

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilihan Presiden (Pilpres) di Indonesia selalu menjadi momen penting dalam proses demokrasi dan politik. Berita mengenai pemilu memiliki dampak yang besar karena mencerminkan inti dari proses demokrasi, menentukan arah kebijakan politik, memperkenalkan calon dan partai politik kepada publik, memperkuat partisipasi politik masyarakat, mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam proses politik, mengangkat isu-isu penting, dan memperkuat peran media sebagai pilar keempat dalam demokrasi. Pemberitaan tentang pemilu memainkan peran krusial dalam memberikan informasi obyektif kepada masyarakat, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang berdasarkan pengetahuan yang baik dalam konteks proses politik dan pemilihan pemimpin negara. Setiap Pilpres menimbulkan kehebohan di kalangan masyarakat dan media massa. Pada Pilpres 2024, salah satu tokoh yang diprediksi akan menjadi salah satu kandidat kuat adalah Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan. Sebagai salah satu tokoh nasional yang memiliki eksposur media tinggi, peran media massa dalam membongkar sosok Anies Baswedan menjadi hal yang penting untuk dipahami.

Anies Baswedan adalah seorang politikus, akademisi, dan mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. Lahir pada tanggal 7 Mei 1969 di Kuningan, Jawa Barat, Indonesia, dari pasangan Rasyid Baswedan dan Aliyah Rasyid Baswedan. Anies Baswedan menjadi tokoh yang dikenal karena keterlibatannya dalam politik dan kontribusinya terhadap reformasi Pendidikan di Indonesia.

Anies Baswedan lulus dari Universitas Gadjah Mada di Yogyakarta, Indonesia, dengan gelar ekonomi. Ia melanjutkan pendidikannya di Amerika Serikat, meraih gelar magister kebijakan publik dari University of Maryland, College Park, dan gelar doktor dalam ilmu politik dari Northern Illinois University. Setelah menyelesaikan studinya, Baswedan memulai karir akademisnya, menjadi

Dosen di berbagai universitas di Indonesia dan luar negeri. Dia dikenal atas penelitiannya dan advokasi dalam bidang pendidikan dan kebijakan publik, terutama fokus pada masalah keadilan sosial dan ketimpangan.

Karir politik Baswedan mulai terbentuk pada tahun 2014 ketika dia diangkat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan di Indonesia di bawah pemerintahan Presiden Joko Widodo. Selama masa jabatannya, ia menerapkan berbagai reformasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, termasuk upaya untuk mengurangi disparitas antar wilayah dan meningkatkan akses pendidikan bagi masyarakat yang terpinggirkan. Namun, masa jabatan Baswedan sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan tidak tanpa kontroversi, dan dia mendapat kritik dari berbagai pihak. Pada tahun 2016, dia diberhentikan dari jabatannya di tengah-tengah dugaan permainan politik dan bentrokan dengan pejabat pemerintah lainnya.

Setelah keluar dari pemerintahan, Baswedan beralih ke politik dan mencalonkan diri untuk jabatan publik. Pada tahun 2017, dia berhasil memenangkan pemilihan gubernur di Jakarta, ibu kota Indonesia, mengalahkan Gubernur petahana Basuki Tjahaja Purnama. Kemenangannya menandai momen penting dalam politik Indonesia, karena dia menjadi gubernur pertama non-Tionghoa Kristen yang memerintah Jakarta dalam lebih dari 50 tahun. Sebagai gubernur, Baswedan fokus pada penanganan berbagai tantangan perkotaan yang dihadapi Jakarta, termasuk banjir, kemacetan lalu lintas, dan polusi udara. Dia juga menjadi juru kampanye untuk mengedepankan inisiatif yang mempromosikan inklusivitas dan kesejahteraan sosial di kota tersebut.

Karier politik Anies Baswedan terus berkembang, dan dia tetap menjadi figur yang cukup berpengaruh dalam politik. Gaya kepemimpinannya, inisiatif kebijakannya, dan komitmennya terhadap keadilan sosial telah mendapatkan pujian dan kritik, menjadikannya figur yang menonjol dalam lanskap politik negara Indonesia.

Media massa memainkan peran kunci dalam membentuk opini publik dan persepsi masyarakat terhadap tokoh-tokoh politik. Komunikasi politik melalui media massa menjadi sarana utama bagi kandidat untuk memperkenalkan diri, menyampaikan visi, misi, dan program, serta membangun citra publik yang positif. Komunikasi politik adalah suatu elemen yang dinamis yang menentukan sosialisasi dan partisan politik, hal ini menjadi corak perilaku insan politik itu sendiri (Muslimin, 2019). Komunikasi politik merupakan penyampaian pesan yang diarahkan pencapaian dan pengaruh sehingga segala permasalahan oleh kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat semua unsur kelompok. Menurut Wahid (2012), komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintah, dan kebijakan pemerintah. Pemberitaan dalam media memang berpengaruh terhadap persepsi audiensnya. Sehingga media dianggap memiliki kekuatan menggerakkan massa. Kepentingan pemilik media mempengaruhi konten dari media itu sendiri.

Media massa memiliki peran yang signifikan dalam menentukan arah, kemajuan dan kedewasaan berpikir masyarakat, berbagai persoalan tentang ekonomi, politik, kebudayaan dan keagamaan dapat diketahui melalui media. Jika melihat sirkulasi pemberitaan yang ada di dalamnya, surat kabar adalah satu bentuk media yang sangat potensial bagi pembentukan opini public (Schramm dalam Ardhana, 2016). Peranan media massa dalam pembangunan nasional adalah sebagai agen pembaharu, dimana media massa membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang tradisional menjadi masyarakat modern, khususnya peralihan dari kebiasaan-kebiasaan yang menghambat pembangunan ke arah sikap baru yang tanggap terhadap pembaharuan demi pembangunan. Media tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga menggunakan teknik pembingkai untuk menghadirkan berita secara berbeda sesuai dengan sudut pandang dan kepentingan redaksional.

Pembingkai atau *Framing* adalah teknik membingkai sebuah peristiwa; untuk mengetahui sudut pandang apa yang digunakan media saat menyusun, mengemas, dan menyajikan sebuah berita (sisi mana yang dipinggirkan/disamarkan/dihilangkan; sisi mana yang ditonjolkan/ditekankan) (Eriyanto, 2012).

