**ANALISIS FRAMING PADA *MEDIA* *ONLINE* TERKAIT DEBAT CAPRES PERTAMA 2023 DAN PENCITRAAN KETIGA CAPRES**

PROPOSAL SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

****

**Disusun oleh**

Yuna Resti Alawiyah

NPM: 23702010241

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

**2024**

**ANALISIS FRAMING PADA *MEDIA* *ONLINE* TERKAIT DEBAT CAPRES PERTAMA 2023 DAN PENCITRAAN KETIGA CAPRES**

PROPOSAL SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)



**Disusun oleh**

Yuna Resti Alawiyah

NPM: 23702010241

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

**2024**

# LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS FRAMING PADA MEDIA ONLINE TERKAIT

DEBAT CAPRES PERTAMA 2023 DAN PENCITRAAN

KETIGA CAPRES

Diajukan Oleh : Yuna Resti Alawiyah

NPM : 23702010241

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui

Tangerang, 05 Maret 2024

Mengetahui Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Mirza Shahreza, M.I.K Dr. Sopian M.I.K

NIK :0429077605

# DAFTAR ISI

# BAB I PENDAHULUAN

## **1.1 Latar Belakang**

Pemilihan presiden (Pilpres) merupakan agenda politik lima tahun sekali yang sangat penting dan menjadi perhatian masyarakat Indonesia. Pilpres merupakan ajang untuk memilih pemimpin yang akan memimpin bangsa dan negara selama lima tahun ke depan. Di masa kampanye pilpres, masing-masing pasangan calon presiden (Capres) bersama calon wakil presiden (Cawapres) bersaing untuk meraih simpati dan dukungan rakyat.

Berdasarkan koalisi partai-partai yang mengajukan capres-cawapres masing-masing yang kemudian melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 1632 Tahun 2023, ditetapkanlah tiga pasangan capres-cawapres yaitu Anies Rasyid Baswedan - Muhaimin Iskandar, Ganjar Pranowo - Mahfud MD, dan Prabowo Subianto - Gibran Rakabuming Raka. Ketiga pasangan capres-cawapres tersebut secara resmi merupakan konstestan yang bersaing dalam Pilpres periode 2024–2029.

Kampanye dan Pilpres telah selesai. Salah satu momen menarik dalam kontestasi Pilpres adalah agenda debat capres dan cawapres yang telah dilaksanakan lima kali dari mulai 12 Desember 2023 dan terakhir 4 Februari 2024 atau 10 hari sebelum pemilihan umum (Pemilu) berlangsung. Debat dapat menjadi kesempatan bagi para kandidat waktu itu dalam mempresentasikan program kerjanya secara langsung kepada publik. Seiring itu pula, debat dapat dijadikan kesempatan bagi masyarakat untuk menilai visi, misi dan kemampuan para kandidat capres-cawapres dalam menyampaikan sesuatu.

Peran media massa menjadi sangat vital dalam menyajikan dan menyebarkan informasi terkait debat capres-cawapres kepada publik. Kehadiran media berbasis *online* sangat mempermudah akses bagi masyarakay untuk mengikuti debat yang dimaksud.

Berdasarkan data Dewan Pers, dari 1.711 perusahaan media di Indonesia yang telah terverifikasi hingga Januari 2023, jumlah media digital mendominasi yaitu 902 perusahaan. Hal ini terjadi seiring tingginya penggunaan internet yang sangat pesat. Menurut data tersebut, media digital atau media pemberitaan berbasis *online* merupakan sumber utama masyarakat Indonesia dalam memperoleh berita karena mudah diakses dan cepat dalam memberikan sebuah informasi seaktual mungkin.

A pie chart with numbers and text

Description automatically generated

**Gambar 1.1 Keberadaan Media di Indonesia Januari 2023**

Sumber : Goodstats.id, 2023

Media pemberitaan termasuk yang berbasis *online* (digital) memiliki kemampuan memengaruhi dan dianggap bisa merubah orientasi politik pembaca atau pemirsa. Alasannya karena media menurut Shomaker dan Resse (1991) seperti dikutip Marsun (2022) dipengaruhi antara lain oleh ideologi tertentu. Dengan pemahaman lain, berita yang disiarkan suatu media merepresentasikan ideologi tertentu dari medianya Mahdi (2015). Dengan demikian, media pemberitaan, sesuai ideologi termasuk ideologi politik medianya, berpotensi memberitakan sesuatu, termasuk debat capres-cawapres, yang mengarah atau diarahkan pada dukungan terhadap pasangan capres-cawapres tertentu meskipun tidak secara eksplisit disampaikan.

Menurut Undang-Undang (UU) RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada Pasal 36 ayat (4) disebutkan bahwa isi siaran berita harus netral. Akan tetapi menurut Meadow (1980) seperti dikutip Hajad (2016) tidak mungkin suatu berita netral atau terbebas dari adanya kepentingan-kepentingan tertentu apalagi media biasa menerapkan apa yang disebut sebagai pembingkaian media (*media framing*). Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, terkait dengan seleksi isu dan penonjolan atau penekanan aspek tertentu dari suatu isu atau realitas (Eriyanto, 2011). Analisis *framing* berguna untuk melihat seperti apa media mengkontruksi realitas, termasuk dalam hal ini realitas dari konten debat capres dan atau debat cawapresnya.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti *framing* media *online* terkait pemberitaan debat capres melalui analisis teks berita yang disiarkannya. Debat capres relatif lebih menarik daripada debat cawapres karena peran capres lebih tinggi daripada peran cawapres. Debat capres dan cawapres juga termasuk peristiwa politik lima tahunan sekali yang menarik perhatian masyarakat dan media dengan *framing* yang dilakukannya. *Framing* media terhadap pemberitaan mengenai debat ini menarik diungkap untuk mengetahui kecenderungan dukungan media terhadap capres tertentu meskipun menurut Pasal 36 ayat (4) UU 32 Tahun 2002 bahwa media harus netral.

Mengingat debat capres dalam satu sesi pelaksanaan durasinya panjang, apalagi dilakukan sampai lima kali dengan masing-masing tema yang beragam, maka penelitian mengenai analisis *framing* media terkait pemberitaan debat dibatasi pada debat capres pertama (12 Desember 2023). Alasannya, selain untuk membatasi penelitian dan lebih terfokus, karena pada debat capres ini muncul perdebatan menyangkut keputusan Mahkamah Konsitusi (MK) yang sangat kontroversial dan menjadi isu nasional terkait gugatan terhadap Pasal 169 huruf q UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilu mengenai batas usia minimal capres dan cawapres yaitu 40 tahun. Berkat keputusan MK itulah sehingga putra Presiden Jokowi, Gibran Rakabuming Raka, lolos menjadi cawapres Prabowo Subianto ketika itu, sedangkan usia Gibran masih belum mencapai 36 tahun. Selain terkait tema hukum ini, debat capres pertama ini juga mengangkat tema hak asasi manusia (HAM), pemerintahan, pemberantasan korupsi, dan penguatan demokrasi.

Mengingat banyak sekali teks berita mengenai debat capres (pertama) dengan *framing* medianya masing-masing, penulis juga membatasi penelitian dengan menganalisis *framing* teks berita yang ditulis media *online* Kompas.com dan media *online* Republika.com. Pemilihan media didasari perbedaan ideologi media keduanya yang mencolok. Ideologi media *online* Republika.com menganut ideologi Islam Alam (2018) sedangkan media *online* Kompas.com menganut ideologi liberalisme Fatinova (2018). Mengacu kepada para capresnya, ada capres yang dianggap merepresentasikan kalangan Islam, ada capres yang tidak merepresentasikan dari kalangan Islam.

