



Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan “Raja Jokowi”: Sebuah Analisis Framing

Muhammad Anshori^{(a)(*)}

^(a)Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

^(*)Korespondensi Penulis, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183,
Email: anshori356@gmail.com

A B S T R A C T

Keywords:
Reality Constructions,
Online Media,
Framing Analysis,
Tribunnews.com,
Detik.com.

This paper explores the meaning of reality constructions coverage two online media, Tribunnews.com and Detik.com, about "Raja Jokowi" in the general election 2019. The study uses a qualitative method with Entman analysis framing to express means of the media coverage—data collected by taking primary and secondary sources. Primer data took from two online media news that is restricted to November 11-20, 2018. Furthermore, I collected second sources from journals, research reports, online news portals, and books. All online media have been limited by news numbers; Tribunnews.com is five news, and Detik.com is five news. Resulting studies that two online media have been featured a neutral information about "Raja Jokowi" poster. It can be proved with choosing diction word that does not contain controversial. This condition is essential as a social stabilization strut in other to does not occurs a vertical conflict in the political momentum. Meanwhile, the campaign team of Jokowi, know as Tim Kampanye Nasional (TKN), has wisely explored in the media for all of the black campaigns; it will all be taken care by the authorities. The political elite's consciouness to dampen the masses and fanatical society towards one of the spouses of presidential candidates is a maturity in democracy.

A B S T R A K

Kata Kunci:
Konstruksi Realitas,
Media Online,
Analisis Framing,
Tribunnews.com,
Detik.com

Artikel ini mengeksplorasi makna konstruksi realitas pemberitaan dua media online, Tribunnews.com dan Detik.com, tentang “Raja Jokowi” pada momentum pemilihan presiden tahun 2019. Untuk mengungkapkan makna tersebut, studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis framing Entman. Data dikumpulkan dengan pengambilan sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari berita online dua media dengan batasan waktu 11-20 Nopember 2018. Masing-masing media online di batasi jumlah beritanya; Tribunnews.com berjumlah 5 berita dan Detik.com berjumlah 5 berita. Sementara itu, sumber sekunder dikumpulkan melalui sumber dari jurnal, laporan penelitian, portal berita online, dan buku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media online tersebut memberitakan tentang poster “Raja Jokowi” bersifat netral. Hal ini dapat dibuktikan dengan pilihan diksi kata yang tidak mengandung kontroversi. Kondisi ini penting sebagai penyangga stabilitas sosial agar tidak terjadi konflik vertikal di tengah politik nasional yang memanas. Sementara itu, kampanye yang mengarah kepada Tim Sukses pemenangan Jokowi, disebut juga Tim Kampanye Nasional (TKN), dapat dihandel secara bijak. Pernyataan Ketua Tim Sukses Jokowi, Erick Tohir, secara bijak menyampaikan dalam

media, segala sesuatu yang mengarah kepada kampanye hitam (black campaign), semua akan diurus oleh pihak berwenang. Kesadaran elit politik untuk meredam masa dan masyarakat yang fanatik terhadap salah satu pasangan Calon Presiden adalah bentuk kedewasaan dalam berdemokrasi.

Pendahuluan

Era globalisasi telah merasuk ke dalam sendi kehidupan manusia. Hal ini dapat terlihat dengan semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi termasuk dalam bidang komunikasi massa (Hirsch, 1992). Efek kemajuan tersebut telah memfasilitasi komunikasi antar manusia tanpa sekat dibelahan dunia manapun. Selain itu, kemajuan teknologi informasi juga membawa dampak positif bagi kehidupan terutama pengguna media *online*. Hal ini berbanding terbalik dengan media cetak yang mulai banyak ditinggalkan oleh peminatnya—terutama generasi milenial yang lebih memilih media online; yang lebih memberi kemudahan dalam mengakses media tersebut (Jesica, Sumadinata, & Paskarina, 2020; Newton, 1999).

Media online telah menjadi pilihan masyarakat di era digital. Media online juga dapat menjadi alat untuk memudahkan beragam program pemerintah berbasis teknologi digital (Astuti, 2019). Masyarakat dapat memilih beragam media online sebagai sumber informasi berita. Untuk itu, ada banyak pilihan media online yang bisa dijadikan sumber informasi. Diantara beragam media online tersebut, *Tribunnews.com* (3,32) dan *Detik.com* (6,59)—*Daily Time on Site*—merupakan portal berita online yang masuk ke dalam lima besar jumlah pengunjung terbanyak (Alexa, 2018). Media tersebut ramai dikunjungi karena kondisi Indonesia yang sedang menghadapi tahun politik (pemilihan umum). Antar media massa online “berlomba-lomba” menarik minat

pembaca dengan memberikan berita yang aktual dan *update* terkait situasi politik nasional.