Sebagai skema interpretasi, framing memungkinkan media mengorganisasi, mengklasifikasi, merelokasi, dan mengonstruksi citra diri individu. Framing merupakan teknik penyajian realitas di mana kebenaran suatu realitas tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberi seleksi (*selection*) dan penonjolan (*salience*). Framing membutuhkan strategi penonjolan, seleksi, dan pertautan fakta logis ke dalam realitas berita agar berita terlihat lebih menarik (Sobur, 2015). Framing bertujuan menggiring interpretasi khalayak atas sebuah berita; membuat dunia—sebagai realitas yang rumit dan kompleks—lebih mudah untuk dimengerti/dipahami (Durham, 1998).

Framing dapat membantu dalam mendefinisikan masalah, interpretasi kausal, membuat evaluasi atau keputusan moral serta menawarkan solusi/rekomendasi (Gitlin, 2003). Faktor budaya adalah kontributor terbesar dari proses pembedaan, karena—sadar atau tidak—dalam membuat suatu penilaian, komunikator (penulis berita) dipandu oleh sistem kepercayaan mereka, dan keputusan tersebut kemudian diwujudkan dalam teks dengan ada atau tanpa adanya kata kunci, frasa, gambar stereotip, sumber, kalimat atas wacana yang menyediakan kerangka tematik untuk memperkuat fakta atau penilaian. Dalam framing, apa yang harus dihilangkan/disamarkan sama pentingnya dengan apa yang harus disertakan/ditonjolkan dari sebuah teks berita (Entman, 1993). Framing tertentu yang disajikan media akan membentuk realitas. Publik mengkonstruksi realitas berdasarkan informasi yang mereka dapatkan, di mana berita yang disajikan media merupakan salah satu sumber informasi tersebut (Alvin & Kom, 2022; Wijaya, 2015).

Menurut Hallahan (1999), "*Framing is a window or potrait drawn around information that delimits the subject matter and, thus, focuses attention on key elements within*". Jadi framing merupakan bingkai yang membatasi sebuah informasi yang dipilih dan akan memfokuskan perhatian pemberitaan pada hal tersebut. Framing akhirnya akan mempengaruhi bagaimana sebuah peristiwa diceritakan dan akhirnya dibingkai. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bullock et al., (2001) yang menyatakan bahwa "*framing affects how a story told and influences*

public perception”. Jadi analisis framing adalah analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut ada melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu yang akhirnya ditampilkan pada pemberitaan. Media massa akan berperan vital dalam memberikan pengertian mengenai suatu peristiwa dan membentuk opini publik. Dengan demikian pemberitaan mengenai bencana di harian nasional secara langsung akan memberikan sebuah pengertian mengenai citra suatu tokoh yang diberitakan.

Entman (1993) mengembangkan analisis framing sebagai metode untuk melihat sebuah berita sebagai masalah yang memiliki penyebab dan latar belakang, dan karenanya, semua berita memiliki cara penyelesaian tersendiri. Metode framing Entman juga dilandasi kepercayaan bahwa bagaimana pembaca menerjemahkan sebuah berita sangat bergantung kepada situasi psikis dan fisik pembaca itu sendiri. Maka, untuk menciptakan kohesi, koherensi, konjungsi, dan pemahaman yang komprehensif dan setara antara wartawan/media dan publik pembaca, dibutuhkan pemahaman latar belakang dan ideologi yang relatif sama di antara penulis berita dengan pembaca/konsumen berita. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori Framing Entman karena Entman menggabungkan aspek kognitif (pemikiran dan persepsi) dengan elemen retorik (pilihan bahasa dan presentasi) dalam kerangka teorinya. Hal ini membantu peneliti dalam menyelidiki tidak hanya apa yang dikomunikasikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dirancang untuk mempengaruhi audiens.

Pemilihan Kompas.com dan Jawapos.com sebagai objek analisis didasarkan pada kredibilitas, popularitas, dan reputasi keduanya sebagai sumber berita terpercaya di Indonesia. Kompas dianggap sebagai salah satu media yang kredibel di Indonesia karena memiliki sejarah panjang sebagai surat kabar harian di Indonesia. Didirikan pada tahun 1965, Kompas telah membangun reputasi yang kuat selama puluhan tahun. Sebagai salah satu surat kabar tertua di Indonesia, Kompas memiliki pengalaman dan jejak rekam dalam melaporkan berita. Selain itu, Kompas juga sering kali mendapatkan penghargaan di bidang jurnalisme, yang

dapat mencerminkan kualitas dan dedikasinya terhadap penyampaian berita yang berkualitas.

Di sisi lain, *Jawapos.com* juga termasuk ke dalam media yang memiliki kredibilitas tinggi. *Jawapos* merupakan bagian dari Jawa Pos Group, yang juga mengoperasikan surat kabar cetak Jawa Pos, yang merupakan salah satu surat kabar terkemuka di Indonesia. Jawa Pos didirikan pada tahun 1949 dan sejak itu terus berkembang menjadi salah satu surat kabar dengan sirkulasi terbesar di Indonesia. Jawa Pos berpusat di Surabaya dengan oplah terbesar di Jawa Timur sebesar 559.000 secara Nasional. Jawa Pos adalah koran dengan jaringan terbesar di Indonesia yang memiliki kurang lebih 210 Media Grup, baik media cetak, maupun stasiun televisi lokal yang tersebar dari Aceh hingga Papua. Area edar Jawa Pos sendiri meliputi Jawa Timur, Jawa Tengah, NTT, NTB, Bali, dan DKI Jakarta.

Selain itu, *Kompas.com* dan *Jawapos.com* sama-sama memiliki jumlah khalayak yang besar sehingga dapat mempengaruhi opini publik yang dominan di masyarakat. Hal unik yang merupakan perbedaan kedua harian ini adalah keberadaan kantor pusatnya sehingga ada istilah penyebutan populer dari kedua harian tersebut. *Kompas.com* sering disebut media dari barat (berkantor pusat di Ibu Kota Jakarta) dan *Jawapos.com* media dari timur (berkantor pusat di Surabaya, Jawa Timur). Dengan kantor pusat di Jakarta, *Kompas.com* memiliki proximity (kedekatan) dengan tempat kejadian dari peristiwa banjir Jakarta Januari 2020, sedangkan *Jawapos.com* berada jauh di Jawa Timur dengan kantor pusat di Jakarta. Proximity (kedekatan) artinya adalah kedekatan suatu peristiwa yang dijadikan berita dengan khalayaknya yang juga merupakan salah satu nilai berita yang mempengaruhi konstruksi sebuah berita (Wazis, 2012).