Berdasarkan hasil analisis *framing* dari teks berita mengenai debat capres pertama yang ditulis Kompas.com dan Republika.com *online* nantinya dapat diketahui bagaimana konten debat dan ketiga capresnya dipahami/dibingkai oleh kedua media ini. Dengan demikian, judul dari penelitian ini adalah “Analisis framing pada teks berita media *online* kompas.com dan republika.com terkait debat capres pertama pada masa kampanye pilpres tahun 2023-2024”.

Penelitian terdahulu terkait analisis *framing* media, termasuk mengenai pemberitaan politik yang dilakukan media *online*, memang sudah banyak dilakukan. Contohnya antara lain dilakukan oleh Kusnia (2019), Maria (2020), Agustiani (2020), Launa (2020), Yanas (2020), dan Amaliah (2023). Meskipun penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian penulis dari teori *framing* yang digunakan, tetapi perbedaannya terutama dari teks berita yang dianalisis dan terkait para capresnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian dari latarbelakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana analisis framing pada teks berita media online Kompas.com dan Republika.com terkait debat capres pertama pada masa kampanye pilpres 2023-2024?

## **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas dan rumusan masalah penelitian, maka fokus dalam penelitian ini hanya menganalisis framing pada pada teks berita media *online* Kompas.com dan Republika.com terkait debat capres pertama (12 Desember 2023).

## **1.4 Tujuan Peneitian**

Berdasarkan rumusan dan fokus penelitian, tujuan penelitian untuk mengetahui framing yang dilakukan media online Kompas.com dan Republika.com terhadap debat capres pertama.

## **Manfaat Peneitian**

### **Manfaat Individu**

Untuk memenuhi salah satu persyaratan meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang (FISIP UMT)

### **Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan juga masukkan bagi jurnalis dan institusi media online, khususnya Kompas.com dan Republika.com Online dalam mengkontruksi dan membingkai realitas ke dalam berita dan menyampaikannya kepada masyarakat atau khalayak. Dan Adanya penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang tertarik dengan penelitian pada media yang menggunakan analisis framing.

### **Manfaat Akademis**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah kajian dalam bidang Ilmu Komunikasi terutama penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif, melalui paradigma penelitian konstruktivis dan dengan menggunakan analisis framing. Dengan penelitian ini juga diharapkan dapat memperoleh pengetahuan tentang bagaimana strategi yang digunakan oleh media dalam membingkai suatu berita.

## **Sistematika Penulisan**

Agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang penulisan penelitian ini dan memudahkan pembaca dalam menemukan sumber informasi yang dicari, maka penulis membahas dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab satu ini berisikan informasi yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematikan penulisan.

**BAB II** **TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab dua ini berisi paparan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman gambaran penelitian, serta menguraikan secara sistematis mengenai teori – teori atau konsep- konsep yang diungkapkan oleh pakar ilmuan yang berkaitan dengan judul yang diteliti dan juga berisikan teori yang berupa pengertian atau definisi yang diambil dari buku, jurnal dan internet yang berkaitan dengan penelitian.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab tiga menjelaskan tentang metode apa yang digunakan, berisi subjek, objek, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini memaparkan dan menganalisis data-data yang didapatkan dari hasil penelitian dan menjawab permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil pengelolahan data dan landasan teori yang relevan. Menguraikan tentang “analisis framing pada pada teks berita media *online* Kompas.com dan Republika.com terkait debat capres pertama (12 Desember 2023)”

**BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengamatan dilapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.

# BAB II TINJAUAN PUSTAKA

## **Landasan Alquran atau Hadist**

Dalam perspektif Islam, komunikasi dipandang sebagai upaya untuk membangun hubungan secara vertikal dengan Allah Swt (*hablumminallah*) dan juga untuk menjalin komunikasi secara horizontal yaitu hubungan dengan sesama manusia (*hablumminanas*). Komunikasi dengan Allah tercermin melalui ibadah yang diwajibkan seperti salat, puasa, zakat dan haji, zikir dan sebagainya yang bertujuan untuk mendekatkan diri kepada-Nya dan membentuk karakter taqwa dalam diri hamba. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia dapat dilakukan melalui penekanan hubungan sosial yang disebut muamalah, yang tercermin dalam semua aspek kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, seni dan sebagainya dengan tujuan untuk mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan manusia.

Setiap kegiatan komunikasi harus memperhatikan etika bahkan hukum yang mengaturnya. Misalnya ucapan yang disampaikan harus benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Begitu pula dengan pemberitaan yang disampaikan media, juga seharusnya memperhatikan hal ini. Perihal pentingnya menyampaikan sesuatu yang benar, antara lain disebutkan Allah dalam QS. An-Nissa ayat 9 , yang berbunyi :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahan: “*Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”*

Kemudian, yang hendaknya juga diperhatikan adalah memperhatikan cara berkomuikasinya agar pesan yang disampaikan mengenai dan memberikan hikmah, pelajaran dan membekas dalam jiwa orang-orang yang menerimanya. Allah berfirman dalam QS. An-Nissa ayat 63 , yang berbunyi :  
أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Terjemahan : “*Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.”*

Menurut peneliti, dalam berkomunikasi harus berlandaskan dengan fakta dan etika yang tidak mengandung SARA yang dapat menjadi fitnah. Maka dari itu, kita perlu memberikan pandangan atau perspektif yang benar dalam mengungkap suatu berita.

## **Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber referensi bagi peneliti untuk memudahkan peneliti menentukan langkah-langkah yang sistematis dan menunjang pengembangan penelitian ini, baik dari segi teori maupun konseptual.

Sebagaimana yang dikutip Masyuri dan Zaenudin (2008) dalam bukunya Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dan Aplikatif mengemukakan bahwa Penelitian terdahulu juga diharapkan dapat memberikan gambaran lebih dalam melakukan proses penelitian secara mendalam dan peneliti harus belajar dari peneliti lain untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

Penelitian pertama berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Debat Terakhir Calon Presiden Pada Pilpres 2019 Di Media Massa Online”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana media online cnnindonesia.com mengkonstruksi realitas seputar kasus Debat Terakhir Calon Presiden dalam Pemilihan Presiden 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis framing Zhongdang Pan dan Kosicki yang menitikberatkan pada empat struktur penelitian, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retoris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cnnindonesia.com secara jelas dan terarah membingkai berita tentang Debat Terakhir Calon Presiden pada Pilpres 2019, dengan cenderung memberikan liputan yang lebih banyak terhadap pasangan calon dari kubu 02. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam menggunakan pendekatan kualitatif, namun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan; penelitian sebelumnya mengadopsi teori framing Zhondang Pan dan Kosicki, sedangkan penelitian ini mengadopsi teori Robert Entman.