Informasi yang ditampilkan oleh media memiliki tujuan, baik tujuan komersial, ideologi, maupun politik. Untuk meraih suatu tujuan tersebut, media membingkai berita dengan membujuk pembaca dengan memberikan opini segar—istilah ini kerap juga disebut dengan *framing* (Sobur, 2009, p. 17). Suatu media mempunyai kepentingan tertentu melalui *framing* dengan mengembangkan sebuah peristiwa yang dianggap dapat membuat publik terpengaruh pada suatu isu yang diangkatnya. Hal ini dibuktikan oleh Wibowo, *framing* berperan untuk membingkai sebuah informasi agar informasi yang disampaikan sesuai dengan kepentingan media (Masduki, 2004; Wibowo, 2019). Beberapa kasus pemberitaan melalui *framing* media juga berhasil mempengaruhi cara pandang pembaca termasuk isu implementasi kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan, pemberitaan kasus Ahok versus Lulung, promosi kebijakan penanganan Covid-19 bagi generasi milenial, dan pemberitaan kasus lain (Boer, Pratiwi, & Muna, 2020; Fadiyah, 2014; Suprobo, Siahainenia, & Sari, 2016).

Media online juga menjadi alat komunikasi sebagai transformasi nilai dan gagasan bagi kandidat dalam momentum politik (Takens, van Attevelde, Hoof, Van, & Kleinnijenhuis, 2013). Tak ayal, jika isu yang diangkat dalam topik politik cenderung menjatuhkan karakter lawan.

Menurut studi Siregar, hal tersebut sebagai alasan logis untuk mempengaruhi pola pikir pembaca atau *voter* (Siregar, 2019).

Topik pemberitaan media online tentang politik dalam proses pemilu Presiden 2019 semakin menguat. Hal ini terbukti dalam pemberitaan dua media online tadi; Detik.com dan Tribunnews.com. Poster dari salah satu Calon Presiden Republik Indonesia Nomor urut 1, yaitu Joko Widodo tersebar di Banyumas, Jawa Tengah. Permasalahannya yakni gambar poster Jokowi tersebut memakai mahkota raja—“Raja Jokowi” penamaan posternya. Munculnya poster tersebut dikritik banyak pihak terutama rival politik Jokowi dari kubu pasangan nomor urut 2, Prabowo Subianto. Alhasil, setelah poster itu beredar, banyak media massa online, tidak terkecuali Tribunnews.com dan Detik.com, yang membuat berita tentang kejadian tersebut. Dari peristiwa ini, menarik peneliti untuk mengungkap makna atas konstruksi realitas pemberitaan media online Tribunnews.com dan Detik.com. Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa pemberitaan media online atas suatu peristiwa memiliki makna untuk membangun framing isu dan alasan logis untuk menarik minat pilihan *voter*. Namun pemberitaan tentang “Poster Raja Jokowi” dengan memframing isu dan topik membutuhkan studi yang mendalam; apa makna konstruksi realitas yang dibangun oleh kedua media massa online tersebut. Untuk itu, studi ini mencoba untuk mengeksplorasi makna konstruksi realitas yang dibangun oleh Tribunnews.com dan Detik.com dalam pemberitaan poster “Raja Jokowi” yang terpampang di Banyumas, Jawa Tengah.

Analisis Framing Model Entman: Tinjauan Literatur

Entman adalah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar analisis *framing* dalam studi isi media. Konsepsi Entman, *framing* merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan, menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas media. *Framing* bisa menjadi paradigma penelitian komunikasi apabila menempatkan informasi dalam konteks yang khas dengan isu tertentu sehingga mendapatkan tempat lebih besar dari isu lainnya (Eriyanto, 2011, pp. 185–187). Untuk melihat secara lengkap perangkat analisis *framing* model Entman ini tersaji pada sub bab berikut.

Perangkat Analisis Framing

Perangkat *framing* model Entman terbagi ke dalam dua bagian, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Seleksi isu merupakan aspek yang berhubungan dengan pemilihan fakta dari realitas yang kompleks dan beragam; aspek yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini terkandung di dalam bagian berita yang dimasukkan, tetapi ada pula bagian berita yang tidak dimasukkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu harus dimunculkan. Wartawan hanya memilih aspek tertentu dari suatu isu. Penonjolan aspek tertentu dari isu merupakan aspek yang berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, langkah selanjutnya adalah bagaimana aspek tersebut di tulis. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk

ditampilkan kepada publik atau masyarakat pembaca (Bungin, 2008, p. 187).

Konsepsi *framing* tersebut digambarkan secara luas, bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandai oleh wartawan. Untuk itu,

memahami konsep *framing* Entman ini terdapat 4 poin penting, yakni pendefinisian masalah, memperkirakan penyebab masalah, membuat pilihan moral, dan menekankan penyelesaian (Eriyanto, 2011, pp. 188–189).

