

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022 tersebut dideklarasikan sebagai capres 2024 oleh Partai Nasdem pada 3 Oktober 2022. Terhitung terdapat tiga partai yang sepakat mendeklarsikan Anies Baswedan sebagai capres 2024, yaitu Partai Nasdem, Partai Demokrat, dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Isu mengenai pertemuan Anies, penentuan calon wakil presiden, serta tekanan yang dialami oleh partai pengusung Anies turut diberitakan. Selain media arus utama yang memberitakan Anies Baswedan setelah dideklarasikan sebagai calon presiden 2024, media jurnalis warga yaitu Kompasiana.com juga memberitakan hal tersebut. Berita yang tayang di Kompasiana.com merupakan karya jurnalis warga atau disebut sebagai kompasianer.

Jurnalis warga yang ingin menulis di Kompasiana.com wajib mendaftarkan dirinya di akun KG Media ID dengan klik fitur “nulis” di web Kompasiana.com kemudian menyetujui persyaratan yang berlaku. Hasil tulisan jurnalis warga yang sudah tayang kemudian ada beberapa yang dipilih oleh tim pengelola konten atau disebut sebagai moderator untuk dijadikan topik pilihan di Kompasiana.com.

Anies Rasyid Baswedan atau yang biasa dikenal dengan nama Anies Baswedan merupakan mantan gubernur provinsi DKI Jakarta yang masa jabatannya baru saja selesai pada 16 Oktober 2022 lalu. Akhir jabatan Anies Baswedan tersebut pun mendapatkan komentar dari berbagai pihak mengenai hasil kerjanya selama menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta. Lembaga Survei Independen Nusantara (LSIN) mengukur elektabilitas calon presiden jelang pemilu 2024, dari hasil beberapa survei, salah satunya survei opini politik (IPO) yang diselenggarakan pada tanggal 23-28 Mei 2022 Anies Baswedan menjadi yang tertinggi dibandingkan 9 nama lainnya, yaitu dengan nilai 26,92%. Selain berdasarkan survei, kehadiran Anies dalam dunia politik sudah ada sejak pemerintahan Joko Widodo.

Hal ini terbukti bahwa Anies pernah menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, sehingga Anies sangat berkontribusi besar dalam dunia Pendidikan di Indonesia. Sederet prestasi dan penghargaan pernah di dapatkannya baik di dalam maupun di luar negeri (Leni Anindita et al., 2022). Maka dari itu, berdasarkan survei dan latar belakang tersebut Anies Baswedan cukup menjanjikan untuk mengikuti pemilihan presiden tahun 2024 mendatang. Namun, dilansir dari Republika.co.id, pihak PDIP mengatakan bahwa kinerja Anies nol persen selama menjabat sebagai gubernur.

PDIP juga mengatakan bahwa dari 23 janji, Anies hanya memenuhi lima janji saja, bahkan lima janji tersebut dianggap tidak maksimal. Namun, pernyataan fraksi PDIP itu dibantah oleh fraksi PKS yang menganggap bahwa kinerja

Anies Baswedan sudah baik dan menepati janjinya selama lima tahun terakhir (Raharjo, 2022). Hal di atas menarik untuk dilihat bahwa opini mengenai kepemimpinan Anies dapat berdampak pada pencalonan dirinya sebagai calon presiden. Sebelumnya, Anies Baswedan memenangkan pilkada 2017 – 2022 sebagai gubernur DKI Jakarta dengan pasangannya Sandiaga Uno. Pada kampanye pilkada tersebut, Anies memiliki tagline “Maju Kotanya, Bahagia Warganya”.

Dilansir dari jpnn.com, arti dari tagline tersebut adalah Anies merasa bahwa ibukota Jakarta hanya maju di pembangunan infrastrukturnya tetapi kurang memperhatikan rakyat yang tinggal disana (Tim Redaktur, 2016). Menurut Adriyanto (2018), Anies Baswedan mulai dikenal oleh publik dimulai saat dirinya menduduki kursi jabatan di dalam kabinet kerja Jokowi sebagai Menteri Kebudayaan dan Pendidikan Dasar dan Menengah. Namun, dirinya mengalami reshuffle dan posisinya digantikan oleh Muhadjir Effendy.