Peran media dalam memengaruhi persepsi masyarakat terhadap tokoh politik tidak dapat diabaikan, terutama dalam konteks pemilihan presiden. Peningkatan media dapat membentuk opini publik, mempengaruhi sikap pemilih, dan memengaruhi hasil pemilihan. Oleh karena itu, analisis peningkatan media terhadap sosok Anies Baswedan pada Pilpres 2024 akan memberikan wawasan tentang potensi pengaruh media massa dalam politik. Anies Baswedan dianggap

berpotensi menjadi capres di Pilpres 2024 mendatang. Peran media dalam menyajikan berita mengenai pribadi, keluarga, hingga kehidupan politik. Pilpres sendiri memiliki fungsi sebagai arena kompetisi untuk mengisi jabatan kepresidenan yang didasarkan pada pilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat. Sebelumnya, Anies Baswedan telah menjadi sorotan media massa, terutama sejak menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Isu-isu kebijakan, citra publik, dan kinerja pemerintahannya sering menjadi perbincangan di media. Namun, belum ada penelitian mendalam yang secara khusus memfokuskan analisis pada pbingkai media terhadap sosok Anies Baswedan dalam konteks Pilpres 2024.

Framing dalam media bertujuan untuk mempengaruhi persepsi publik dan menggiring interpretasi terhadap suatu isu atau peristiwa dengan menyoroti aspek-aspek tertentu dan mengabaikan yang lain. Media menggunakan framing untuk membentuk opini publik, mengatur agenda, menggambarkan tokoh, dan memberikan makna khusus pada berita yang disajikan. Framing yang dilakukan oleh media mencerminkan nilai dan keyakinan ideologis mereka. Hal ini berkaitan dengan bagaimana media dalam menjaga konsistensi ideologi, menggalang dukungan atau menimbulkan penolakan, dan mengendalikan narasi utama yang muncul di benak audiens.

Dalam melakukan framing, media online memiliki sedikit perbedaan dengan media cetak karena karakteristik media dan segmen pembaca yang berbeda. Media online seperti Kompas.com dan Jawapos.com menyajikan berita dengan framing yang cepat dan responsif, menggunakan judul sensasional dan elemen multimedia untuk menarik perhatian dan meningkatkan *engagement* pembaca. Berita online diperbarui secara berkala karena mengedepankan sisi aktualitas. Sebaliknya, media versi cetak mengedepankan kedalaman analisis dan investigasi. Versi cetak menawarkan analisis yang lebih mendalam dan kontekstual, dengan framing yang lebih formal, terstruktur, dan konsisten dalam satu edisi. Artikel cetak cenderung memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan berimbang

tentang isu yang dibahas, dengan ruang yang lebih luas untuk berbagai perspektif dan analisis kritis.

Kompas.com dan Jawapos.com memiliki pendekatan yang berbeda dalam memberitakan Anies Baswedan di masa lampau. Perbedaan framing ini menunjukkan bahwa kedua berita online ini mengusung ideologi yang berbeda. Kompas.com menekankan kritik terhadap Anies Baswedan di saat menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Pada kasus Banjir di Jakarta Kompas.com menekankan pada kritik terhadap Anies Baswedan yang tertera pada berita "**Banjir Jakarta yang Tak Semanis Klaim Anies: 6 Jam Tak Surut, Ribuan Warga Mengungsi,**" Kompas.com menekankan kesalahan yang dihadapi Anies baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta yang menjabat di kala itu.

Di sisi lain, Jawapos.com lebih fokus pada penguatan citra positif Anies, mengasosiasikannya dengan dukungan tokoh-tokoh penting dan menggarisbawahi potensi kemenangan koalisi yang mengusungnya, menunjukkan dukungan yang lebih jelas terhadap Anies. Hal ini terlihat pada berita pertama yang dirilis oleh Jawapos.com pasca Anies resmi dideklarasikan sebagai Capres di Pemilu 2024. Pada berita yang berjudul "**Anies Baswedan Usul Istilah Daerah Penyangga Jakarta Dihapuskan,**" Jawapos.com banyak menampilkan citra positif Anies Baswedan sebagai seorang figur politik yang berprestasi sehingga layak untuk diusung sebagai Calon Presiden di Pilpres 2024.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana pembingkaiian yang dilakukan media Kompas.com dan Jawapos.com terhadap sosok Anies Baswedan pada PILPRES 2024. Untuk melakukan analisis framing, akan digunakan model Robert N. Entman. Menurut model ini, framing adalah proses pemilihan isu dan pemusatan perhatian pada aspek realitas tertentu. Model analisis framing Entman menunjukkan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi cara masyarakat memahami dan mengartikan isu-isu politik. Media cenderung menggunakan berbagai strategi framing (pembentukan sudut pandang) untuk mengarahkan perhatian publik dan memberikan interpretasi tertentu terhadap suatu isu.

Berikut adalah perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Pinontoan dan Wahid (2020) yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com.” Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah kualitatif. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan tokoh yang diteliti, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah Penelitian terdahulu berfokus pada isu yang sedang terjadi yaitu tentang bencana. Pemberitaan tentang bencana walaupun sama-sama menggunakan kacamata framing, tetapi tidak melibatkan komunikasi politik di dalamnya. Sedangkan penelitian ini berfokus pada tokoh yang dibingkai dan disorot sehingga terlihat bagaimana citra diri tokoh tersebut di media.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Alvin (2022) yang berjudul “Analisis Framing Isu Penundaan Pemilu 2024 Di CNN Indonesia.Com Dan Kompas.Com.” Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu ini adalah kualitatif. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada tema serupa yang diangkat yaitu penelitian dengan topik pemilu dan metode framing media online, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah Penelitian terdahulu berfokus pada isu yang sedang terjadi bukan pada tokoh yang disorot. Penelitian terdahulu berfokus pada isu penundaan pemilu dan dampaknya pada masyarakat, sedangkan penelitian ini berfokus pada tokoh yang dibingkai dan disorot sehingga penelitian ini juga melibatkan bagaimana komunikasi politik tokoh tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana framing berita Kompas.com dan Jawapos.com terkait sosok Anies Baswedan dalam teks berita yang tersaji pada edisi Oktober 2022 ditinjau dari model analisis framing Entman.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *framing* yang dilakukan Anies Baswedan pada isu-isu yang berkaitan dengan Capres 2024, memahami nilai-nilai yang ingin dihadirkan oleh media atas figure Anies Baswedan dalam *framing* yang dilakukan media.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu politik khususnya dalam kajian mengenai framing pada pemilihan umum, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan oleh calon presiden dalam membangun citra positif di masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi partai politik, calon presiden, dan masyarakat umum dalam menghadapi pemilihan Capres 2024.