Tabel 1. Model Analisis Framing Entman

Pendefinisian Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen ini merupakan bingkai yang paling utama (<i>master frame</i>). • Bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan • Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda yang akan menimbulkan realitas berbeda.
Memperkirakan Penyebab Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen <i>framing</i> untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. • Bagaimana peristiwa dipahami sehingga dapat menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. • Masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula.
Membuat Pilihan Moral	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen <i>framing</i> yang digunakan untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. • Penyebab masalah sudah ditentukan kemudian dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. • Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh publik.
Menekankan Penyelesaian	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. • Jalan apa yang diselesaikan untuk menyelesaikan masalah. • Penyelesaian itu sangat tergantung bagaimana peristiwa dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Analisis *framing* Entman ini menjadi elemen penting dalam proses seleksi dan pemaknaan isi dari berita. Menurut Entman, *framing* dapat didefinisikan sebagai sebuah proses melakukan seleksi dan menyoroti beberapa aspek dari sebuah situasi untuk mempromosikan sebuah penafsiran tertentu (R. Entman, 2004). Penafsiran pada umumnya datang dari sebuah narasi yang meliputi sebuah definisi yang saling terhubung mengenai masalah kebijakan,

analisis penyebab, evaluasi moral terhadap yang terlibat, dan perbaikan. Dalam kasus ini, gambar-gambar visual seperti fotografi merupakan instrumen *framing* yang ideal.

Dengan demikian, membuat *frame* adalah untuk memilih beberapa aspek dari sebuah realitas yang dirasakan dan membuatnya menjadi lebih bermakna dalam sebuah teks yang dikomunikasikan, sedemikian rupa untuk mempromosikan definisi masalah tertentu, penafsiran kausal,

evaluasi moral, dan/atau solusi bagi setiap jenis yang digambarkan. Pada umumnya, frame berfungsi untuk mendiagnosa, mengevaluasi, dan menawarkan solusi tertentu. Melalui model analisis framing Entman ini dapat menjadi landasan peneliti untuk mengetahui dan memahami makna dalam tersaji dalam berita Tribunnews.com dan Detik.com tentang poster “Raja Jokowi”.

Analisis Framing dalam Konteks Penelitian

Model analisis framing Entman ini populer digunakan dalam studi kasus pemberitaan media dan jurnalistik. Kajian analisis ini untuk melihat bagaimana *frame* mempengaruhi kerja wartawan dan bagaimana wartawan membuat berita lebih penting dan menonjol pada aspek tertentu. Dalam konsep Entman, *framing* terfokus pada pemberian definisi, penjelasan definisi, evaluasi, dan rekomendasi terhadap wacana untuk menonjolkan kerangka berfikir tertentu. Dengan begitu, analisis ini berfungsi untuk menggambarkan aspek tertentu dari sebuah peristiwa yang dibingkai oleh surat kabar dan kemudian menjadi berita (Kriyantono, 2010). Pada konteks ini mengkaji tentang pemberitaan pada poster Calon Presiden Republik Indonesia nomor urut 1, Joko Widodo, yang mengenakan mahkota raja.

Analisis *framing* model Entman juga mengimplikasikan seleksi (*selection*) dan penonjolan (*salience*). Framing model ini mengartikan persoalan-persoalan, mendiagnosa penyebab, mengolah penilaian moral, dan menyarankan perbaikan-perbaikan. Frame memakai *textual device* seperti kalimat tertentu, frase-frase tertentu, membuat definisi kontekstual tertentu, menentukan gambar-gambar tertentu,

dan menyampaikan contoh-contoh yang tipikal atau menunjukkan pada sumber tertentu (Gaio, Mondry, & Diahloka, 2015).

Pada konteks yang lain, media dalam membentuk berita sebuah peristiwa atau isu terkadang tidak terlepas dari latar belakang ideologi atau visi perusahaan media. Dengan begitu, isi berita yang dibuat terkonstruksi oleh ideologi atau visi perusahaan media (Rusmulyadi, 2013). Sebagai media massa Nasional di Indonesia, Tribunnews.com dan Detik.com memiliki perspektif sendiri dalam memberitakan suatu peristiwa, termasuk poster Jokowi yang mengenakan mahkota raja. Analisis framing yang pertama adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realita, dan kegiatan konstruksi media yang dilakukan oleh wartawan.

Konstruksi media yang dilakukan oleh wartawan terdiri dari beberapa aspek, yaitu tergantung keinginan dan kepentingan wartawan dan media tersebut. Misalnya dalam bentuk fakta, dan peristiwa. Setelah itu, berita dari wartawan dipublikasikan ke seluruh media sehingga masyarakat dapat mengakses berita. Dengan demikian, informasi yang diupload oleh media dinikmati oleh publik sesuai dengan fakta pemberitaan. Hal ini dapat mempengaruhi cara pendapat dan pandang masyarakat terkait berita yang telah dibuat oleh media. Oleh karena itu, konstruksi realitas dalam pemaknaan pemberitaan media ini mengacu kepada latar belakang perusahaan media dan visinya. Dengan pendekatan konstruksi media yang menggunakan analisis *framing* Entman, peneliti dapat menganalisis konstruksi realitas melalui penelusuran langsung atas sajian berita dari Tribunnews.com dan Detik.com. Di akhir analisis, peneliti juga menyampaikan sebuah kesimpulan secara subyektif berdasarkan fakta dan penafsiran konstruksi media

yang menjadi kajian pada penelitian ini.