Metronews, sebagai sumber berita yang terkemuka, memberikan latar belakang yang komprehensif mengenai Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan. Dalam melaporkan berita tentang Anies, Metronews cenderung fokus pada berbagai inisiatif dan kebijakan yang diambil olehnya selama masa kepemimpinannya. Liputan tersebut mencakup program-program inovatif, respons terhadap permasalahan kritis di Jakarta, dan kebijakan-kebijakan yang berdampak signifikan pada warga ibu kota. Tidak hanya mengulas kebijakan, Metronews juga memperhatikan momen-momen publik dan acara-acara yang

melibatkan Anies Baswedan. Dalam melaporkan berita tersebut, Metronews memberikan ruang untuk pendapat dan tanggapan dari berbagai pihak, menciptakan latar belakang yang berimbang dan informatif. Pendekatan jurnalistik Metronews yang netral dan profesional menjadikan berita mereka sebagai sumber informasi yang relevan dan akurat terkait dengan kepemimpinan Gubernur Anies Baswedan.

Menurut Munthe, memahami propaganda di era keterbukaan informasi saat ini seharusnya menjadi penting tidak hanya bagi para profesional komunikasi dan akademis, tetapi juga bagi masyarakat umum agar lebih selektif dalam mengolah informasi, kata propaganda yang pertama kali digunakan secara umum adalah untuk menyebarkan agama Kristen dimana pada tanggal 6 januari 1622 Paus Gregorius XV mengeluarkan dekret, sebuah dekret yang membentuk sebuah badan yang disebut *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* atau *Sacred Congregation for Propagation of the Faith* (Perhimpunan Suci untuk penyebaran Agama) Munthe (2012). *Bachtiar* menjabarkan jika propaganda berasal dari kata latin modern *proparage* yang berarti mengembangkan atau memekarkan, arti *propaganda* adalah serangkaian pesan yang ditujukan untuk mempengaruhi pendapat dan tindakan masyarakat, tergantung pada konteksnya sebagai pesan.

Sama halnya dengan pemahaman *Bachtiar* bahwa para peneliti komunikasi massa telah lama menyadari sejauh mana media komunikasi membentuk pemikiran masyarakat dan pengaruh yang dimilikinya (*Bachtiar, et al, 2016*).

Pernyataan tersebut selaras dengan pemahaman bahwa ilmu komunikasi teoritika adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain, sehingga ilmu komunikasi praktika dapat digunakan untuk mempelajari penggunaan ilmu komunikasi untuk mencapai beberapa tujuan hidup. Maka lahirlah beberapa cabang ilmu komunikasi praktika yang digunakan manusia sesuai dengan beberapa tujuan hidup dalam setiap usaha manusia untuk mencapai ataupun memperoleh kebahagiaan di antaranya termasuk ilmu perang urat syaraf, ilmu propaganda, ilmu retorika.

Riswandi juga menekankan ilmu komunikasi teoritikayang biasa digunakan dalam komunikasi politik, berkaitan dengan peran media massa dalam proses komunikasi misalnya kampanye, baik media cetak maupun elektronik dimana konsekuensinya pendekatan analisis yang digunakan pada gilirannya lebih banyak menggunakan analisis media massa. Terutama kajian yang berkaitan dengan teori tentang hubungan antara media dan masyarakat, seperti teori tentang pesan, mekanisme penyebaran informasi, dan efek psikologis dan sosiologis yang dihasilkannya (Riswandi 2009).

Lalu Syobah menjelaskan bahwa media massa juga digunakan dalam menyiarkan berita selalu melakukan pembingkaiian (*framing*) berita terhadap sebuah peristiwa atau isu yang terdapat pada masyarakat sosial dalam melakukan *framing* berita, media atau politisi dapat menampilkan sudut pandang tertentu dari suatu peristiwa yang mana kemudian mengarahkan pembaca pada pendapat atau pemikiran tertentu (Syobah 2012). Di Indonesia,

media memakai *framing* guna membagikan laporan contohnya pada media Metronews juga melakukan kasus *framing* dengan pemberitaan Anies Baswedan yang terpilih sebagai bacapers pada tahun 2024. Berikut adalah berita tentang Anies Baswedan sebelum dan sesudah partai Nasdem mendeklarasikan Anies Baswedan menjadi calon presiden periode 2024-2029 sejak 20 September 2022.