2. Manfaat Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberi gambaran yang luas mengenai peran pemberitaan oleh media dalam membingkai kesiapan Anies Baswedan sebagai CAPRES di dalam pesta demokrasi PILPRES 2024.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Teori Analisis Framing

Analisis framing mulai berkembang pesat pada akhir abad ke-20. Pada mulanya, teori framing digunakan untuk memahami bagaimana media membingkai isu-isu politik dan sosial. Selama perkembangan selanjutnya, analisis framing menjadi lebih kompleks dan terintegrasi dengan berbagai disiplin ilmu seperti komunikasi, sosiologi, dan psikologi. Analisis framing pada dasarnya adalah upaya untuk memahami bagaimana media membingkai realitas, entah itu peristiwa, pelaku, kelompok, atau hal lainnya. Proses penyajian ini melibatkan konstruksi yang mendalam. Dalam analisis framing, realitas diambil dan dibentuk dengan makna tertentu. Secara sosiologis, menurut Erving Goffman, konsep analisis

framing menjelaskan bagaimana kita mengorganisir, mengelompokkan, dan mengartikan pengalaman hidup kita untuk dipahami. Skema interpretatif ini disebut "frames," yang memungkinkan kita mengidentifikasi, merasakan, mengenali, dan memberi label pada peristiwa dan informasi (Sobur, 2015).

Analisis framing adalah salah satu metode analisis media, seperti halnya analisis isi dan analisis semiotika. Tentu, media tidak hanya media massa, tetapi bisa juga media internal organisasi, buku atau website. (Kriyantono, 2020:210). Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau siapa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan. (Eriyanto, 2002:3).

Framing bertujuan untuk menggiring interpretasi khalayak atas berita, membuat dunia yang rumit dan kompleks lebih mudah dipahami (Durham, 1998). Selain itu, framing membantu dalam mendefinisikan masalah, memberikan interpretasi kausal, membuat evaluasi atau keputusan moral, serta menawarkan solusi atau rekomendasi (Gitlin, 2003). Dalam konteks ini, faktor budaya memainkan peran penting, karena komunikasi dan penulisan berita sering kali dipengaruhi oleh sistem kepercayaan dan nilai-nilai yang dianut oleh penulis berita.

Framing merupakan metode presentasi peristiwa oleh media, di mana penekanan diberikan pada aspek tertentu, elemen khusus diunggulkan, dan cara narasi tertentu dari kenyataan diambil. Media mengaitkan dan menyoroti peristiwa dengan cara yang mempermudah pemahaman audiens terhadap maknanya. Dengan kata lain, framing, sebagaimana dijelaskan oleh Frank D. Durham, membantu memperluas pengetahuan tentang dunia dan meningkatkan pemahaman kita terhadapnya. Realitas yang rumit dijelaskan dengan lebih sederhana dalam kerangka tertentu. Menurut pandangan yang subjektif, realitas sosial dianggap

sebagai kondisi yang berubah-ubah, terbentuk melalui interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari (Mulyana, 2022).

Gagasan mengenai framing, pertama kali dilontarkan oleh Batterson tahun 1995 (dalam Sobur, 2015), yang menyatakan bahwa, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisasikan pandangan politik, kebijakan dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Ardianto, 2010). Severin dan Tankard, Jr (2011) menjelaskan bagaimana proses framing bekerja dalam aktivitas kognisi manusia. Ada dua tempat proses itu beroperasi yakni interaksi sosial sehari-hari dan interaksi dengan media sehari-hari. Meski berbeda tempat, namun kegiatan tetap sama, yaitu mempelajari petunjuk-petunjuk (*clues*) dan menafsirkan petunjuk-petunjuk kemudian memberikan makna atas petunjuk tersebut kepada orang lain (Tamburaka, 2013).

Framing memiliki implikasi yang sangat signifikan dalam media massa. Melalui framing, media memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dan mempengaruhi kebijakan publik. Misalnya, dalam kasus isu politik, cara media membingkai berita tentang kandidat tertentu dapat mempengaruhi persepsi pemilih dan hasil pemilihan. Demikian pula, dalam isu sosial seperti perubahan iklim, framing dapat mempengaruhi pemahaman dan respons masyarakat terhadap masalah tersebut. Faktor budaya dan ideologi memainkan peran penting dalam proses framing. Komunikator, atau penulis berita, dipandu oleh sistem kepercayaan mereka dalam membuat suatu penilaian, dan keputusan tersebut diwujudkan dalam teks dengan atau tanpa adanya kata kunci, frasa, gambar stereotip, sumber, atau kalimat yang menyediakan kerangka tematik untuk memperkuat fakta atau penilaian. Dalam framing, apa yang harus dihilangkan atau disamarkan sama pentingnya dengan apa yang harus disertakan atau ditonjolkan dari sebuah teks berita (Entman, 1993).

1.5.2. Framing Robert Entman

Entman pertama kali memperkenalkan model framingnya dalam sebuah makalah yang berjudul "Rockefeller and the Media: Corporate Public Relations and Public Perception". Dalam makalah ini, Entman menganalisis bagaimana media membingkai kisah John D. Rockefeller, seorang pengusaha kaya dan kontroversial. Entman menemukan bahwa media membingkai Rockefeller dengan cara yang berbeda, tergantung pada afiliasi politik dan ideologi mereka. Model framing Entman kemudian diterapkan pada berbagai isu lainnya, seperti AIDS, perang di Teluk Persia, dan pemilihan umum. Model ini dianggap dapat membantu untuk memahami bagaimana media memengaruhi opini publik terhadap isu-isu tersebut.

Konsep Framing oleh Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Entman melihat framing melalui dua dimensi besar yaitu, seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah realitas ataupun isu (Kresno, 2014).

- a. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta, dari semua realitas yang kompleks serta beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dalam hal ini, berkaitan dengan tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu (Kresno, 2014).
- b. Penonjolan aspek tertentu merupakan proses membuat informasi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau sesuatu yang lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang lebih menonjol kemungkinana besar akan untuk

diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Kresno, 2014).

Penonjolan aspek-aspek tertentu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari sebuah peristiwa telah dipilih, lalu akan dilanjutkan dengan bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Framing dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain; dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana penempatan yang mencolok (headline), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/persitiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain.