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis framing media. Analisis model ini identik dengan riset di bidang komunikasi untuk melihat konstruksi realitas pemberitaan media massa (Deddy, 2003). Analisis framing juga digunakan untuk menggali data penelitian dengan menentukan sumber primer penelitian (Ardianto, 2010; Bungin, 2011; Eriyanto, 2011). Adapun sumber data penelitian di bagi menjadi sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah pemberitaan tentang “Poster Raja Jokowi” dari dunia media online—Tribunnews.com dan Detik.com—dengan batasan waktu pemberitaan tanggal 11-20 Nopember 2018. Dengan komposisi pemberitaan; Tribunnews.com berjumlah 5 berita dan Detik.com berjumlah 4 berita. Sementara itu, sumber sekunder riset ini mengacu kepada literatur yang terpublikasi; jurnal, laporan penelitian, portal berita online, dan buku.

Setelah menentukan jumlah sumber data penelitian, peneliti menganalisa data dengan menggunakan metode analisis framing Entman. Analisis data ini merujuk kepada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi (R. M. Entman, 2007). Model analisis framing Entman digunakan dalam studi kasus pemberitaan media dan jurnalistik untuk melihat bagaimana *frame* mempengaruhi kerja wartawan dan bagaimana wartawan membuat berita lebih penting dan menonjol pada aspek

tertentu (R. Entman, 2004). Untuk itu, studi analisis framing ini disajikan dalam artikel secara lengkap.

Analisis Framing Pada Dua Media Online

Pada bagian ini peneliti menyajikan data penelitian untuk diinterpretasi ke dalam sebuah makna atau pendefinisian berita dengan menggunakan struktur analisis *framing* media. Peneliti menyajikan data secara eksploratif dengan struktur induktif—penjelasan makna berita dari yang bersifat umum ke khusus. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk mempermudah pembaca artikel ini.

Struktur Framing Tribunnews.com

Pemberitaan yang terkait dengan poster Jokowi memakai mahkota raja di media Tribunnews.com. Berita-berita yang tersaji dalam Tribunnews.com diberi judul sebagaimana berikut ini :

- PDIP akan Laporkan Pembuat dan Penyebar Poster Jokowi Berpakaian Ala Raja
- Soal Poster Jokowi Raja, Elite PDIP Pastikan Pihaknya Tidak Punya Organ Partai Bernama KAMI
- PDI-P: Poster Jokowi Mahkota Raja Upaya Kampanye Hitam
- Jokowi Jadi Raja, Erick Thohir: Saya Mundur
- Gudang Poster ‘Raja Jokowi’ Disebut Ada di Bumiayu, Setelah Diselidiki Ini Hasilnya

Tabel 2. Analisis Framing Tribunnews.com tentang “Raja Jokowi”

Pendefinisian Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Poster Jokowi mengenakan mahkota raja. • Poster Jokowi upaya kampanye hitam. • Erick Thohir akan mundur menjadi tim sukses (timses). • Ada pihak yang menyebarkan poster bukan pendukung Jokowi
Memperkirakan Penyebab Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Perihal tersebarnya poster Jokowi mengenakan mahkota raja, pihak PDIP menilai bahwa poster tersebut dibuat untuk tujuan kampanye hitam dan menjatuhkan citra Jokowi. • PDIP mengklaim bahwa yang membuat poster bukan pendukung Jokowi. • Erick Thohir selaku timses Jokowi akan mengundurkan diri apabila Jokowi ingin menjadi Raja. Pihak PDIP juga akan melaporkan pembuat dan penyebar poster Jokowi mengenakan mahkota Raja. • Dari pemilihan kata dalam judul masing-masing konten berita sudah tergambar bahwa adanya keberpihakan media dalam penulisan berita dan pihak media lebih memilih tokoh-tokoh yang pro Jokowi untuk mengomentari poster yang beredar tersebut. • Pemberitaannya lebih menonjolkan bahwa ada pihak yang mensetting keberedaran poster tersebut.
Membuat Pilihan Moral	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya keputusan bahwa timses Jokowi akan mengundurkan diri apabila Jokowi ingin menjadi Raja. • Negara republik seharusnya dipimpin oleh Presiden bukan seorang Raja. • Poster yang mengenakan mahkota raja bisa menimbulkan perpecahan karena saling tuding dan bisa mempengaruhi perolehan suara Jokowi.
Menekankan Penyelesaian	<ul style="list-style-type: none"> • Poster tersebut bukan dari pemerintah timses Jokowi. • Pihak Jokowi akan melaporkan pembuat dan penyebar poster tersebut.

Dari data yang diperoleh berupa gambar visual, jumlah konten yang dimuat oleh media, dan tokoh yang memberikan tanggapan dalam konten di media Tribunnews.com, dapat disimpulkan bahwa adanya pihak pembuat dan penyebar poster sehingga bisa dikatakan sebagai pemecah suara calon presiden Jokowi di Pilpres. Pendapat yang dimuat di media ini mayoritas menyangkut ke internal timses. Bahkan ada yang menyatakan bahwa gudang poster tersebut ditemukan

di Bumiayu.