Penelitian kedua berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Afiliasi Politik Basuki Tjahaja Purnama di Tirto.id, Kompas.com, dan Liputan6.com. Penelitian kedua berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Afiliasi Politik Basuki Tjahaja Purnama di Tirto.id, Kompas.com, dan Liputan6.com. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi cara media daring menggambar gambaran politik tentang BTP (Basuki Tjahaja Purnama). Empat media yang menjadi fokus penelitian adalah Tirto.id, Kompas.com, Tempo.co, dan Liputan6.com. Metode analisis yang digunakan adalah analisis framing Zhongdang Pan & Kosicki, dengan memperhatikan empat aspek utama, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retoris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tirto.id dan Kompas.com menggambarkan afiliasi politik BTP sebagai sesuatu yang menguntungkan PDIP dan Jokowi. Sementara itu, Tempo.co memandang afiliasi politik BTP sebagai menguntungkan namun juga merugikan bagi Jokowi. Liputan6.com membingkai afiliasi politik BTP sebagai upaya PDIP untuk meningkatkan elektabilitasnya dan Jokowi. Kesamaan dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan metode kualitatif, namun perbedaannya terletak pada teori yang diterapkan; penelitian sebelumnya menggunakan teori framing Zhongdang Pan dan Kosicki, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Robert Entman.

Penelitian ketiga berjudul “Analisis *Framing* Berita Politik Pemilihan Presiden Tahun 2019 pada Media Online Zonasultra.com”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis media online Zonasultra.com dalam mengemas berita tentang Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teori analisis framing Pan dan Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Zonasultra.com cenderung condong terhadap satu pasangan calon nomor urut 01 Jokowi-Ma’ruf Amin terlihat dari pemilihan kata dalam berita. Selain itu, pemilihan narasumber berita, narasumber dari pihak calon Presiden nomor urut 01 Jokowi-Ma’ruf Amin berjumlah 7 orang, Sedangkan dari pihak calon Presiden nomor urut 02 Prabowo-Sandi berjumlah 5 orang. Selain itu, berdasarkan sub topik calon presiden dan wakil presiden nomor urut 01 Jokowi-Ma’ruf Amin mendominasi pemberitaan dengan total 52 Berita. Sementara, pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02 Prabowo-Sandiaga Uno sebanyak 36 berita. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini ialah pada metode pendekatan penelitian yaitu metode kualitatif sedangkan perbedaannya adalah pada teori yang digunakan yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan teori framing Zhondang Pan dan Kosicki sedangakan pada penelitian ini menggunakan teori Robert Entman.

Penelitian keempat berjudul “Analisis *Framing* Berita Model Robert Entman Terkait Citra Prabowo Subianto Di Republika.Co.Id”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Republika Online (ROL) membingkai citra diri dan citra kepemimpinan Prabowo Subianto. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menerapkan teori analisis framing yang dikembangkan oleh Robert Entman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing yang dilakukan oleh Republika Online (ROL) terhadap citra diri dan citra kepemimpinan PS cenderung positif. PS digambarkan sebagai sosok yang dekat dengan rakyat dan kritis terhadap elite Jakarta yang dianggap hanya memikirkan diri sendiri. PS juga dipandang sebagai pemimpin yang mampu membawa perubahan positif bagi masyarakat dan memiliki kehidupan yang sudah mapan. Jika terpilih sebagai presiden, PS diharapkan akan mengabdikan dirinya untuk kepentingan rakyat, meningkatkan kualitas hidup mereka, dan menegakkan keadilan. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan teori Robert Entman, namun perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.

Penelitian kelima berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Kandidat Calon Presiden Tahun 2019 Di Koran Harian Padang Ekspres”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana berita tentang calon presiden dan wakil presiden selama kampanye pemilu tahun 2019 dibingkai dalam berita utama Harian Padang Ekspres berdasarkan analisis framing model William A. Gamson. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, menerapkan model analisis framing William A. Gamson yang menyoroti keberadaan ide sentral dalam setiap pembingkaian berita oleh media massa. Ide sentral tersebut didukung oleh elemen framing seperti metafora, catchphrases, exemplar, depiction, dan visual images. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unit berita yang dianalisis dari Harian Padang Ekspres memiliki beragam ide sentral. Kesamaan dengan penelitian sebelumnya adalah dalam menggunakan pendekatan kualitatif, namun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan; penelitian sebelumnya mengadopsi teori William A. Gamson, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Robert Entman.

Penelitian keenam berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Calon Presiden Pemilu 2019 Di Media Online Kompas.Com Dan Rakyat Merdeka Online (Periode Januari – April 2019)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana media online Kompas.com dan Rakyat Merdeka Online membingkai debat antara calon presiden dan wakil presiden dalam pemilu 2019 melalui liputan beritanya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis framing dengan model framing Robert N. Entman, dengan fokus pada berita yang dipublikasikan oleh Kompas.com dan Rakyat Merdeka Online. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap berita tentang debat calon presiden pemilu 2019 dari 17 Januari hingga 14 April 2019 melalui kedua situs tersebut. Dalam analisis framing model Robert N. Entman, terdapat empat tabel utama yang digunakan untuk mengurai suatu berita, yaitu define problems (pendefinisian masalah), diagnose couses (memperkirakan masalah atau sumber masalah), make moral judgement (membuat keputusan moral), treatment recomendation (menekankan penyelesaian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com memfokuskan pada pembahasan narasi opini sebelum dan setelah debat calon presiden dan wakil presiden pemilu 2019 melalui pandangan para pengamat. Di sisi lain, Rakyat Merdeka Online juga menyoroti narasi opini sebelum dan setelah debat, tetapi lebih menekankan pandangan narasumber terhadap salah satu pasangan calon kandidat. Kesamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terletak pada metode kualitatif dengan teori Robert Entman, namun perbedaannya adalah pada objek penelitian yang dianalisis.

Berdasarkan pembahasan dari ketujuh penelitian terdahulu diatas dan untuk menunjukkan adanya *novelty* atau keterbaruan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. maka dari itu, peneliti berupaya untuk membandingkan mulai dari variable penelitian, metode penelitian dan juga hasil penelitian. Peneliti menyimpulkan sudah ada penelitian terdahulu yang mengkaji mengenai analisis *framing* media, termasuk mengenai pemberitaan politik yang dilakukan media online. Meskipun penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian penulis dari teori *framing* yang digunakan, tetapi perbedaannya terutama dari teks berita yang dianalisis dan capresnya.