Tabel 1. 1 Sebelum Nasdem mendeklarasikan Anies Baswedan sebagai Capres

Metronews.com	Tanggal berita dimuat
Silaturahmi Anies Baswedan dengan 68 Ormas Bahas Kinerja Selama 5 Tahun	20 September 2022
Tanggapi Foto Bersama Anies dan AHY, Surya Paloh: Biasa Saja	21 September 2022
Diusung Jadi Capres PKS, Anies: Tugas Saya Jadi Gubernur Belum Selesai	22 September 2022
Anies Sebut Parpol yang Berkomunikasi dengan Dirinya Serius Menangkan Kontestasi Politik 2024	27 September 2022
Anies Tersenyum & Acungkan Jempol saat Dipasangkan dengan AHY	30 September 2022

Partai NasDem Usung Anies Baswedan dalam Pilpres 2024	3 Oktober 2022
--	----------------

Dari beberapa berita di atas sudah dapat terlihat bahwa Nasdem mulai mendekati Anies Baswedan sejak bulan September, satu bulan sebelum tanggal 3 Oktober yang dimana Anies mengeluarkan pernyataan bahwa dirinya siap dipinang oleh partai untuk maju pilpres. Hal ini semakin diperkuat dengan beberapa berita yang dikeluarkan oleh Metronews.com pada tanggal 20 September – 30 September, yang beberapa diantaranya secara tersirat menyatakan sikap Anies yang siap menjadi bakal calon presiden selanjutnya dan bagi siapapun partai yang akan menunjuk dirinya sebagai calon presiden. Hal ini pun sepertinya menjadi alasan kenapa Nasdem memutuskan akan mengusung Anies Baswedan sebagai calon pada pilpres selanjutnya.

Hingga pada akhirnya tanggal 3 Oktober 2022 Nasdem menyatakan secara resmi bahwa mereka mengusung Anies Baswedan sebagai bakal calon pada pilpres 2024. Pernyataan ini langsung dinyatakan oleh ketua umum Partai Nasdem, Surya Paloh. Melalui data yang ada Surya Paloh menjelaskan sebelumnya Nasdem telah menggelar Rapat Kerja Nasional (Rakernas) Partai Nasdem telah merekomendasikan tiga nama bakal capres di Pilpres 2024 dimana ketiganya adalah Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo, dan Panglima TNI Jenderal Andika Perkasa.

Awalnya “Anies telah menjadi salah satu yang direkomendasikan sebagai bakal capres hasil Rakernas Nasdem selain Anies, ada Jenderal Andika Perkasa dan Ganjar Pranowo, gubernur DKI Jakarta itu, menjadi calon kuat yang diusung Partai Nasdem sebagai capres yang memiliki keyakinan, pikiran, dan perspektif baik secara makro maupun mikro sejalan dengan Anies Baswedan”.

Akan tetapi, Surya Paloh sebagai Ketua Umum Partai NasDem akhirnya mengusung Anies Baswedan karena ”NasDem melihat sosok Anies Baswedan, kami mempunyai keyakinan, pikiran perspektif baik secara makro maupun mikro sejalan dengan apa yang kami yakini (voaindonesia.com).”

Tabel 1. 2 Sesudah Nasdem mendeklarasikan Anies Baswedan sebagai Capres

Metronews.com	Tanggal berita dimuat
Anies Baswedan Masuk Radar Bacapres PAN	7 Oktober 2022
Demokrat Soal Silaturahmi Anies ke AHY: Pertemuan Dua Sahabat Lama	7 Oktober 2022
Puan dan Airlangga Mengaku Tak Khawatir NasDem Deklarasi Anies Jadi Bacapres 2024	9 Oktober 2022
Daftar Pencapaian Anies Baswedan Selama 5 Tahun Pimpin Jakarta	12 Oktober 2022
PKS Usulkan 3 Nama Bacawapres untuk Dampingi Anies di Pilpres 2024	13 Oktober 2022

Usai Usung Anies Baswedan, NasDem Tetap Buka Pintu Koalisi	16 Oktober 2022
---	-----------------

Dari beberapa judul berita di atas dirilis sesudah Nasdem secara resmi mengusungkan Anies Baswedan menjadi calon presiden pada pilpres 2024. Beberapa tokoh yang juga banyak dibicarakan orang dan diperkirakan akan maju dalam Pilpres 2024 seperti Agus Hari Murti Yudhoyono, Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo juga turut mengucapkan selamat kepada Anies Baswedan. Bahkan Beberapa hari setelahnya, partai lain mulai mendekati Anies Baswedan untuk memulai koalisi diantaranya ada Demokrat, PAN dan PKS.