Ada 3 faktor yang mempengaruhi framing:

1. Karakteristik audiens; seperti kecenderungan, tendensiusitas, kemampuan atau motivasi audiens Ketika seseorang memiliki data sebelumnya tentang isu yang sedang diframekan maka orang akan semakin sulit menerima efek framing karena mereka akan semakin kritis, dan ini akan linier dengan motivasi dan tendensius mereka atas isu tersebut, bila bersebrangan maka mereka akan semakin resisten dengan framing yang dilakukan.
2. Bagian-bagian pesan seperti elemennya seperti resonansinya dan struktur kognisinya. Semakin pesan tersebut mengandung isu yang sesuai dengan motivasi dan kepribadia atau tendensi dari audiens maka pesan tersebut semakin mudah memnjadi frame pada audiens. Contoh: aktivis blogger pecinta lingkungan akan lebih peka terhadap isu-isu mengenai lingkungan yang dikeluarkan oleh Pemerintah mengenai emisi karbon dalam media.
3. Konteks yang mengikat individu dalam menerima pesan tersebut. Baik personal maupun pesan akan sangat terikat dengan konteks atau situasi apa yang pesan tersebut disampaikan. Dan bagaimana ketersediaan data dan

kecenderungan si audiens itu sendiri. Untuk memahami framing lebih mudah, dapat dilihat dalam model proses kognisi.

Teori framing yang dikembangkan oleh Robert Entman telah menjadi salah satu alat analisis yang paling berpengaruh dalam memahami bagaimana media membentuk dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap berbagai isu. Salah satu kelebihan utama teori framing Entman adalah pendekatannya yang holistik dan terstruktur melalui model tiga dimensi: pemilihan, pengaktualan, dan penghubungan kausalitas. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara menyeluruh bagaimana framing terjadi dan bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi cara masyarakat memahami informasi. Selain itu, teori framing Entman berbeda dengan lainnya yakni dengan konsep integrasinya antara aspek kognitif dan retorik. Konsep ini memuat tentang pemahaman tentang bagaimana pemirsa memproses informasi secara kognitif dan bagaimana pesan dikonstruksi secara retorik membantu mengidentifikasi pengaruh framing pada tingkat pikiran dan persepsi.

1.5.3. Kebijakan Redaksional

Produk jurnalisme (berita) tidak dapat dipisahkan dari kebijakan redaksional yang ada dalam newsroom, termasuk penghayatan nilai-nilai jurnalisme yang dianut oleh redaktur dan jurnalis di lapangan. Kebijakan redaksi adalah pedoman (baik tertulis maupun tidak tertulis), yang menjadi pedoman redaksi dalam mengelola *newsroom* (mulai dari menentukan isu liputan, angle liputan, memilih narasumber, penugasan, sampai format tulisan dan sebagainya). Dengan kata lain, kebijakan redaksi (*editorial policy*) merupakan kaidah bagi setiap langkah operasional pemberitaan.

Kebijakan redaksi merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitahukan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk berita (Teba, 2015: 150). Dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan peristiwa, pertama-tama ditentukan oleh sifat

media massa yang bersangkutan. Media massa itu ada yang bersifat umum dan ada juga yang bersifat khusus. Media massa yang bersifat khusus, misalnya media massa ekonomi, hanya menyiarkan berita ekonomi dan hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi, media massa politik dan sebagainya. Kemudian kalau media massa itu bersifat umum, maka ia pada prinsipnya menyiarkan setiap peristiwa yang menarik dan penting. Tetapi karena peristiwa yang menarik itu banyak, maka belum tentu bisa menyiarkan semua sehingga harus di tentukan dasar pertimbangannya untuk menyiarkan suatu peristiwa dalam sebuah rapat redaksi (Teba, 2015: 151).

Media massa yang beritanya tidak konsisten itu tidak akan mendapatkan kredibilitas yang tinggi di mata khalayak. Padahal besar tidaknya pengaruh suatu media massa tidak semata-mata pada jumlah pembaca, banyaknya pendengar atau penonntonya tetapi juga kredibilitasnya. Kebijakan redaksi yang juga sangat penting dalam media massa adalah editorial. Editorial merupakan kebijakan redaksi yang berisi sikap media massa yang ditulis secara terpisah dan berita yang disiarkan oleh media massa yang bersangkutan.

Domain kebijakan media massa bermaksa muatan nilai yang dikandung kebijakan tersebut, seperti globalisasi, ekonomi global dan sebagainya. Ia bisa disebut sebagai konteks kebijakan media massa. Karena media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh karenanya, sebagaimana dengan politik atau ekonomi, media merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas. Dalam penulisan editorial, ada aturan atau prinsip dasar yang harus dipatuhi sebagai pedoman yang tertuang dalam kebijakan redaksi. Hal ini dimaksudkan untuk menghasilkan tulisan yang sesuai dengan warna politik yang dianut media bersangkutan.

1.5.4. Media Online Sebagai Media Komunikasi Massa

Sebelum masuk dalam penjelasan bagaimana media online sebagai media komunikasi massa, terlebih dahulu membahas mengenai komunikasi itu sendiri. Menurut Everett M. Rogers dalam buku Deddy Mulyana Ilmu Komunikasi Suatu

Pengantar (2022), Komunikasi adalah sebagai proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dan berdasarkan unsur komunikasi salah satunya adalah saluran dan media. Dan efek yang terjadi pada penerima pesan tersebut seperti penambahan pengetahuan, perubahan sikap, perubahan keyakinan, dan perubahan perilaku.

Menurut Harold Lasswell, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi dapat dilihat dari kelima unsur, yaitu yang pertama sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*). Kedua adalah pesan, pesan adalah seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Ketiga adalah saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Keempat adalah penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/tujuan atau khalayak yakni orang menerima pesan dari sumber. Kelima adalah Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan dari tidak menjadi tahu (Mulyana, 2022).

Simpson dan Weaver (Zamroni, 2009) berpendapat lain tentang komunikasi, mereka mengatakan bahwa komunikasi sebagai penanaman (*imparting*), penyampaian (*convering*), atau penukaran (*exchange*) ide ide, pengetahuan, maupun informasi baik melalui pembicaraan, tulisan, maupun tanda tanda. Sedangkan LittleJohn (Zamroni, 2009) mendefinisikan komunikasi sangat berbeda dengan para pakar diatas, ia membedakan tiga model dalam memahami apa yang dimaksud dengan komunikasi. Tiga model tersebut adalah *receiver model*, *sender model*, *behaviour sender-receiver model*. Berikut penjelasan tiga model tersebut untuk lebih memahami komunikasi.

- a. *Receiver model* : Bila suatu teks, yang tidak disengaja, ditangkap oleh individu. Terjadi proses pembentukan makna pada diri seseorang, maka dikaitkan sudah terjadi proses komunikasi.