**Tabel II.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Judul, Nama, Asal Universitas, Tahun | Tujuan Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
| 1 | Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Terakhir Calon Presiden Pada Pilpres 2019 Di Media Massa Online  Gina Kusnia,  Universitas Komputer Indonesia  (2019) | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebuah media membingkai suatu realitas mengenai kasus Debat Terkahir Calon Presiden Pada Pilpers 2019 di media online *cnnindonesia.com*. | Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* Zhondang Pan dan Kosicki yang berfokus pada empat struktur penelitian yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retoris. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online cnnindonesia.com membingkai berita Debat Terakhir Calon Presiden pada Pilpres 2019 dengan pemaparan yang cukup jelas dan terarah, dan terlihat lebih banyak memberitakan pasangan calon kandidat kubu 02. |
| 2 | Analisis *Framing* Pemberitaan Afiliasi Politik  Basuki Tjahaja Purnama di Tirto.id,  Kompas.com, dan Liputan6.com ,  Universitas Kristen Petra Surabaya  Franzisca Irenne Maria, Desi Yoanita, Agusly Irawan Aritonang  (2020) | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat  bingkai yang dilakukan media daring terhadap afiliasi politik BTP. Empat media yang diteliti yakni  Tirto.id, Kompas.com, Tempo.co, dan Liputan6.com. | Metode dalam penelitian ini adalah analisis  *framing* Zhongdang Pan & Kosicki, dengan empat elemen yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan  retoris. | Hasil dari penelitian ini adalah Tirto.id dan Kompas.com membingkai afiliasi politik BTP  sebagai sesuatu yang menguntungkan PDIP dan Jokowi. Tempo.co membingkai afiliasi politik BTP  sebagai sesuatu yang menguntungkan sekaligus merugikan bagi Jokowi. Dan Liputan6.com  membingkai afiliasi politik BTP digunakan PDIP untuk mendongkrak elektabilitas PDIP dan Jokowi. |
| 3 | Analisis *Framing* Berita Politik Pemilihan Presiden Tahun 2019  pada Media Online Zonasultra.com  Universitas Halu Oleo Rischi Agustiani, Laode Muh Umran, La Iba  (2020) | Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bingkai  berita Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2019 pada Media Online Zonasultra.com.memahami bagaimana karakter teks media dibaca publik. Peran aktif penonton dalam menafsirkan premis Stuart Model Encoding / Decoding Hall adalah dasar dari analisis penerimaan. | Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori  analisis *framing* dari Pan dan Kosicki. Penelitian ini berfokus pada pembingkaian berita  Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2019 yang dipublikasikan media  online Zonasultra.com. Kerangka berita yang dianalisis adalah (a) struktur sintaksis, cara  wartawan menyusun fakta. (b) struktur skrip, cara wartawan mengisahkan fakta.(c)  struktur tematik, cara wartawan menulis fakta.(d) struktur retoris, cara wartawan  menekankan fakta. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Zonasultra.com cenderung condong  terhadap satu pasangan calon nomor urut 01 Jokowi-Ma’ruf Amin terlihat dari pemilihan  kata dalam berita. Selain itu, pemilihan narasumber berita, narasumber dari pihak calon  Presiden nomor urut 01 Jokowi-Ma’ruf Amin berjumlah 7 orang, Sedangkan dari pihak  calon Presiden nomor urut 02 Prabowo-Sandi berjumlah 5 orang. Selain itu, berdasarkan  sub topik calon presiden dan wakil presiden nomor urut 01 Jokowi-Ma’ruf Amin  mendominasi pemberitaan dengan total 52 Berita. Sementara, pasangan calon presiden  dan wakil presiden nomor urut 02 Prabowo-Sandiaga Uno sebanyak 36 berita. |
| 4 | Analisis *Framing* Berita Model Robert Entman Terkait  Citra Prabowo Subianto Di Republika.Co.Id  Universitas Sahid Jakarta Launa  (2020) | Tujuan penelitian ini adalah *framing* Republika Online (ROL) terhadap citra diri dan citra kepemimpinan PS. | Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori analisis *framing* dari Robert Entman. | Hasil dari penelitian ini menunjukkan, *framing* ROL positif terkait citra diri dan citra kepemimpinan PS: PS adalah sosok yang merakyat dan kritis terhadap para elite Jakarta yang orientasi hidupnya hanya untuk memperkaya diri di tengah kehidupan rakyatnya yang miskin; PS adalah sosok pemimpin rakyat yang sanggup mewujudkan kehidupan yang lebih baik; PS adalah sosok pemimpin yang kehidupannya sudah cukup mapan; jika terpilih (sebagai presiden) PS hanya akan mengabdikan dirinya untuk rakyat, meningkatkan kualitas kehidupan rakyat, dan memastikan tegaknya keadilan bagi seluruh rakyat. |
| 5 | Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Kandidat Calon Presiden Tahun 2019 Di Koran Harian Padang Ekspres  Universitas Andalas Rifa Yanas  (2020) | Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pembingkaian berita calon presiden dan wakil presiden selama kampanye pemilu di tahun 2019 pada berita di halaman utama Harian Padang Ekspres menurut analisis *framing* model William A Gamson. M. | Metode penelitian ini adalah metode kualitatif menggunakan paradigma konstruktivis dengan model analisis *framing* William A Gamson yang menekankan adanya ide sentral dalam setiap pembingkaian berita oleh media massa. Ide sentral tersebut didukung oleh perangkat *framing* berupa metafora, catchphrases, exemplar, depiction dan visual images. | Hasil dari penelitian ini menunjukan menunjukkan unit berita yang diteliti dari Harian Padang Ekspres sebagai objek penelitian memiliki ide sentral yang beragam. kualitas kehidupan rakyat, dan memastikan tegaknya keadilan bagi seluruh rakyat. |
| 6. | Analisis *Framing* Debat Calon Presiden Pemilu 2019 di Media Online  Universitas Mecubuana  Kompas.com dan Rakyat Merdeka Online.  Faturachman  (2021) | Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pembingkaian (*framing*)  media online Kompas.com dan Rakyat Merdeka Online mengenai debat calon  presiden dan wakil presiden pemilu 2019 melalui pemberitaannya. | Menggunakan analisis *framing*  Robert N.Entman serta menggunakan subjek penelitian berita Kompas.com dan Rakyat Merdeka Online. Teknik pengumpulan data  dengan observasi berupa kumpulan isi berita tentang debat calon  presiden Pemilu 2019 pada 17 Januari – 14 April 2019 melalui Kompas.com  dan Rakyat Merdeka Online. | Hasil penelitian ini adalah pembingkaian berita (*framing*) yang dilakukan media online  Kompas.com terkait debat calon presiden dan wakil presiden pemilu 2019  menekankan kepada pembahasan narasi opini sebelum debat berlangsung maupun  yang sudah berlangsung melalui para pengamat sedangkan Rakyat Merdeka Online  membentuk *framing* menekankan kepada pembahasan narasi opini sebelum debat  berlangsung maupun sesudah debat berlangsung juga namun lebih menonjolkan  pandangan narasumber terhadap salah satu pasangan calon kandidat debat calon  presiden dan wakil presiden pemilu 2019. |
| 7 | Analisis *Framing* Pemberitaan Ganjar Pranowo  Terkait Kasus Tambang Di Desa Wadas Pada  Media Online Cnnindonesia.Com Dan Kompas.Com  Universitas Mercubuana  Putri Amaliah  (2023) | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi realitas dan bingkai pesan pemberitaan Ganjar Pranowo terkait kasus tambang di Desa Wadas pada media online CNNIndonesia.com dan Kompas.com. | Penelitian ini menggunakan analisis *framing* model Robert N Entman, dimana konsep yang paling mendasar pada analisis ini merujuk pada memberikan definisi, penjelasan, evaluasi dan juga rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode ini memiliki tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CNNIndonesia.com dalam bingkainya lebih banyak mengarah kepada tanggapan Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah dalam kasus tambang di Desa Wadas, sedangkan Kompas.com tidak hanya fokus pada tanggapan Ganjar Pranowo saja, tetapi juga fokus kepada tanggapan warga desa, dan juga Komnas HAM yang sebelumnya telah ditunjuk oleh Pemprov Jateng untuk membantu dalam kasus ini. Kompas.com dalam beritanya juga menjelaskan kronologi kejadian secara lengkap dari awal hingga akhir, sedangkan CNNIndonesia.com hanya menjelaskan secara singkat. |

## **Landasan Teori**

### **Komunikasi**

Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1966: 4) sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto (2004) dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi menjelaskan bahwa, *“A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel”*(Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran).”

Sedangkan menurut Willian J.Seller (1988) sebagaimana yang dikutip oleh Tabrani dan Aminudin (2020) mendefinisikan komunikasi yang lebih bersifat universal. Komunikasi merupakan proses di mana simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima dan diberi arti.