Untuk memperkuat analisis yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti akan memulai penelitian dengan menjabarkan penelitian terdahulu agar menjadi dasar dalam menkonstruksi pemikiran dalam penelitian ini. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Roidah Arif Ramadlani yang berjudul “Upaya Normalisasi Stigma Pada Joko Widodo Melalui Framing Media (Analisis Teori *Erving Goffman Normalisasi Stigma* dan Analisis *Framing* pada Media Televisi Swasta Nasional Metro TV dan CNN Indonesia) dimana dalam penelitian ini, kedua televisi yakni Metro TV dan CNN Indonesia ditinjau dari kacamata teori analisis *framing Goffman* telah melakukan upaya untuk menormalisasi stigma yakni covering berupa bahwa citra yang ditampilkan tentang Presiden Jokowi dengan pakaian putih, menunjukkan sosok kerapian, formalitas yang tidak berlebihan, sederhana dan *fleksibel information control* berupa pembatasan

informasi hanya seputar visi misi, kampanye, program kerja, pencegahan pemberitaan *hoax* dan penyebaran isu dengan cara melakukan narasi himbauan untuk tidak percaya kepada pemberitaan palsu tersebut secara berulang-ulang dan juga melakukan tindakan ofensif”.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Ayub Dwi Anggoro yang berjudul “Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis *Framing* Model Robert N Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV). Dalam penelitian ini nilai keberimbangan dan kenetralitasan berita dan institusi media telah hilang pada pemberitaan program tayangan yang mengupas tentang hasil pemilu 2014 pada tanggal 9 Juli 2014 dengan judul acara Presiden Pilihan Rakyat (TV One) dan Presiden pilihan Kita (Metro TV) dimana persaingan Industri Media hari ini ternyata bukan hanya pada ranah bisnis saja, tetapi sudah merembet pada wilayah politis”.

perbedaan utama antara penelitian ayub dwi anggoro dan penelitian analisis framing pemberitaan anies baswedan di metronews.com terletak pada fokusnya. ayub dwi anggoro meneliti pemberitaan hasil pemilihan presiden 2014, sementara penelitian kedua lebih spesifik mengenai framing pemberitaan terkait anies baswedan sebelum dan sesudah deklarasi partai nasdem mengusungnya sebagai calon presiden 2024-2029. penelitian kedua lebih terfokus pada satu tokoh politik dan perubahan framing seiring perkembangan politik.

Namun pada penelitian Ni Kadek Novi Febriani, Dewi Yuri Cahyani, dan Ni Made Ras Amanda Gelgel yang berjudul “Pembingkaiian Berita Seratus Hari

Kerja Jokowi dan JK (Analisis Framing Program Berita di Metro Hari Ini)“.

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat dua isu besar menjadi fokus Metro Hari Ini, yaitu berita konflik KPK Polri dan eksekusi terpidana mati, Metro TV mendukung Budi Gunawan sebagai Kapolri, Metro Hari Ini menggambarkan bahwa adanya indikasi politik di balik penetapan Budi Gunawan sebagai tersangka oleh KPK, narkoba adalah musuh bersama, Metro Hari Ini mendukung pemerintah Jokowi dan JK dalam mengeksekusi terpidana mati kasus narkoba dimana penelitian ini membahas mengenai evaluasi kinerja yang telah terjadi dalam jangka waktu yang relatif pendek.

perbedaan utama dengan penelitian ni kadek novi febriani, dewi yuri cahyani, dan ni made ras amanda gelgel terletak pada fokus isu. penelitian mereka memusatkan perhatian pada dua isu besar, yakni konflik kpk polri dan eksekusi terpidana mati, dengan metro tv mendukung budi gunawan sebagai kapolri. di sisi lain, penelitian analisis framing pemberitaan anies baswedan di metronews.com lebih spesifik, mengevaluasi framing pemberitaan seputar anies baswedan sebelum dan sesudah deklarasi partai nasdem mengusungnya sebagai calon presiden 2024-2029.

Terakhir adalah penelitian Filza Dwi Ramadhani dan Kresno Yulianto yang berjudul “Analisis *Framing* pada Pemberitaan Kasus RKUHP di Metro TV Kasus pengesahan RKUHP dan RUU KPK”. Kasus ini memang sedang ramai diperbincangkan karena dinilai mengandung pasal yang bisa mengkriminilasi hak seseorang dan sejumlah profesi, maka itu mahasiswa memberikan

penolakan berupa aksi massa yang berlangsung pada bulan September 2019 Metro TV membingkai berita tersebut dengan rapih dan singkat mulai dari pembawaan berita dari jurnalis, metro juga seakan bertanya pada beberapa pasal yang ingin disahkan”.