- b. *Sender model*: Seorang penyampai pesan secara sengaja, tapi tidak ditangkap atau dimaknai orang lain, jadi pembentukan makna hanya terjadi pada diri pembuat pesan.
- c. *Behaviour sender-receiver model*: Seseorang menyampaikan pesan dengan sengaja apakah verbal maupun non-verbal, kemudian ditangkap orang lain, apakah sekilas atau secara penuh. Raymond Rose berpendapat bahwa komunikasi merupakan proses mayoritas, memilih dan pengiriman symbol symbol sedemikian rupa agar membantu penerima pesan membangkitkan respon/makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Menurut Nurudin (2007), komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan media massa. Oleh karena itu, massa disini lebih menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca. Media massa merupakan alat utama dalam komunikasi massa, keterkaitan antarfenomena itu tidak akan lepas dari media massa. Ini berarti bagaimana media massa memengaruhi, membentuk, dan mengarahkan hidup manusia. Bagaimana pula fenomena media massa bisa menjelaskan berbagai aktivitas manusia dalam pergaulan sosialnya. Dengan kata lain, komunikasi massa tidak akan bisa lepas dari proses dan peran media massanya. Jadi keduanya saling mendukung satu sama lain.

Informasi yang disebarluaskan melalui media massa dikategorikan sebagai pesan publik karena ditujukan kepada khalayak luas dan menyangkut kepentingan

umum. Hal ini membedakan media massa dengan media nir-massa seperti surat, telepon, telegram, dan teks yang ditujukan kepada individu atau sekelompok orang tertentu. Surat kabar cetak maupun online, radio, dan televisi dikategorikan sebagai media massa karena pesan-pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan umum dan ditujukan kepada masyarakat luas (Effendy, 2012).

Media massa memiliki kekuatan besar dalam membangun dan membongkar realitas, terutama melalui pemberitaan, tajuk (editorial), opini, karikatur, dan talk show. Dalam pemberitaan, media massa umumnya memprioritaskan liputan terhadap peristiwa atau isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya (agenda setting). Selain itu, media massa juga menekankan substansi tertentu dari peristiwa atau isu dan mengabaikan substansi lain (framing). Dengan cara ini, media massa membangun dan membongkar realitas (Pawito, 2009).

Media massa pada hakikatnya merupakan arena diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak: wartawan, sumber berita, dan khalayak. Keterlibatan ketiga pihak ini didasarkan pada peran sosial masing-masing, dan hubungan di antara mereka terjalin melalui teks yang mereka konstruksi. Pendekatan analisis framing memandang wacana berita sebagai semacam arena pertarungan simbolik antara pihak-pihak yang berkepentingan dengan pokok persoalan wacana. Masing-masing pihak menyajikan perspektif untuk memberikan makna terhadap suatu persoalan agar diterima oleh khalayak (Eriyanto, 2012).

Dengan menjamurnya penggunaan internet saat ini yang didukung kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadi adanya pemekaran (konvergensi) dari media media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan adanya new media atau media baru. Yaitu mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real time”.

Media Online atau biasa disebut dengan internet adalah hasil dari persilangan teknologi komunikasi yang menawarkan kepada pengguna sebagai

media yang berfungsi sebagai alat komunikasi antar manusia atau juga disebut media interaktif, dimana media memungkinkan partisipasi aktif baik penerima maupun pengirim. Jurnalistik online adalah seorang jurnalis pada media online seperti website, blog, forum, sosial media atau media-media online lainnya. Sama seperti Jurnalistik konvensional, jurnalistik online juga harus menaati kode etik wartawan, dan melakukan tugas-tugas jurnalis pada umumnya. Bedanya hanya pada media yang digunakan untuk menyajikan berita.

Jurnalisme online ini merupakan perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Media online muncul dan berkembang membawa mode baru bagi dunia jurnalistik. Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet (Syamsul & Romli, 2012). Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya.

Syamsul & Romli (2012), membagi beberapa karakteristik media online yaitu:

- a. Multimedia Dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas Berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c. Cepat Saat berita diposting atau diupload, berita dapat langsung diakses oleh semua orang.
- d. Update Pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya dalam kesalahan ketik/ejaan.
- e. Kapasitas luas Halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- f. Fleksibilitas Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.

Jurnalistik online terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, online, internet dan website. Jurnalistik dipahami sebagai penulisan, penyusunan, peliputan serta

penyebaran informasi secara luas melalui media massa. Dalam jurnalistik online ini, proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan media internet. Perkembangan internet yang pesat saat ini telah melahirkan beragam bentuk media online seperti contohnya website dan portal yang digunakan sebagai media untuk menyebarkan berita dan informasi (Syamsul & Romli, 2012).

1.6. Metode Penelitian

Jenis dalam penelitian ini adalah interpretatif. Jenis penelitian interpretatif memandang penelitian ilmiah tidaklah cukup untuk dapat menjelaskan 'misteri' pengalaman manusia sehingga diperlukan unsur manusiawi yang kuat dalam penelitian. Metode ini berusaha mengerti dan menafsirkan makna dari suatu teks dengan jalan menguraikan mengenai bagaimana media membingkai isu. Hal ini sesuai dengan kenyataan bahwa pada dasarnya framing merupakan suatu metode yang digunakan untuk melihat cara bercerita media atas peristiwa tertentu. Kebanyakan mereka yang berada dalam kelompok ini lebih tertarik pada kasus-kasus individu dari pada kasus-kasus umum (Morissan, 2009). Jenis interpretatif memfokuskan pada sifat subjektif dari social world dan berusaha memahami kerangka berpikir objek yang sedang dipelajarinya. Fokusnya pada arti individu dan persepsi manusia pada realitas bukan pada realitas independent yang berada di luar mereka. Manusia secara terus menerus menciptakan realitas sosial mereka dalam rangka berinteraksi dengan yang lain. Tujuan pendekatan interpretatif adalah menganalisis realita sosial semacam ini dan bagaimana realita sosial itu terbentuk.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif dengan melihat kecenderungan isi media berdasarkan *context* (situasi yang sosial di seputar dokumen atau teks yang diteliti), *process* (bagaimana suatu proses produksi media/isi pesannya dikreasi secara aktual dan diorganisasikan secara bersama) dan *emergence* (pembentukan secara bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan intepretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti (Burhan, 2007). Analisis isi kualitatif ini bersifat sistematis, analitis tapi tidak kaku seperti analisis kuantitatif sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam dan mendetail dalam memahami produk isi media. Saat ini telah banyak metode analisis yang berpijak pada analisis isi kualitatif, antara lain

analisis framing, analisis wacana, analisis tekstual, semiotik, analisis retorika, dan ideological criticism (Kriyantono, 2014).