Menurut Nimmo (1978) sebagaimana yang dikuip Mirza (2018) Menjelaskan komunikasi adalah proses transfer informasi dengan tujuan mendapatkan respons, menyelaraskan pemahaman antara individu dengan audiensnya, serta bertukar informasi, ide, atau sikap. Ini juga melibatkan berbagi perilaku atau cara hidup melalui aturan yang ditetapkan, serta penyampaian pesan untuk memberi informasi atau mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sedangkan menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964) sebagaimana yang dikutip dedy Mulyana (2014) dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar menjelaskan bahwa komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, figure, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasa disebut komunikasi. Sedangkan komunikasi menurut Gerald R. Miller, komunikasi terjadi jika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Nimmo dalam bukunya yang dikutip oleh Achmad Herman (2013) mengemukakan bahwa cara yang mudah untuk melukiskan suatu tindakan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan yaitu *who says what in with channel to whom and with what effect* (siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dan dengan efek apa).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan komunikasi adalah kegiatan penyampaian pesan dengan tujuan untuk menghasilkan suatu pemahaman yang dapat mempengaruhi satu sama lain.

### **Komunikasi Politik**

Komunikasi Politik adalah proses penyampaian informasi, ide, dan pesan yang berkaitan dengan aktivitas politik, baik antara individu maupun individu dan lembaga politik. Dengan tujuan untuk mempengaruhi pandangan, sikap dan tindakan politik masyarakat serta mempengaruhi keputusan yang diambil oleh para pemimpin dan lembaga politik.

Menurut Maswardi Rauf (1993) sebagaimana yang dikutip oleh Mirza & Korry (2016) dalam bukunya Etika Komunikasi Politik mengemukakan Komunikasi Politik adalah sebagai objek kajian ilmu politik, karena pesan-pesan yang diungkapkan dalam proses komunikasi mempunyai ciri-ciri politik yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintahan dan juga aktivitas komunikator dan komunikan dalam kedudukan sebagai pelaku kegiatan politik. Sedangkan menurut Miriam Budiarjo (1993) menjelaskan Komunikasi politik merupakan salah satu fungsi partai politik, yakni menyalurkan aneka ragam pendapat dan aspirasi masyarakat dan mengaturnya sedemikian rupa –penggabungan kepentingan (*interest aggregation*) dan perumusan kepentingan (*interest articulation*) untuk diperjuangkan menjadi *public policy*.

Sebagaimana yang dikatakan Pippa Norris yang dikutip oleh Mirza & Kory (2016) bahwa Komunikasi politik adalah proses interaksi bagi perpindahan informasi di antara para politisi, media berita dan publik. Proses ini bekerja menuju ke bawah dari lembaga pemerintah kepada warga, secara horisontal menghubungkan aktor politik dan bergerak ke atas dari opini publik ke arah kekuasaan.

Sedangkan menurut Dahlan (1990) yang dikutip Achmad Herman (2013) mengemukakan bahwa komunikasi politik merupakan bidang atau disiplin yang menelaah perilaku atau kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.

Berbagai pendapat untuk menjelaskan komunikasi politik juga diungkap oleh McNair (2003) yang dikutip oleh Achmad Herman (2013) komunikasi politik sebagai suatu hubungan antara tiga elemen dalam tindakan politik yang banyak diterapkan. Ketiga tindakan politik tersebut yaitu organisasi politik *(political organisations),* media dan masyarakat (*citizens*). Sedangkan menurut Mirza & Korry (2016) dalam buku Etika Komunikasi, komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan, komunikasi politik merupakan suatu proses penyampaian pesan yang bernada politik dengan menggunakan sarana tertentu dan dapat mempengaruhi perilaku politik.

Sebagaimana yang dikutip oleh Mirza & Korry (2016) dalam buku Etika Komunikasi ada beberapa alat komunikasi politik dalam terminologi media komunikasi politik (*political communication tools*) yaitu media cetak, media elektronik dan cara-cara konvensional. Fungsi utama dari alat komunikasi politik adalah untuk memperluas cakrawala berpikir. Berikut adalah fungsi alat komunikasi politik yang paling dominan yaitu :

1. Untuk menyebarkan statement politik.
2. Sarana informasi dan pendidikan politik.
3. Alat propaganda politik.
4. Alat konsolidasi dan konsensus nasional.
5. Alat sosialisasi politik.

### **Komunikasi Massa**

Menurut Hadi et al (2020) sebagaimana yang dikutip dalam bukunya komunikasi massa, Kata komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata mass media communication (Komunikasi yang menggunakan media massa). Media yang dimaksud media yang dihasilkan oleh teknologi modern, contohnya seperti media radio, televisi, film dan surat kabar.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy (2000) yang dikutip dari Hadi et al (2020) Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan.

Sedangkan Menurut Defleur dan McQuail yang dikutip oleh Riswandi (2009) komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.

Sebagaimana yang dikatakan Alex Sobur (2014) yang dikutip oleh Hadi et al (2020) Proses dimana para komunikator professional menggunakan media secara cepat dan periodik menyebarluaskan pesan untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau memacu perubahan di antara hadirin yang beragam

Berdasarkan beberapa definisi yang dinyatakan diatas dapat disimpulkan komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak yang luas melalui media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, dan internet yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi pandangan dan perilaku Masyarakat secara luas.

Komunikasi massa memiliki karakteristik tersendiri. Menurut Effendy (2003) karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikasi massa bersifat umum yaitu, pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda-benda tercetak, film, radio, dan televisi apabila digunakannya untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.
2. Komunikan bersifat heterogen yaitu, perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.
3. Media massa menimbulkan keserempakan yaitu, keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.
4. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, artinya dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dan penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

### **Media Massa**

Media massa memegang peran penting dalam menyampaikan berita, opini, dan hiburan kepada masyarakat dengan maksud memberikan informasi yang tepat dan dapat diandalkan. Menurut Cangara (2002), media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.

Sedangkan Menurut Effendy (2000), media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan media massa adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada audiens secara luas. Istilah "massa" dalam konteks media massa merujuk pada jumlah orang yang dapat dijangkau oleh media tersebut. Jenis media massa melibatkan berbagai platform seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet.

Mengrenai isi media massa, sejumlah ahli komunikasi seperti Gans (1979) dan Gitlin (1980) seperti dikutip Seto (2015) mengelompokkan sejumlah pendekatan terhadap isi media. Di antaranya adalah :