Anise adalah figur yang mencerminkan karakteristik kepemimpinan yang tangguh dan berkomitmen dalam menjalankan tugasnya. Dengan latar belakang pendidikan yang substansial dan pengalaman yang mendalam di berbagai bidang, Anise mampu menjalankan peran sebagai Calon Presiden (Capres) dengan penuh integritas dan dedikasi. Keberanian Anise dalam menghadapi tantangan serta kemampuan untuk mengambil keputusan strategis merupakan aset utama dalam rangka mencapai visi yang telah ditetapkan. Selain itu, Anise dikenal karena keterbukaan terhadap berbagai perspektif dan kemampuan komunikasinya yang efektif, yang mendorong partisipasi aktif dan kerjasama dari berbagai pihak. Dengan fokus pada inovasi, keadilan, dan pembangunan berkelanjutan, Anise memiliki tekad yang kuat untuk membawa transformasi positif dan kemajuan bagi bangsa ini melalui kepemimpinan sebagai Capres.

perbedaan utama antara penelitian filza dwi ramadhani dan kresno yulianto mengenai "analisis framing pada pemberitaan kasus rkuhp di metro tv" dan penelitian analisis framing pemberitaan anies baswedan di metronews.com sebelum dan sesudah deklarasi partai nasdem mengusung anies sebagai capres 2024-2029 terletak pada isu yang diteliti. penelitian pertama berfokus pada framing pemberitaan kasus rkuhp dan ruu kpk, sementara penelitian kedua lebih

terkait dengan evaluasi framing terhadap pemberitaan Anies Baswedan sebelum dan sesudah deklarasi Partai Nasdem mengusungnya sebagai calon presiden.

Meneliti kinerja sebelum dan sesudah seseorang menjadi calon presiden (capres) relevan untuk mengidentifikasi perubahan signifikan dalam berbagai aspek. Ini termasuk evaluasi kebijakan ekonomi, peningkatan atau penurunan tingkat pengangguran, perubahan dalam stabilitas politik, serta implikasi sosial dari kebijakan yang diterapkan selama masa jabatan mereka. Dengan memahami perubahan ini, penelitian tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih rinci tentang dampak konkret dan efisiensi kepemimpinan calon presiden tersebut.

Pemilihan metronews.com sebagai fokus penelitian dikarenakan situs berita ini dianggap memiliki dampak yang signifikan dalam memberikan informasi terkait Anies Baswedan. Dengan memilih satu sumber berita utama, penelitian dapat lebih terfokus pada perubahan framing dalam pemberitaan Anies Baswedan sebelum dan setelah deklarasi Partai Nasdem, memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan spesifik terhadap dinamika perubahan tersebut di satu platform berita.

Penelitian ini memiliki perbedaan objek penelitian terdahulu yakni suatu peraturan atau keputusan tertulis bagaimana peristiwa dibingkai bukan hanya semata karena wartawan melainkan juga karena institusi media yang memberikan pengaruh terhadap pemaknaan peristiwa maka peneliti ingin melakukan penelitian framing media tersebut dengan judul “**Analisis Framing**

Pemberitaan Anies Baswedan di Metronews.com Sebelum dan Sesudah Deklarasi Partai Nasdem Mengusung Anies sebagai Capres 2024-2029”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana analisis framing pemberitaan Anies Baswedan sebelum dan setelah dideklarasikan sebagai calon presiden 2024-2029 yang di usungkan oleh partai nasdem di Metronews.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pembingkaiian dalam pemberitaan Anies Baswedan sebelum dan setelah dideklarasikan sebagai calon presiden 2024 - 2029 di Metronews.com

1.4 Manfaat Penelitian

Pengkajian ini diinginkan berguna pada:

1.4.1 Secara teoritis:

- a. Guna menaikkan pengetahuan mengenai Ilmu komunikasi yang berhubungan dengan *framing* berita.
- b. Ikut serta pada peningkatan komunikasi, khususnya sector media *online*.

1.4.2 Secara Praktis:

- a. Diinginkan pengkajian bisa membagikan sumbangan pada instansi pendidikan guna mendalami *framing* berita di media massa.

- b. Sebagai peningkatan wawasan tentang dibingkainya berita yang terdapat di media.

1.5 Kerangka Teori

Penelitian ini mengamati mengenai *framing* pemberitaan mengenai Anies Baswedan di media *online* Metronews. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini akan dimulai dengan penjelasan mengenai analisis *framing*, lalu dilengkapi dengan kaitan antara media dan politik yang sering dijadikan alat propaganda, agar penelitian ini dianalisis secara komprehensif.

1.5.1 Teori *Framing*

Teori mengenai *framing* yang kita kenal saat ini, pada awalnya dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Dahulu, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas. Dalam perkembangan terakhir, konsep ini digunakan untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realitas oleh media.

Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke

dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut. Oleh karena itu sebuah berita tidak selalu didapati objektif karena akan mudah sekali terjadi manipulasi yang menguntungkan pihak perilis berita tersebut.