Dalam pemilihan kata pada judul, sangat jelas bahwa media ini memberikan respon baik atas sikap pendukung Jokowi yang tidak mengenal lelah mencari siapa pembuat poster raja Jokowi. Secara narasi, konten pemberitaan yang telah disajikan oleh Tribunnews.com lebih bersifat netral. Hal ini dapat dianalisis dengan narasi konstruksi realitas melalui pembelaan dari pihak Jokowi (Timses) yang menonjol. Kondisi ini tentu menjadi bagian dari

strategi Timses untuk mengcounter gerakan dari lawan politik.

Struktur Framing Detik.com

Pemberitaan yang terkait dengan poster Jokowi memakai mahkota raja di media Detik.com sebagaimana berikut ini. Berita-berita yang tersaji dalam Detik.com diberi judul sebagaimana berikut ini:

- PDIP Serahkan Penanganan Pembuat Poster ‘Raja Jokowi’ ke TKN
- Gudang Poster Raja Jokowi Wilayah Banyumas Ditemukan
- Soal ‘Raja Jokowi’, PDIP Ibarat Tusuk Pedang ke Punggung Jokowi
- Erick Thohir Saya Mundur dari Timses Jika Jokowi Jadi Raja
- Timses Curigai Ada Pola untuk Jatuhkan Jokowi Lewat Poster ‘Ilegal’

Tabel 2. Analisis Framing Detik.com tentang “Raja Jokowi”

Pendefinisian Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Gudang poster yang baru ditemukan di Banyumas. • Erick Thohir akan mundur menjadi timses Jokowi. • PDIP menyerahkan penanganan pembuat poster ke TKN. • Ada pola untuk menjatuhkan Jokowi.
Memperkirakan Penyebab Masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Erick Thohir selaku timses Jokowi akan mengundurkan diri apabila Jokowi ingin menjadi Raja. • Menyebarnya poster Jokowi mengenakan mahkota raja. Pihak PDIP menyerahkan penanganan pembuat poster Raja Jokowi ke Tim Kampanye Nasional (TKN). • Ditemukanya gudang penyimpanan poster yang ada di wilayah Banyumas. Pihak PDIP juga mengatakan bahwa ada pola untuk menjatuhkan suara Jokowi. • Dari pemilihan kata dalam judul masing-masing konten berita sudah tergambar bahwa adanya fakta penulisan berita dan pihak media lebih tidak begitu cenderung membahas tokoh-tokoh dari kubu Jokowi. Pemberitaanya memperlihatkan adanya masalah tapi bukan berarti bisa memecah persatuan.
Membuat Pilihan Moral	<ul style="list-style-type: none"> • PDIP menyerahkan penanganan pembuat poster ke TKN. • Adanya sikap dewasa dan sabar tidak asal tuding dan menjatuhkan pihak lain.
Menekankan Penyelesaian	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukannya gudang penyimpanan poster di Banyumas.

Data yang diperoleh peneliti, baik berupa gambar visual, jumlah konten yang dimuat oleh media, dan tokoh yang memberikan tanggapan dalam konten di media Detik.com, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya keberpihakan media dalam penyampaian fakta. Pihak PDIP lebih memilih menyerahkan penanganan

pembuat poster ke Tim Kampanye Nasional (TKN), dan kebanyakan pendapat yang dimuat di media ini bersifat global. Adapun analisis framing terlihat dalam pemilihan kata pada judul sangat jelas bahwa media ini memberikan respon baik atas sikap adanya permainan dalam menyebarnya poster dan mencari siapa pembuat poster

Tabel 3. Perbandingan Analisis Framing Detik.com dan Tribunnews.com

Konsep	Tribunnews.com	Detik.com
Pendefinisian Masalah	Poster Jokowi mengenakan mahkota raja. Poster Jokowi upaya kampanye hitam. Erick Thohir akan mundur menjadi Timses. Ada pihak yang menyebarkan poster bukan pendukung Jokowi.	Gudang poster yang baru ditemukan di Banyumas. Erick Thohir akan mundur menjadi Timses Jokowi. PDIP menyerahkan penanganan pembuat poster ke TKN. Ada pola untuk menjatuhkan Jokowi.
Memperkirakan Penyebab Masalah	Dari pemilihan kata dalam judul masing-masing konten berita sudah tergambar bahwa adanya keberpihakan media dalam penulisan berita dan pihak media lebih memilih tokoh-tokoh yang pro Jokowi untuk-	Erick Thohir selaku timses Jokowi akan mengundurkan diri apabila Jokowi ingin menjadi Raja. Menyebarnya poster Jokowi mengenakan mahkota Raja. Pihak PDIP menyerahkan penanganan pembuat poster Raja Jokowi-
Memperkirakan Penyebab Masalah	mengomentari poster yang bereda tersebut. Pemberitaanya lebih menonjolkan bahwa ada pihak yang men-setting keberedaran poster tersebut.	ke Tim Kampanye Nasional (TKN). Ditemukanya gudang penyimpanan poster yang ada di wilayah Banyumas. Pihak PDIP juga mengatakan bahwa ada pola untuk menjatuhkan suara Jokowi.
Membuat Pilihan Moral	Adanya keputusan bahwa Timses Jokowi akan mengundurkan diri apabila Jokowi ingin menjadi Raja. Negara Republik seharusnya dipimpin oleh Presiden bukan seorang Raja. Poster yang mengenakan mahkota raja bisa menimbulkan perpecahan karena saling tuding dan bisa mempengaruhi perolehan suara Jokowi.	PDID menyerahkan penanganan pembuat poster ke TKN. Adanya sikap dewasa dan sabar tidak asal tuding dan menjatuhkan pihak lain.
Menekankan Penyelesaian	Adanya poster tersebut bukan dari perintah Timses Jokowi. Pihak Jokowi akan melaporkan pembuat dan penyebar poster tersebut.	Ditemukanya gudang penyimpanan poster di Banyumas.