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Dalam konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan. Entman membentuk konsepsi framing digambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan sebagai berikut:

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah
<i>Make Moral Judgment</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang diasikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

- a. *Define Problems* memberikan penekanan bagaimana suatu masalah, peristiwa ataupun isu dilihat oleh wartawan. Dalam hal ini suatu peristiwa dapat

dipahami secara berbeda-beda oleh masing-masing wartawan. Sehingga membentuk bingkai yang berbeda-beda pula, kemudian bingkai yang berbeda itu dapat membuat realitas bentukan yang berbeda (Entman dalam Eriyanto, 2012).

- b. *Diagnose Causes* merupakan elemen yang digunakan untuk mengetahui siapa (who) atau apa (what) yang dianggap actor dalam sebuah peristiwa isu. peristiwa atau isu yang dipahami secara berbeda otomatis dapat membawa pada penafsiran yang berbeda pula mengenai siapa aktor dibalik peristiwa atau isu yang dianggap sebagai penyebab masalah.
- c. *Make Moral Judgment* dipakai untuk memberikan penelitian, membenarkan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat sebelumnya (Eriyanto, 2012).
- d. *Treatment Recommendation* merupakan elemen framing yang digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki wawancara. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Hal itu tentu tergantung pada bagaimana cara pandang wartawan dalam memahami isu dan siapa yang dianggap sebagai penyebab dari masalah tersebut (Eriyanto, 2012).

Analisis framing adalah analisis untuk membongkar ideologi di balik penulisan informasi. Robert N. Entman, seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media, mendefinisikan framing sebagai seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi. Robert Entman, melihat framing dalam dua dimensi besar : seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu (Eriyanto, 2012).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis framing. Analisis framing melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Framing merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2012). Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Dengan kata lain, framing adalah

pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan memilih berita (Sobur, 2015). Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis ini juga digunakan untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2012). Ada dua esensi framing utama, yakni bagaimana peristiwa dimaknai dan bagaimana fakta ditulis. Analisis framing merupakan metode analisis teks sebagaimana analisis isi kuantitatif, namun keduanya mempunyai perbedaan karakteristik. Dalam analisis isi kuantitatif yang ditekankan adalah isi dari suatu pesan/teks komunikasi. Sementara pusat perhatian analisis framing adalah pembentukan pesan/makna dari teks. Framing melihat bagaimana teks/pesan dikonstruksi oleh wartawan dan media serta bagaimana menyajikannya kepada khalayak.

1.6.1. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti data primer yang akan digunakan yaitu Berita dari Media online Kompas.com dan Jawa Pos.com tentang pencalonan Anies Baswedan yaitu berita selama satu minggu yaitu mulai tanggal 3 sampai 10 Oktober 2022.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data memiliki peranan yang cukup penting dalam keseluruhan proses penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai pengaturan, berbagai sumber dan dengan berbagai cara. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan peneliti berdasarkan kebutuhan analisis dan pengkajian. Pengumpulan data tersebut sudah dilakukan sejak peneliti menentukan permasalahan apa yang sedang dikaji. Teks berita tentang pencalonan Anies Baswedan pada kanal berita online Kompas.com dan Jawapos.com merupakan data primer dalam penelitian ini yang kemudian akan diolah menggunakan langkah-langkah yang ada dalam model analisis framing Robert N. Entman. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan kajian pustaka dengan mempelajari dan mengkaji buku-buku, artikel, jurnal serta situs internet dengan permasalahan yang diteliti untuk mendukung asumsi sebagai landasan teori permasalahan yang dibahas. Data-

data tersebut dikumpulkan untuk kemudian digunakan sebagai dasar menyusun sebuah argumentasi yang menggambarkan realitas yang ada.

1.6.3. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus, sehingga datanya sudah jenuh. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis framing. Konsep framing Robert N. Entman digunakan untuk memberi gambaran proses seleksi isu dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media. Bentuk penonjolan bisa beragam, dengan menempatkan satu aspek informasi lebih menonjol dibandingkan yang lain, lebih mencolok, melakukan pengulangan informasi yang dipandang penting atau dihubungkan dengan aspek budaya yang akrab di benak masyarakat. Entman melihat framing dalam 2 (dua) dimensi besar, yaitu:

1. Seleksi isu. Hal ini berhubungan dengan pemilihan fakta di lapangan. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan, tetapi ada juga yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.
2. Penonjolan aspek, hal ini berhubungan dengan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada pembaca. Kata-kata tertentu tidak hanya memfokuskan perhatian khalayak pembaca pada masalah tertentu, melainkan juga membawa persepsi dan mengarahkannya pada cara berpikir dan keyakinan tertentu.

Peneliti memilih perangkat framing Robert N. Entman dalam penelitian ini dengan argumen perangkat frame Entman mampu membantu peneliti dalam mendefinisikan isu. Selanjutnya, pisau analisa ini akan membantu peneliti dalam mencari tahu makna di dalam pembedaan berita tersebut. Sebagaimana yang

yang telah terlihat dalam pengertian analisis data tersebut maka penelitian ini akan berfokus pada pemberitaan pencalonan Anies Baswedan. Data yang diperoleh selanjutnya akan diolah dan dijabarkan dalam bentuk unit-unit tertentu dengan framing Robert N. Entman, 2 (dua) faktor dari framing tersebut dapat membuat framing berita menjadi lebih tajam melalui proses seleksi yang layak ditampilkan. Dalam mengambil suatu keputusan untuk menonjolkan sisi mana yang harus diangkat disuatu media maka keterlibatan wartawan dalam menghasilkan suatu berita harus didasarkan pada nilai dan ideologi wartawan. Dalam framing Entman, konsep yang paling mendasar adalah merujuk pada bagaimana memberikan definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang ada.