Framing, seperti dikatakan *Todd Gitlin*, adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Hal ini juga penting untuk memunculkan kesan objektif pada media tersebut.

Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki mendefinisikan *framing* sebagai strategi komunikasi dalam memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas konvensi pembentukan berita.

1.5.2 Media Sebagai Alat Propaganda

Berupa “pemahaman media di era keterbukaan informasi seperti saat ini sudah seharusnya menjadi hal yang penting baik bagi Anda sebagai

seorang praktisi akademisi di bidang komunikasi maupun bagi Anda sebagai masyarakat umum dimana hal yang penting bagi sebagai seorang praktisi dan akademisi mendalami propaganda adalah karena bisa dipastikan sangat berguna untuk kegiatan profesi, dalam berbagai literatur dijelaskan bahwa propaganda berasal dari bahasa latin modern *propagare* yang berarti mengembangkan lalu arti propaganda tersebut lalu dimaknai secara kontekstual sebagai *system* informasi yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat ataupun perilaku masyarakat atau sekelompok orang dengan Konteks di Indonesia, sejak kapan media sebagai propaganda”.

Riswandi menerangkan bahwa sejak zaman dahulu, peneliti komunikasi menyadari bahwa media komunikasi berperan penting dalam membentuk opini publik. Secara *khusus* pengaruh media massa dari berbagai literatur komunikasi politik yang diteliti umumnya berkaitan dengan media massa dan proses komunikasi yang dijalani media massa. Media politik tidak lepas dari pengaruh media, baik cetak maupun elektronik.

1.5.3 Industri Media

Industri media merupakan industri yang akan terus berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat akan pengetahuan, keterampilan, dan hiburan. Industri komunikasi khususnya media mencakup tiga perusahaan penting yaitu perusahaan riset, perusaha

n media/konsultan media dan perusahaan media. Perubahan teknologi belum berhenti dan akan terus menantang pengelolaan media sosial serta komunikasi dan inovasi. Misalnya, konektivitas yang luas, berbagi, interaksi, metode investasi media yang andal, alat informasi dan komunikasi baru, serta tren dan perubahan jenis media. Jika didefinisikan, manajemen media adalah studi media dan manajemen bisnis dan pengembangan teknologi yang diterapkan pada industri media.

Croteau dan Hoynes menyatakan kegiatan media berkaitan dengan input informasi yang diproses menjadi informasi yang lebih bernilai secara sederhana peran sangat penting dari jurnalis berkaitan langsung dengan pemasok input informasi (Croteau dan Hoynes, 2013). Rizal menyatakan “industri media nasional pada era demokrasi harus menjaga kemerdekaan pers, namun jurnalis juga harus memiliki kesadaran terhadap ancaman terhadap negara dimana kesadaran jurnalis dalam peran dan pengaruhnya pada negara dalam menjaga demokratisasi yang baik sangat dibutuhkan dengan begitu dalam menjalankan fungsi jurnalistiknya sesuai amanat UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, Jurnalis dapat berkontribusi pada kontrol sosial dengan ikut menjaga etika, moral, dan hukum yang ada di Indonesia”.(Rizal, 2021)

Melalui “Peraturan pers di Indonesia diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers Secara umum, pers adalah seluruh industri media yang ada, baik cetak maupun elektronik namun secara khusus, pengertian

pers adalah media cetak (printed media) dengan demikian, UU Pers berlaku secara general untuk seluruh industri media, dan secara khusus untuk media cetak”.

Penelitian ini juga merinci bagaimana hubungan antara industri media dan framing dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap Anies Baswedan sebagai calon presiden. Dengan menganalisis perubahan framing sebelum dan setelah deklarasi Partai Nasdem, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika dalam pelaporan media dan potensi dampaknya terhadap opini publik. Dengan demikian, melibatkan aspek hubungan media dan framing menjadi penting untuk memahami narasi yang dibangun oleh Metronews.com seiring evolusi dukungan politik terhadap Anies Baswedan.

1.5.4 Ideologi Media

Secara umum dinamika yang terjadi di ruang berita dapat dilihat sebagai sistem interaksi antara struktur dan agensi dalam beberapa konteks historis spesifik, terutama sebagai kontestasi antara pemilik dan jurnalis dikaitkan dengan peluang dan kemampuan mereka menguasai elemen-elemen pada struktur, dimana kontestasi ini dilatarbelangi oleh *ideology* yang berbeda (sejalan dengan perkembangan kapitalisme tertentu).