Raja Jokowi. Dengan demikian, media ini memiliki kecenderungan yang netral. Hal ini terjadi karena media memiliki peranan penting dalam stabilitas sosial, terlebih

dalam masa kampanye yang cenderung panas pada akar rumput *voter*. Untuk itu, media ini menghindari pemberitaan yang dapat mengundang kontroversi dari publik.

Bingkai Pemberitaan Poster “Raja Jokowi”: Sebuah Diskursus

Dari keseluruhan pembahasan di atas, peneliti akan menggunakan table untuk mempermudah analisis data dan kajian diskusi. Diharapkan dengan tabel ini pembaca dapat lebih mudah melihat *framing* yang dikonstruksi oleh media Tribunnews.com dan Detik.com terkait dengan pemberitaan poster “Raja Jokowi”.

Media berperan tidak hanya menyampaikan sebuah peristiwa namun juga mendefinisikan aktor dalam berita (Eriyanto, 2011). Kasus yang diangkat dalam berita tentang “Raja Jokowi” dalam sebuah poster di Banyumas, Jawa Tengah, telah menjadi konsumsi publik yang menimbulkan beragam persepsi. Pengiringan opini publik yang tersaji dalam sebuah berita merupakan konstruksi realitas yang hendak disampaikan oleh perusahaan media (Zulaikha, 2019). Hal ini terbukti dengan realitas yang disajikan oleh media online Tribunnews.com dan Detik.com, aktor yang menjadi bahan berita di dua media tersebut menghadirkan persepsi positif dalam ranah pendewasaan berpolitik.

Sasaran kampanye hitam (*black campaign*) yang tercitrakan dalam berita tersebut adalah Tim Kampanye Nasional (TKN) dari pasangan Calon Presiden Jokowi-Ma'ruf Amin. Secara lugas, Erick Thohir, sebagai Ketua TKN, menanggapi peristiwa kampanye di Banyumas yang terbingkai dalam media online dengan santai dan berwibawa. Erick menanggapi pertanyaan dari wartawan secara tegas, “Jika Jokowi menjadi Raja, maka saya mundur”. Kalimat ini membuktikan bahwa media hendak menyajikan kontens berita klarifikasi dari TKN. Di sisin lain, berita online juga menjelaskan secara lugas,

setiap peristiwa yang mengarah kepada penggiringan opini untuk tidak memilih pasangan Capres-Cawapres ditanggapi secara sederhana. “Jika ada pelanggaran dan tercium adanya upaya *black campaign*, maka kami akan serahkan semua kepada pihak yang berwajib”.

Penggalan-penggalan isi dari berita yang tersaji memiliki satu *frame* isu yang hendak disampaikan kepada publik. Namun pihak Timses Jokowi tidak terperovokasi atas pemberitaan tersebut. Mekanisme penyelesaian masalah yang diangkat adalah menyerahkan sepenuhnya kepada pihak yang berwajib. Terutama isi yang tersaji dalam Detik.com, dengan lugas mekanisme penyelesaian masalah atas peristiwa lebih menonjolkan pendewasaan berpolitik. Ini menjadi makna penting dalam peristiwa politik yang terkadang jika elit tidak menyadari kedewasaan di alam demokrasi, bisa saja terseret ke dalam kubangan konflik. Konflik politik di aras bawah (*grassroots*) atau konflik vertikal bisa saja terjadi jika tidak adanya kesadaran dari semua pihak.

Pada aspek lain, jika kita cermati, rrelasi politik diantara pemilik dan pengelola media dengan para kandidat dapat berpotensi memengaruhi framing medianya ketika memproduksi sebuah berita (Gazali, 2004; Simarmata, 2017). Dengan demikian, konten media massa dapat menjadi sebuah perpaduan dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber non-media, seperti individu-individu berpengaruh secara sosial, kontrol pemerintah, dan lain sebagainya (Shoemaker & Reese, 1996). Konteks ini berhubungan erat dengan afiliasi pemilik perusahaan media terhadap salah satu kandidat Capres maupun Cawapres. Namun jika dicermati, Tribunnews.com dan

Detik.com secara spesifik tidak memiliki afiliasi dengan pemerintahan dan calon kandidat Presiden.