1. Isi merupakan refleksi dari kenyataan sosial dengan sedikit bahkan dengan tidak adanya distorsi. Ini disebut juga sebagai pendekatan ‘cermin’ (the mirror approach) yang mengasumsikan bahwa apa yang dihasilkan oleh media (isi media) adalah cerminan kenyataan atau realitas sosial yang ada di tengah masyarakatnya. Ini bisa diartikan bahwa untuk melihat apa yang tengah terjadi dan sedang ‘in’ di tengah masyarakat, lihat saja apa yang disiarkan di televisi, apa yang tengah diramaikan dalam debat-debat di radio atau tercetak dalam iklan serta berita surat kabar.
2. Isi media dipengaruhi oleh pengalaman dan wawasan sosial para pekerja media dan sikap-sikap mereka.
3. Isi media sangat dipengaruhi oleh kebiasaan wartawan dalam menulis berita atau cara kerja ‘style book’ organisasi media. Istilah yang umum dalam kajian Komunikasi adalah ‘media routines’. Pendekatan organizational routines berargumen bahwa isi media 117 dipengaruhi oleh cara-cara bagaimana pekerja media dan perusahaan media mengorganisasikan pekerjaan mereka. Sebagai contoh, gaya penulisan Kompas tentu saja berbeda dengan gaya penulisan Rakyat Merdeka atau Lampu Merah.
4. Isi media dipengaruhi oleh institusi sosial yang lain dan kekuatan-kekuatan di luar media massa. Pendekatan ini melihat bahwa media massa sangat dipengaruhi oleh sejumlah faktor eksternal atau faktor-faktor lain di luar organisasi media seperti kekuatan ekonomi & politik, serta pengaruh audiens. Pendekatan market misalnya, adalah upaya komunikator yang berupaya menyesuaikan isi medianya dengan apa yang dibutuhkan (sesuai kondisi pasar) oleh audiens yang jadi pelanggan, pembaca atau pemirsanya.
5. Isi media sangat dipengaruhi oleh ideologi yang dianut atau menguasai masyarakat di sekitar media tersebut berada. Misalnya, media massa yang hidup di tengah Negara yang otoriter dan sangat ketat dalam pengawasan media akan berbeda dalam menyajikan isi berita atau penampilannya. Ini terlihat di era Orde baru, yang sangat menjunjung tinggi kekuasaan Negara dan militer membuat sejumlah media massa berhati-hati dalam menulis berita-berita yang terkait dengan ‘Cendana’, ABRI dan penguasa lainnya. Ketika Orde Baru runtuh dan diganti dengan zaman Reformasi yang hingga kini tak jelas juntrungannya, media massa begitu bebasnya menyuarakan apa saja hingga akhirnya tak ada lagi sesuatu yang dianggap tabu dan terlarang untuk disuarakan.

Isi media adalah kunci untuk memahami dampak yang kuat dari media massa. Isi media massa tidak hanya menarik perhatian karena siapa yang mengendalikan saham dan kepemilikannya, tetapi juga karena apa yang terselip di balik berita yang disajikan, dominasi ideologi, dan latar belakang politik serta konteks aktual yang memengaruhi penampilannya.

### **Media Online**

Menurut Syamsul (2018) definisi media online (online media) – disebut juga *cybermedia* (media siber), internet media (media internet) dan *new media* (media baru) – dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web *(website)* internet. Sedangkan menurut Wikipedia yang dikutip oleh Asep Syamsul (2018) media online merupakan produk *jurnalistik online* atau cyber *journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Menurut Syamsul (2018), media online adalah media yang berbasis telekomunikasi atau multimedia (Komputer dan internet). Yang termasuk kategori media online adalah portal website (situs web, termasuk blog, dan media social seperti facebook dan twitter), radio online, Tv Online dan email.

Salah satu bentuk media online yang sering digunakan dalam jurnalisme modern adalah situs berita. Situs berita atau portal informasi merupakan platform yang memberikan akses ke berbagai fitur teknologi online dan konten berita. Situs ini menyediakan layanan interaktif yang terkait langsung dengan informasi, seperti komentar langsung, pencarian artikel, dan forum diskusi, serta mungkin juga fitur yang tidak langsung terkait dengan berita, seperti permainan, obrolan, atau kuis. Berikut adalah klasifikasi media onlie yang berupa sistus berita menurut Asep Syamsul (2018) :

1. Situs berita berupa *“*edisi *online”* dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti republika online, Kompas cybermedia, *media-indonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, pikiran-rakyat.com dan *tribunjabar.co.id.*
2. Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Nederland (*rnw.nl*)
3. Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran televisi seperti, CNN.com, *metronews.com* dan liputan6.com.
4. Situs berita online “murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik seperti *antarnews.com*, detik.com dan Viva News.
5. Situs indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti Yahoo! News, Plasa.msn.com, NewsNow, dan Google *News*-layanan kompilasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online*.

Melalui media online, pengguna dapat mengakses informasi secara cepat dan mudah dari berbagai sumber, serta berpartisipasi dalam diskusi, berbagi konten, dan berinteraksi dengan pengguna lainnya secara global. Media online telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari bagi banyak orang, memberikan akses yang luas kepada informasi dan memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan efisien di seluruh dunia.

### **Berita**

Menurut Laurance & Rolland (1961) seperti dikutip Seto (2015) berita adalah laporan yang baru tentang peristiwa, pendapat atau masalah yang menarik perhatian sebanyak-banyaknya orang. Sedangkan menurut Mitchell V Charnley (1975) yang dikutip Seto (2015) berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta, opini yang menarik. Atau penting, atau keduanya yang dibutuhkan sejumlah orang.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan Berita adalah informasi yang dipublikasikan melalui media massa mengenai peristiwa, kejadian, atau fenomena yang terjadi dalam lingkup Masyarakat, negara, atau dunia secara luas.

Baskette, Sissors, & Brooks, 1982, Dennis & Ismach, (1981) yang dikutip oleh Seto (2015) mengatakan nilai berita adalah berikut ini.

1. *Prominence/Importance*: Pentingnya suatu berita diukur dari dampaknya: bagaimana dia mempengaruhi anda. Korban yang meninggal lebih penting ketimbang kerusakan benda.
2. *Human Interest*: Suatu yang menarik perhatian orang seperti berita mengenai selebritis, gosip politik, dan drama yang menceritakan kehidupan manusia.
3. *Conflict/controversy:* Konflik biasanya lebih menarik daripada keharmonisan.
4. *The unusual:* Suatu yang tidak biasa atau unik umumnya menarik, misalnya berita mengenai seorang wanita yang melahirkan anak kembar lima merupakan berita yang bernilai karena tidak biasa.
5. *Timeliness*: Berita adalah tepat waktu, artinya unsur kecepatan menyampaikan berita sesuai waktu atau aktual merupakah hal yang penting, melewatinya maka berita tersebut bisa disebut sebagai berita yang sudah basi atau kedaluarsa.
6. *Proximity:* Kegiatan yang terjadi dekat kita dinilai mempunyai nilai yang lebih tinggi. Misalnya, gempa bumi di Jakarta dan menimbulkan korban jiwa jelas akan lebih bernilai berita bagi publik Indonesia ketimbang kasus ‘Mad Cow’ di luar negeri walaupun sama-sama menjadi bahan berita bagi media massa.

Menurut Seto (2015) jenis – jenis berita dibedakan menjadi beraneka ragam diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Berita lempang atau *Straight News*: Berita yang langsung pada sasaran (*News with strong claim of public attention*). Diberitakan tanpa mencampurbaurkan dengan opini penulis, dan disiarkan secara cepat dengan batas penyiaran biasanya 24 jam.
2. Berita Bertafsir: berita ini adalah berita yang tidak sekedar menyampaikan fakta sebagaimana adanya, tetapi juga memberikan latar belakang (sebab akibat peristiwa terjadi), keadaan yang mungkin berkembang atau yang mungkin terjadi. Dengan kata lain, berita ini menyampaikan sesuatu tidak sekedar untuk diketahui tapi juga untuk dipahami oleh pembaca.
3. Berita Investigatif: berita yang dihasilkan lewat sebuah proses penyelidikan atau investigasi yang biasanya berangkat dari keresahan atau kasus penting yang perlu diketahui oleh Masyarakat luas. Seringkali, wartawan mendapatkan berita berdasarkan pendapat dari sumber berita yang ingin jati dirinya dirahasiakan.
4. Berita Berkedalaman: nyaris sama dengan berita investigative bedanya berita ini tidak ditulis berdasarkan pengungkapan sesuatu yang dirahasiakan, tapi lebih jauh mencari tali-temali sesuatu sehingga pembaca memeroleh pemahaman yang lebih jelas tentang duduk perkara sesuatu.
5. Analisis berita: analisis berita adalah berita yang berkedalaman namun menyajikan juga kemungkinan yang akan dan bisa terjadi sehubungan dengan peristiwa yang menjadi topic penulisan.

