai politik di Indonesia khususnya pada masa pencapresan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada media *online* yang diteliti, teori yang dipakai, dan tokoh politik yang diteliti termasuk masa peristiwanya.

2. Skripsi yang ditulis oleh Rayyan Sofyan, Mahasiswa dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2020, dengan judul “Analisis *Framing* Model Murray Edelman Pada Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di Serambinews.com dengan Republika.co.id.” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan verifikatif dengan menggunakan teknik analisis *framing*. Pemberitaan di Serambinews.com muncul mendukung pasangan calon presiden nomor urut 01, terdapat 5 berita yang muncul. Sedangkan berita pasangan calon presiden nomor urut 02 hanya ada 2 berita yang

⁹ Siti Hajiza, “Analisis *Framing* Pemberitaan Mediaindonesia.com dan Kompas.com Terhadap Berita Pencitraan Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden 2024” (Skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2022)

muncul. Kemudian terdapat tiga berita yang tidak berpihak ke mana pun. Sedangkan berdasarkan hasil analisis berita media Republika.co.id, pada edisi September 2018 tentang Pilpres 2019 terdapat dua berita yang mengarah pada kemenangan tim Prabowo-Sandi. Terbukti, KPU telah memeriksa banyak data DPT, dan beberapa pesan tidak tergolong faktor yang memihak kelompok tertentu. Dari kedua media tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa faktor yang membentuk cara pandang jurnalis dalam memilih topik media adalah karena banyaknya pemilik media yang tergabung dalam salah satu kubu calon presiden pada pemilu presiden lalu. Semakin jelas bahwa di media, penetapan agenda *setting* dan *framing* berita cenderung semakin berskala besar dan terstruktur.¹⁰ Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan kualitatif dan fokus isu yang digunakan mengenai politik di Indonesia khususnya pada masa pencapresan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu *framing* model Murray Edelman, media *online* yang diteliti, teori yang dipakai dan tokoh politik yang diteliti termasuk masa peristiwanya.

3. Skripsi yang ditulis oleh Kevin Adi Nugraha, Mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya tahun 2023, dengan judul “Analisis *Framing* mediaindonesia.com, [Viva.co.id](http://viva.co.id) dan [Kompas.com](http://kompas.com) Dalam Pemberitaan Pencalonan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden Pada Periode Pemberitaan Tanggal 3 Oktober 2022.” Pendekatan kualitatif penelitian ini melibatkan analisis oleh William A. Gamson. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi pemberitaan yang dilakukan mediaindonesia.com menyoroti Surya

¹⁰ Rayyan Sofyan, “Analisis *Framing* Model Muray Edelman Pada Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di Serambinews.com Dengan Republika.co.id” (Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020).

Paloh sebagai sosok penting dalam mendeklarasikan Anies. Viva.co.id mengatakan dalam pernyataannya bahwa hubungan antara Jokowi dan Surya Paloh diperkirakan sedikit renggang, berkonflik dengan Jokowi, dan pilihan Anies adalah hasil dari Surya Paloh. Sementara Kompas.com membingkai berita yang menyoroti naik turunnya hubungan Jokowi dan Surya Paloh serta Surya Paloh sebagai penjelas Anies.¹¹ Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan kualitatif, dan fokus isu yang digunakan mengenai politik di Indonesia khususnya pada masa pencapresan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada model analisis *framing* yang digunakan yaitu William A. Gamson sedangkan penulis menggunakan Robert N. Entman, media *online* yang diteliti, teori yang dipakai, dan tokoh politik yang diteliti termasuk masa peristiwanya.

4. Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Balya dan Varinia Pura Damaiyanti, Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat tahun 2023, dengan judul “*Framing Media Online Terhadap Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden Dalam Pemilihan Presiden 2024.*” Dengan menggunakan model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Konsicki, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menunjukkan adanya bias *framing* positif terhadap Puan Maharani. Puan Maharani menunjukkan sikap *framing* yang baik, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian ini. Cara media *online regional* dan nasional menyusun berita positif berbeda-beda. Meski media *daring* daerah dan nasional cenderung menggunakan narasi yang hiperbola dan berlebihan, mereka punya pendekatan yang lebih variatif dalam menciptakan pemberitaan positif tentang Puan

¹¹ Kevin Adi Nugraha, “Analisis *Framing* Mediainonesia.com, Vivav.co.id dan Kompas.com Dalam Pemberitaan Pencalonan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden Pada Periode Pemberitaan Tanggal 3 Oktober 2022” (Skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2023).

Maharani. Meski ada motif politik di balik pemberitaan media *online*, Puan Maharani tampaknya lebih akurat diberitakan oleh media *online* nasional. Media *online* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi masyarakat, khususnya mengenai politik Pilpres 2024. Representasi positif memang menguntungkan, namun representasi yang campur aduk dan berlebihan sering kali lebih tidak memihak.¹² Persamaan penelitian ini terletak pada fokus isu yang digunakan mengenai politik di Indonesia khususnya pada masa pencapresan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada analisis *framing* yang digunakan yaitu Zhongdang Pan dan Gerald M. Konsicki, sedangkan penulis menggunakan Robert N. Entman, media *online* yang diteliti, teori yang dipakai, dan tokoh politik yang diteliti termasuk masa peristiwanya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini berguna memudahkan penulis dalam menulis penelitian. Penulis membagi sistematika pembahasan meliputi lima bab di antaranya :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bagian ini berisi Kajian Pustaka meliputi: Media Massa, Media *Online*, Jurnalistik, dan Berita. Serta Landasan Teori meliputi: Teori Konsep *Framing*, Teori *Framing* model Robert N. Entman dan Teori *Agenda Setting*.

¹² Muhammad Balya dan Varinia Pura Damaiyanti, “*Framing Media Online Terhadap Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden Dalam Pemilihan Presiden 2024*,” Huma: Jurnal Sosiologi, Vol. 2, No. 2 (April-Mei, 2023) Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini berisi Jenis Metode Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi pembahasan hasil *framing* pemberitaan di media *online* iNews.id dan Metrotvnews.com, serta perbandingan *framing* pemberitaan mengenai Bakal Calon Presiden Ganjar Pranowo di iNews.id dan Metrotvnews.com, dengan menggunakan Analisis Data berupa Analisis *Framing* Model Robert N. Entman dan Miles and Huberman yang terdiri dari Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan. Serta temuan-temuan penelitian berupa gambaran umum mengenai Media *Online* iNews.id dan Metrotvnews.com.

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini berisi Kesimpulan sesuai rumusan masalah dan tujuan penelitian serta saran berdasarkan hasil temuan penelitian.