Momentum politik merupakan sebuah dinamika dari proses pembuatan berita yang hangat dan konsumsi publik yang paling diburu. Di negara demokrasi, tidak salah jika media massa menjadi alat untuk mengkonstruksi realitas pemberitaan dalam rangka menarik minat para voter. Secara spesifik, media online telah menjadi konsumsi publik yang paling banyak diminati masyarakat, terutama generasi milenial. Apalagi Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi penduduk yang hampir 60 persen diisi oleh kuota angkatan kerja di bawah 40 tahun (Peneliti, 2017). Ini artinya, segmentasi pembaca yang dicari oleh salah satu perusahaan media online menjadi pertimbangan dalam membuat berita. Konstruksi realitas berita yang disajikan oleh Tribunnews.com dan Detik.com dalam studi ini lebih cenderung mengedepan sikap netral.

Oleh karena itu, Tribunnews.com dan Detik.com telah menghadirkan berita secara netral dan mengedepankan prinsip *cover both side*. Wartawan telah memberitakan poster “Jokowi Raja” secara berimbang, obyektif, dan tidak memihak kepentingan tertentu. Sifat berimbang ini merupakan prinsip yang dijaga oleh kedua perusahaan media online dalam kajian ini. Tentu saja, prinsip ini sebagai upaya untuk menghindari pihak yang bisa saja dirugikan atas pemberitaan pada media tersebut. Prinsip ini juga merupakan langkah untuk menjaga kontens berita yang tetap mudah dipahami untuk dikonsumsi publik dan tidak menyesatkan pembacanya (Lindawati, 2015).

Prinsip *cover both side* yang tersaji dalam pemberitaan poster “Jokowi Raja”

telah memenuhi unsur verifikasi langsung kepada narasumber. Unsur ini telah dilakukan oleh wartawan kedua media online tersebut dengan secara langsung menghadirkan sosok Erick Tohir sebagai Ketua TKN dalam isi pemberitaan. Bahkan Erick Tohir secara gamblang menyampaikan kepada wartawan akan mundur jika Jokowi menjadi Raja di Republik Indonesia. Di sisi lain, wartawan juga telah mengkonfirmasi kebenaran tersebut kepada narasumber kedua, yakni Budiman. Dengan menyebutkan narasumber secara langsung mengindikasikan bahwa prinsip berimbang telah dilakukan oleh wartawan.

Berita yang menampilkan isu politik harus lebih dicermati dengan prinsip-prinsip yang lebih berimbang. Sebagaimana riset-riset terdahulu menyebutkan bahwa media merupakan bagian yang tidak terpisah dari sistem demokrasi maka peran media menjadi sangat penting untuk mengontrol masyarakat sebagai massa politik (Hirsch, 1992; Newton, 1999; Salam, 2018; Shoemaker & Reese, 1996; Wimmer & Dominick, 2011) and thus this study uses a post-structural approach, in this case, using the theory of Slavoj Zizek. Memes used as data mostly deal with themes of nationality, ethnicity, and religion. The results of this study show that anti-diversity hoaxes are used for short-term purposes (power politics). Dengan pendidikan politik pada akar rumput (*grassroots*) dapat menjadi penyangga sistem demokrasi yang kuat. Ada sebuah adindum, jika dahulu sistem demokrasi memiliki tiga lembaga penting, yakni lembaga eksekutif, yudikatif, dan legislatif, akan tetapi di era kontemporer adindum tersebut berubah. Media telah menjadi bagian terpenting dalam sistem demokrasi. Jika media tidak dapat mengontrol

dengan baik setiap model pemberitaan yang disajikan kepada pembaca maka tidak berlebihan apabila peneliti menyebut 'kepincangan demokrasi'. Untuk itu, media harus menjadi lembaga yang berperan untuk menjaga stabilitas politik nasional.

Penutup

Dari kedua perusahaan media yang diteliti, analisis framing menurut Entman bisa memberikan hasil positif yang berhubungan dengan pemberitaan poster "Raja Jokowi" pada media Tribunnews.com dan Detik.com. Hal ini terjadi karena kedua media tersebut memiliki ikatan visi dan ideologi perusahaan dengan tidak menimbulkan banyak kontroversi. Tribunnews.com merefresentasikan sebuah analisis konstruksi realitas dengan segmentasi pembaca golongan kaum tua. Sementara itu, Detik.com merefresentasikan analisis konstruksi realitas media dengan segmentasi pembaca generasi milenial. Dua perbandingan ini secara simplistik dapat dilihat dengan perspektif ideologi, struktur penggunaan kata judul, dan isi yang terkandung di dalamnya. Gaya bahasa yang digunakan kedua media ini memiliki perbedaan. Diksi-diksi yang dikembangkan seolah hendak menunjukkan segmentasi pembaca.