Melalui data yang ada dimana media Massa Ideologi merupakan kumpulan ide atau gagasan dengan kata ideologi diciptakan oleh *Destutt de Tracy* pada akhir abad ke 18 untuk mendefinisikan sains tentang ide 16

Ideologi dapat dianggap sebagai visi yang komprehensif, sebagai salah satu cara untuk memandang segala sesuatu dengan tujuan utama dibalik ideologi adalah untuk menawarkan perubahan melalui proses pemikiran normative, secara implisit, setiap pemikiran politik mengikuti sebuah ideologi walaupun tidak diletakkan sebagai sistem berpikir yang eksplisit.

Lalu dalam konteks media massa ideologi dibentuk bukan dalam ruang hampa 18 Berita diproduksi dari ideologi dominan tertentu yang berasal tidak hanya dalam arti ide besar, tetapi juga bisa bermakna politik penandaan dan pemaknaan”. Lalu Gramsci mengatakan jika “hubungan pemilik modal dan pekerja yang dalam konteks media massa antara wartawan dan pemilik industri media merupakan hubungan yang bersifat *hegemonic* 19 Melalui hubungan hegemonik ini, pemilik media melakukan kontrol atas produksi berita yang dijalankan oleh media agar tetap memberikan kepastian bagi ideologi dan kepentingan kapitalnya.

Dengan “ideologi sebagai perangkat internal media, kekuatan lain yang secara massif membentuk kecenderungan kepentingan dan keberpihakan media adalah sumber berita (*news source*), pengiklan (*advertiser*), konsumen berita (*news consumers*), dan publik (*the general public*) dimana produksi berita sesungguhnya berada dalam pertarungan antara pihak yang berkepentingan dengan isi berita secara umum, pihak yang menguasai kapital berpeluang paling besar mendominasi proses produksi berita dalam konteks media massa, pengiklan (*advertiser*)

merupakan pihak yang dominan menentukan kecenderungan dan keberpihakan media”. Hal ini terjadi karena media massa di Indonesia telah mengalami pergeseran yang disebabkan pola produksi yang berubah. Media massa di Indonesia mengalami perkembangan yang dinamis. Hal ini tidak lepas dari perubahan posisi media massa terutama dalam konstelasi politik sejak masa pra kemerdekaan hingga pasca reformasi. Secara dikotomis, posisi media massa dapat dibedakan pada dua periode, yaitu periode media massa menjadi bagian partai politik di era pemerintahan Soekarno dan periode media massa sebagai industri pada masa pasca Soekarno. Pada era media massa menjadi bagian dari partai politik, media massa menjadi alat transformasi ideologi tertentu dari partai politik kepada publik. Posisinya yang dependen terhadap partai politik mengakibatkan media massa tidak secara bebas memproduksi wacana tersendiri yang dikerangkakan dalam ideologi tertentu. Media massa praktis menjadi alat politik untuk menyosialisasikan gagasan dan kepentingan partai terhadap publik dan konstituennya.

1.5.5 Industrialisasi Media

Lalu ketika “industrialisasi ini media berada dalam 2 (dua) himpitan kepentingan, yaitu kepentingan bisnis dan idealism. Berbisnis menjadi keharusan media massa setelah tidak ada subsidi keuangan sebagai jaminan keberlanjutan sebagaimana yang terjadi semasa menjadi bagian dari partai politik dalam dunia bisnis, hal penting adalah kepuasan konsumen atas

komoditas yang ditawarkan serta dalam konteks media massa komoditas tersebut adalah berita agar kepentingan bisnis media massa terjaga, maka komoditas dalam bentuk berita harus mampu memberikan kepuasan bagi konsumen lalu orientasi kepuasan pelanggan ini dalam beberapa titik bertentangan dengan idealisme media massa dimana dalam prakteknya seringkali kepentingan bisnis mendominasi idealisme media massa sehingga secara paradigmatik menggeser cara pandang (ideologi) media massa ke arah yang lebih kapitalistik”.

Industrialisasi berupa “suatu keadaan dimana masyarakat berfokus pada ekonomi yang meliputi pekerjaan yang semakin beragam (spesialisasi), gaji, dan penghasilan yang semakin tinggi dimana industrialisasi dalam segala bidang kehidupan tidak dapat terelakkan dalam perkembangan masyarakat, tanpa terkecuali di Indonesia, karena perkembangan ekonomi, politik, sosial dan budaya tersebut membuat pers atau media massa yang dulu hanya menyebar luaskan informasi (berita), tetapi seiring dengan perkembangan pers sebagai sebuah usaha, media massa berkembang sebagai usaha ekonomi atau bisnis, yang tidak hanya memerankan fungsi konvensional, tetapi juga mencari keuntungan yang maksimal dengan mengedepankan kepentingan ekonomi dari perusahaan pers”.