### **Analisis Framing**

Menurut Sobur (2009) dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkontruksi fakta. Analisis ini mencermati seleksi,penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna,lebih menarik lebih berarti atau lebih diingat,untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Menurut William A.Gamson yang dikutip oleh Eriyanto (2007) juga mendefinisikan *framing* sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi.

Sedangkan menurut Robert Entman yang dikutip Eriyanto (2007) dalam bukunya Analisis Framing ; Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, Konsep framing digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media

Pada dasarnya, *framing* adalah teknik untuk mengamati bagaimana media menceritakan peristiwa. Ini tercermin dalam perspektif yang digunakan untuk melihat realitas yang diangkat menjadi berita. Perspektif ini berdampak pada hasil akhir dari cara realitas tersebut dikonstruksi.

Penulis memilih metode analisis *framing* Robert N Entman untuk mengupas mengenai pemberitaan debat pertama capres karena pada debat capres ini muncul perdebatan menyangkut keputusan Mahkamah Konsitusi (MK) yang sangat kontroversial terkait gugatan terhadap Pasal 169 huruf q UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilu mengenai batas usia minimal capres dan cawapres yaitu 40 tahun. Berkat keputusan MK itulah sehingga putra Presiden Jokowi, Gibran Rakabuming Raka, lolos menjadi cawapres Prabowo Subianto sedangkan usia Gibran masih belum mencapai 36 tahun. Selain terkait tema hukum ini, debat capres pertama ini juga mengangkat tema hak azasi manusia (HAM), pemerintahan, pemberantasan korupsi, dan penguatan demokrasi.

Menurut.Entman yang dikutip oleh Eriyanto (2007) melihat framing dalam dua dimensi besar : seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu.. Dalam konsep etnman Kedua aspek ini dapat lebih mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak di tampilkan dan menekankan isi beritanya. konsep entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wancana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwancanakan

1. Pendefinisian masalah (*Define Problems*)

Merupakan bingkai utama yang menekankan bagaimana cara memandang suatu peristiwa.

1. Memperkirakan masalah atau sumber masalah (*Diagnose causes*)

Merupakan elemen *framing* yang berfungsi untuk membingkai penyebab dari suatu peristiwa baik itu apa (what) ataupun siapa (who) penyebab dari peristiwa tersebut.\

1. Membuat keputusan moral (*Make moral judgement*)

Merupakan elemen *framing* yang berfungsi untuk memberikan argumentasi terhadap peristiwa tersebut.

1. Menekankan penyelesaian (*Treatment recommendation*)

Merupakan elemen *framing* yang digunakan untuk menilai rekomendasi atau harapan yang diinginkan oleh wartawan atau media dalam menyelesaikan masalah.

|  |  |
| --- | --- |
| *Devine problem*  (Pendefinisian masalah ) | Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? Sebagai apa? Atau masalah apa? |
| *Diagnose cause*  (Memperkirakan masalah atau sumber masalah) | Peristiwa dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa actor yang dianggap sebagai penyebab masalah? |
| *Make moral judgement*  (Membuat keputusan moral) | Nilai moral yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan? |
| *Treatmen recommendation*  (menekankan penyelesaiannya) | Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/ isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah? |

**Tabel II.2. Perangkat *Framing* Media** **Robert N Entman**

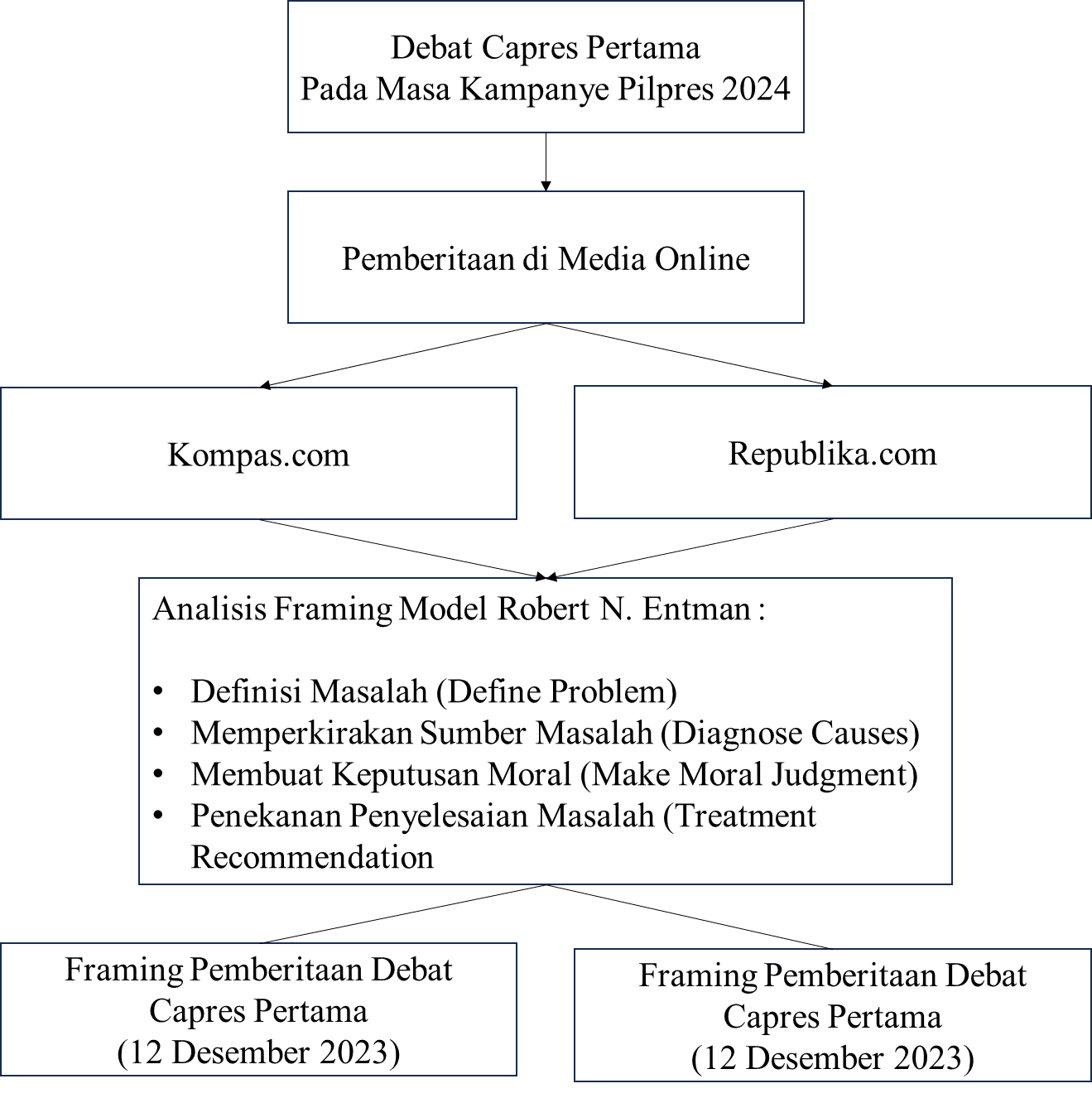
Sumber : Buku Analisis Framing “Kontruksi Ideologi dan Politik Media” (Eriyanto 2007)

### **Kerangka Pemikiran**

Setiap pemberitaan yang dilakukan oleh media tidak terlepas dari pembingkaian. Berita mengenai debat capres pertama dalam Pemilu Presiden 2024 yang melibatkan keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) mengenai batasan usia calon presiden dan wakil presiden menjadi topik yang hangat diperbincangkan oleh masyarakat, hingga menjadi bahan utama pemberitaan media massa pada 12 Desember 2023.