Pada pengidentifikasian masalah (*problem identification*), peneliti akan mengidentifikasi apa yang dilakukan agen penyebab masalah. Karena, suatu masalah atau peristiwa akan dimaknai berbeda oleh wartawan yang berbeda pula. Itu dikarenakan skema individu yang berbeda, karena setiap individu memiliki perspektifnya masing-masing atas suatu isu peristiwa. Memperikarakan penyebab masalah (*causal interpretation*) merupakan tahapan di mana peneliti akan menganalisa peristiwa tersebut, dilihat dari siapa atau apa yang menyebabkannya. Dalam tahap ini, dapat terlihat bahwa ada yang dianggap sebagai pelaku dan juga ada yang dianggap sebagai korban. Membuat pilihan moral (*moral judgement*), tahapan ini adalah tahapan di mana peneliti akan menganalisa evaluasi terhadap penyebab masalah dan efek yang ditimbulkan oleh masalah tersebut. Ada penguatan argumen dalam pendefinisian masalah. Artinya, ada argumen lain yang menegaskan gagasan yang ingin disampaikan pihak media massa.

Tahap terakhir adalah solusi atas masalah atau *treatment recommendation*. Dengan tahapan ini, peneliti bisa mencari apa sebenarnya yang ditawarkan penulis berita sebagai solusi atas masalah yang diangkat sebagaimana yang ada di pengidentifikasian masalah. Apa yang menjadi jalan keluar, menunjukkan sikap wartawan atau redaksi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Entman memandang, bahwa wacana merupakan arena pertarungan simbolik antara

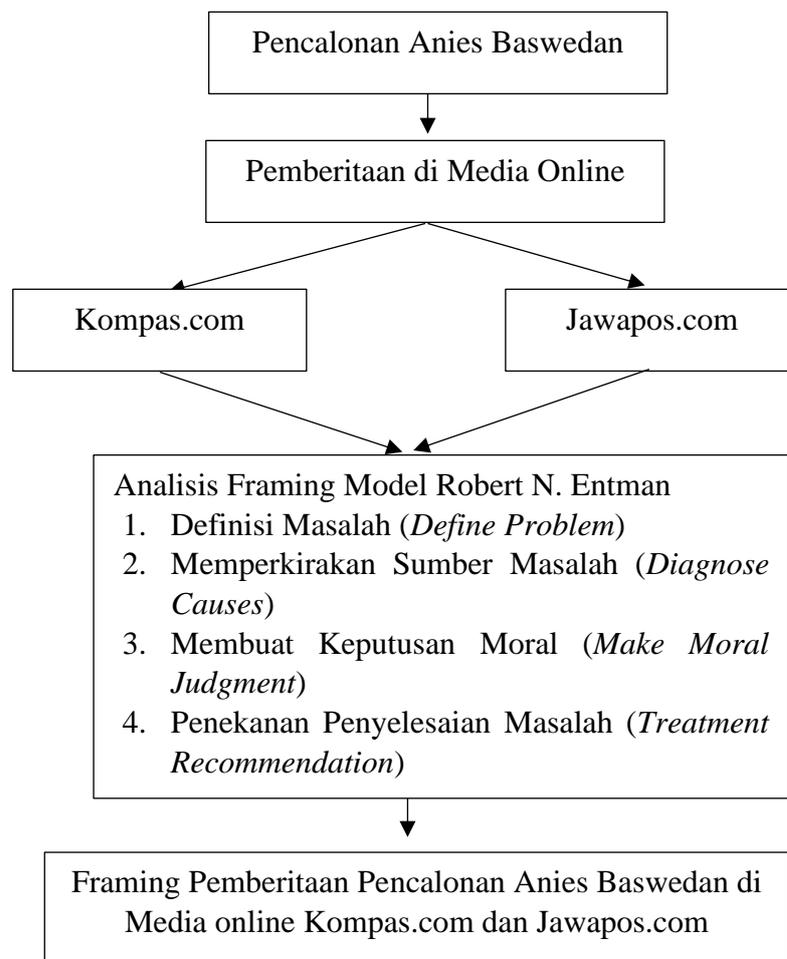
pihak-pihak yang berkepentingan dengan pokok persoalan wacana. Masing-masing pihak saling menonjolkan perspektif dan argumennya agar diterima khalayak masyarakat. Setiap pihak juga menggunakan simbol, retorika serta bahasa-bahasa tertentu dengan konotasi tertentu. Dengan kata lain, proses framing menjadikan media massa sebagai suatu arena dimana informasi tentang masalah-masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya didukung pembaca. Akan tetapi, Entman pun mengatakan bahwa sebuah kalimat bisa saja menunjukkan lebih dari 1 (satu) dari 4 (empat) elemen framingnya, walaupun banyak kalimat dalam teks yang sama yang tidak menunjukkan satu pun dari keempat elemen framing tersebut.

1.7. Kerangka Berpikir

Pemberitaan tentang pemilu memainkan peran krusial dalam memberikan informasi obyektif kepada masyarakat, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang berdasarkan pengetahuan yang baik dalam konteks proses politik dan pemilihan pemimpin negara. Setiap Pilpres menimbulkan kehebohan di kalangan masyarakat dan media massa. Pada Pilpres 2024, salah satu tokoh yang diprediksi akan menjadi salah satu kandidat kuat adalah Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan. Sebagai salah satu tokoh nasional yang memiliki eksposur media tinggi, peran media massa dalam membingkai sosok Anies Baswedan menjadi hal yang penting untuk dipahami.

Media online termasuk media yang cukup intens dalam memberitakan isu tersebut seperti kompas.com dan jawapos.com, kedua media online terbesar di Indonesia yang memiliki banyak pembaca. Sebagai media massa, kedua media tersebut melakukan konstruksi realitas dalam membingkai isu saat melakukan pemberitaan. Untuk melihat bagaimana kedua media tersebut melakukan konstruksi realitas media dalam memberitakan pencalonan Anies Baswedan, maka perlu dilakukan sebuah analisis. Analisis yang digunakan adalah analisis framing dengan model Robert N. Entman, model ini dapat menjelaskan bagaimana wartawan dalam menyeleksi sebuah isu atau peristiwa dan bagaimana wartawan menekankan bagian yang ditonjolkan dalam menulis sebuah wartawan.

Robert Entman menyebutkan ada empat tahapan dalam melihat realitas media saat mengkonstruksi sebuah berita. Empat tahapan tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana Kompas.com dan JawaPos.com membingkai berita pencalonan Anies Baswedan. Adapun keempat elemen tersebut adalah Definisi Masalah (*Define Problem*), Memperkirakan Sumber Masalah (*Diagnose Causes*), Membuat Keputusan Moral (*Make Moral Judgment*), Penekanan Penyelesaian Masalah (*Treatment Recommendation*). Untuk mempermudah penelitian, maka peneliti membatasi aspek penelitian tentang analisis framing pencalonan Anies Baswedan di Kompas.com dan JawaPos.com yang dituangkan kedalam bentuk kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 1 Kerangka Pikir Penelitian