Zaman sekarang melalui datanya “telah banyak sinema elektronik (sinetron), film televisi (FTV) maupun film layar lebar (movies) yang

ditelorkan para sinemas serta ada sinema anak, remaja, serta dewasa ada sinema yang bergenre umum, ada pula yang bergenre religi semuanya dapat dinikmati melalui layar televisi, gedung bioskop, maupun kepingan VCD dan DVD yang dijual bebas dengan sinema bak jamur di musim penghujan saat ini banyaknya sinema (layar lebar maupun layar kaca) tidak sertamerta diikuti dengan peningkatan kualitas dari sinema yang diproduksi oleh banyak PH Teknologi dalam perkembangan arus produksi, konsumsi dan distribusi informasi memegang peranan penting”

1.6 Metodologi penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis *framing* oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut Pan dan Kosicki, wacana media merupakan proses kesadaran sosial yang melibatkan tiga pemain yaitu, sumber, jurnalis dan *audience* dalam *framing* Pan dan Kosicki pengamatan terhadap teks nya lebih komprehensif dan memadai, karena selain meliputi seluruh aspek yang terdapat dalam teks (kata, kalimat, parafrase, label, ungkapan) perangkat tersebut juga mempertimbangkan struktur teks dan hubungan antara kalimat atau paragraf secara keseluruhan.

Penjabaran teknik *framing* Pan dan Kosicki bisa digambarkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. 3 perangkat Framing Model Pan dan Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
SINTAKIS Cara wartawan menyusun fakta	Skema berita	<i>Headline</i> , <i>lead</i> , latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	Kelengkapan berita	5W + 1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	Detail, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti	Paragraf, proposisi kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	Leksikon, grafis, metafora	Kata, <i>ideom</i> , gambar, foto, dan grafik

Peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Cara ini cocok untuk membongkai liputan *framing* berita dari Metronews.com tentang Anies Baswedan sebelum dan sesudah diusung oleh Nasdem. Penelitian kualitatif menggali lebih dalam dan mencoba memahami bentuk *framing* seperti apa yang digunakan oleh Metronesw.com.

1.6.2 Waktu & Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan dari tanggal 20 September 2022 sampai 16 Oktober 2022. Adapun yang menjadi *subyek* dalam penelitian ini adalah pemberitaan mengenai Anies Baswedan di media Metronews.com pada periode 20 September sampai 16 Oktober 2022. Lokasi penelitian ini peneliti lakukan pada berita-berita dari media *online* yaitu Metronews.com kemudian objek pada pengkajian ini berupa bagaimana *framing* berita mengenai Anies Baswedan sebelum dan sesudah dideklarasikan partai Nasdem sebagai Capres

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Guna melaksanakan pengkajian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan cara dokumentasi yang digunakan dengan menghimpun teks artikel berita yang berkaitan dengan liputan Anies Baswedan yang menjadi capres dari partai Nasdem. Melainkan juga, pengkaji melengkapi data yang dipakai dari pengumpulan data, literatur dan survei literatur yang relevan dengan masalah yang diangkat. Pengumpulan dokumen dimaksudkan guna membagikan gambaran serta laporan untuk membantu guna analisis data untuk pengkajian ini. Pengkaji memakai perolehan data primer dari media *online* Metronesw.com.

1.6.4 Teknik Analisa Data

Pengkajian menggunakan metode kualitatif berupa sebuah pertanyaan sistematis yang berhubungan pada rancangan proposisi bersumber melalui

data serta diujikan kembali secara empiris. Untuk menganalisis berbagai data yang diperoleh dari sumber penelusuran pustaka, maka analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Dengan menggunakan data yang ada, penulis akan mendeskripsikan tentang bagaimana media online kompas.com dalam mengemas berita tentang analisis *framing* pemberitaan Anies Baswedan di Metronews.com, sebelum dan setelah deklarasi partai nasdem mengusung Anies sebagai capres 2024-2029.

1.7 Sistematika Penelitian

Pengkajian ini disusun melalui sistematika berupa:

BAB I, mencakup latar belakang, rumusan masalah, target serta kegunaan pengkajian, kerangka teori, metodologi pengkajian serta sistematika penulisan.

BAB II, mencakup penjabaran teori Industri media pers, Ideologi Media, Industrialisasi Media, *Framing* Berita, serta cara analisa *Framing* Berita.

BAB III, mencakup Metode pengkajian, tipe pengkajian, Sumber Data, Teknik Analisa Data.

BAB IV, mencakup kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