Namun demikian, fakta ini tidak dapat diklaim sebagai sebuah narasi bahwa Tribunnews.com untuk generasi tua, dan Detik.com sebaliknya. Analisis ini membutuhkan studi lanjutan untuk membuktikan bahwa netralitas dan gramatikal penggunaan diksi kata yang tersaji dalam suguhan berita kedua media tersebut. Sedari begitu, konstruksi realitas atas pemaknaan poster "Raja Jokowi" sebagai bahan berita oleh kedua media tersebut, menunjukkan sebuah dealektika dalam

perhelatan politik nasional. Ini artinya, sasaran topik dan isu pemberitaan kedua media tersebut hendak menyajikan berita secara faktual namun tetap berimbang dengan mengutamakan prinsip *cover both side*.

Hasil penelitian ini harapannya dapat dikembangkan lebih lanjut mengingat pendewasaan dalam berpolitik menjadi modal penting di negara yang memiliki sistem demokrasi. Indonesia sebagai negara demokrasi tentu saja perlu menguatkan sistem kaderisasi pendidikan politik bagi generasi milenial. Segmentasi generasi milenial ini menjadi kekuatan bagi pembangunan bangsa di masa depan. Mengingat data populasi penduduk negeri ini lebih dari 60 persen diisi oleh kuota masyarakat dibawah 40 tahun sehingga membutuhkan narasi politik yang menceminkan karakter dan budaya lokal. Hoax, pemberitaan yang tidak berimbang, dan lain sebagainya harus menjadi pelajaran berharga bagi bangsa ini. Untuk itu, bagi peneliti selanjutnya perlu mengambil setting agenda lain dengan mengutamakan analisis framing sebagai kajian dalam proses frame media.

Daftar Pustaka

- Alexa. (2018). Top Sites in Indonesia. Retrieved November 11, 2018, from Amazon Company website: <https://www.alex.com/topsites/countries/ID>
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, E. Z. L. (2019). Gerakan Literasi Digital: Studi Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Sistem Informasi Potensi Kreatif Desa di Kulonprogo. *Jurnal Pember-*

- dayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 3(2), 331–352. <https://doi.org/10.14421/jpm.2019.032-05>
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 85–104. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.8277>
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Deddy, M. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Entman, R. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and US Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi Ideologi dan dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fadiyah, D. (2014). Analisis Framing Pemberitaan Ahok vs Lulung dalam Konflik Penertiban PKL di Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat dalam Media Online Detik.com. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 2(3), 169–176.
- Gaio, A. M. S., Mondry, & Diahloka, C. (2015). Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK Vs POLRI di Vivanews.co.id dan Detiknews.com. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 451–455. <https://doi.org/10.33366/jisip.v4i3.126>
- Gazali, E. (2004). Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 53–74.
- Hirsch, P. M. (1992). Globalization of Mass Media Ownership: Implications and Effects. *Communication Research*, 19(6), 677–681.
- Jesica, C. N., Sumadinata, R. W. S., & Paskarina, C. (2020). Effects of Mass Media and Digital Media Internet on Young Voter Participation. *Journal of Governance and Political Social UMA*, 8(1), 57–67. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v8i1.3393>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lindawati, L. (2015). Pola Akses Berita Online Kaum Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(1), 241–259.
- Masduki. (2004). Jurnalisme Politik: Keberpihakan Media dalam Pemilu 2004. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 75–90.
- Newton, K. (1999). Mass media effects: Mobilization or media malaise? *British Journal of Political Science*, 29(4), 577–599. <https://doi.org/10.1017/S0007123499000289>
- Peneliti. (2017). *Survey Penggunaan TIK 2017 serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*. Jakarta.
- Rusmulyadi. (2013). Framing Media Islam Online atas Konflik Keag-

- amaan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1).
- Salam, A. (2018). The Hoax Phenomenon in Indonesian Society: Observing Anti-Diversity Memes since 2014. *Jurnal Humaniora*, 30(3), 315–324. <https://doi.org/10.22146/jh.v30i3.38891>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating The Message, Theories of Influence on Mass Media Content*. New York: Longman Publishers.
- Simarmata, S. (2017). Paralelisme Politik Media dalam Pemberitaan Pemilu 2014 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 149–168.
- Siregar, B. (2019). Framing Berita Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 di Harian Umum Republika dan Koran Tempo. *Komunikologi*, 16(1), 7–17.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suprobo, T., Siahainenia, R., & Sari, D. K. (2016). Analisis Framing Media Online Dalam Pemberitaan Profil dan Kebijakan Menteri Susi Pudjiastuti (Studi Pada Situs Berita Detik.com, Kompas.com dan Antaranews.com periode Oktober - Desember 2014). *Cakrawala*, 5(1), 119–138.
- Takens, J., van Atteveldt, W., Hoof, Van, A., & Kleinnijenhuis, J. (2013). Media Logic in Election Campaign Coverage. *European Journal of Communication*, 28(3), 277–293.
- Wibowo, A. T. (2019). Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan Debat Kandidat pada Pemilihan Presiden 2019. *Nyimak: Journal of Communication*, 3(2), 177–189. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i2.1780>
- Wimmer, D. R., & Dominick, J. R. (2011). *Mass Media Research: An Introduction*. Ohio, USA: Wadsworth.
- Zulaikha, N. H. (2019). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018 pada Situs Berita Daring Indonesia. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 91–110.