Media online, termasuk Kompas.com dan Republika.com, yang merupakan dua media online terbesar di Indonesia dengan jumlah pembaca yang banyak, dan sangat aktif dalam meliput isu tersebut. Sebagai media massa, keduanya memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat dengan cara mereka menggambarkan isu tersebut. Untuk memahami pendekatan kedua media dalam melaporkan debat capres pertama, diperlukan analisis *framing* berdasarkan model Robert N. Entman. Model ini membantu menjelaskan bagaimana wartawan memilih aspek mana yang akan disorot dan bagaimana mereka menekankan informasi tertentu dalam liputannya.

Robert Entman menyebutkan ada empat tahapan dalam melihat realitas media saat mengkontruksi sebuah berita. Empat tahapan tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana Kompas.com dan Republika.com membingkai berita mengenai debat capres pertama. 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* debat capres pertama di Kompas.com dan republika.com yang dituangkan kedalam bentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:

****

# Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

:

\

# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

## **Deskripsi Subjek, Objek Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian**

## **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, atau objek yang menjadi fokus dari sebuah penelitian. Mereka adalah sumber data yang peneliti akan diamati, diwawancarai, disurvei, atau dilakukan eksperimen. Subjek penelitian dapat berupa manusia, hewan, benda mati, atau bahkan fenomena yang diamati dalam konteks penelitian ilmiah. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah portal berita pada media online Kompas.com dan Republika.com.

## **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah hal, fenomena, atau entitas yang menjadi fokus atau subjek dari sebuah penelitian. Ini adalah hal atau topik yang diteliti, yang diidentifikasi dan dianalisis oleh peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam atau untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Dalam konteks penelitian ilmiah, objek penelitian biasanya dipilih berdasarkan tujuan penelitian dan relevansi terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Objek dalam penelitian ini adalah isi berita terkait debat capres pertama saat masaa kampanye Pilpres 2023/2024.

## **Tempat dan Waktu Penelitian**

Karena penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat analisis *isi (content analysis)* di portal media online, maka penelitian ini dilakukan di website Kompas.com dan Republika edisi desember 2023. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari – April 2024

## **Metode Penelitian**

Metode penelitian menurut Sugiyono yang dikutip oleh Amir Hamzah (2019) adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori analisis *Framing* Robert Etnman.

Menurut Eriyanto (2007) *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perpektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu atau menulis berita. Peneliti memilih analisis framing Robert Entman karena Menurut Undang-Undang (UU) RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada Pasal 36 ayat (4) disebutkan bahwa isi siaran berita harus netral. Akan tetapi menurut Meadow (1980) seperti dikutip Hajad (2016) tidak mungkin suatu berita netral atau terbebas dari adanya kepentingan-kepentingan tertentu apalagi media biasa menerapkan apa yang disebut sebagai pembingkaian media (*media framing*). Maka dari itu Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, terkait dengan seleksi isu dan penonjolan atau penekanan aspek tertentu dari suatu isu atau realitas (Eriyanto, 2011).

Dengan menggunakan metode penelitian analisis *framing* ini, penulis akan menggambarkan bagaimana pembingkaian pemberitaan Kompas.com dan republika.com terhadap debat capres pertama dari penyeleksian isu, maupun penonjolan aspek tertentu.

## **Teknik Pengumpulan Data**

## **Data Primer**

Teknik pengumpulan data bisa melalui wawancara, observasi dan atau dokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sekaligus sebagai data primernya yaitu dilakukan dengan melakukan obvservasi terhadap media *online* dengan cara mengamati subjek (media online Kompas.com dan Republika.com) dan objek (mengenai debat capres pertama saat masa kampanye Pilpres yang antara lain membahas mengenai keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) mengenai batasan usia calon presiden dan wakil presiden pada 12 Desember 2023. yang dipublikasikan Kompas.com dan Republika.com). Data yang diperoleh dari hasil observasi tersebut kemudian menjadi dokumentasi yang akan diteliti.

Teknik dokumentasi dilakukan adalah mengumpulkan dan menyalin seluruh berita terkait debat capres pertama pada bulan Desember 2023 yang telah dipublikasikan di Kompas.com dan Republika.com edisi Desember 2023. Pengumpulan data dilakukan dengan mencari berita terkait dengan menggunakan kata kunci ‘Debat Capres Pertama’ pada laman pencarian *google* dengan meng-copy dan mengunduh berita yang sesuai dengan konteks penelitian.

## **Data Sekunder**

Data sekunder merujuk pada informasi yang dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain atau telah ada sebelum penelitian dilakukan. Data ini dapat berasal dari berbagai sumber seperti publikasi ilmiah, laporan pemerintah, data perusahaan, atau sumber lainnya.

Dalam konteks teknik pengumpulan data, data sekunder digunakan sebagai sumber informasi yang sudah ada yang kemudian dianalisis atau digunakan ulang untuk tujuan penelitian atau analisis. Dalam penelitian ini data sekundernya berupa dokumentasi pendukung yang bukan berasal dari teks berita online Kompas dan Republika sebagaimana dimaksud pada penjelasan di atas.

## **Teknik Analisis Data**

Teori bisa juga bertindak sebagai alat analisis/telnik al\nalisis

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis framing model Robert N Entman yang memiliki empat tahapan sebagaimana dikutip Sobur (2012) :

1. Definisi Masalah (*Define Problem*), merupakan bingkai yang paling utama atau *master frame*. Bingkai utama inilah yang akan menekankan cara memandang suatu peristiwa.
2. Memperkirakan Sumber Masalah (*Diagnose Causes*), merupakan elemen *framing* yang digunakan untuk membingkai penyebab suatu peristiwa atau masalah. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*) dan juga siapa (*who*) penyebabnya.
3. Membuat Keputusan Moral (*Make Moral Judgement*), merupakan elemen *framing* yang digunakan untuk memberi argumentasi terhadap masalah atau peristiwa yang telah didefenisikan sebelumnya. Argumentasi tersebut dapat berupa legitimasi atau delegitimasi terhadap suatu tindakan.
4. Menekankan Penyelesaian Masalah (*Treatment Recpmmendation*), merupakan elemen yang digunakan untuk menilai rekomendasi atau harapan yang diinginkan wartawan atau media dalam menyelesaikan masalah.

Analisis *framing* merupakan salah satu cara menganalisis media untuk mengetahui realitas yang dikonstruksi atau dibingkai oleh media. Maka, dalam hal ada kaitannya dengan fenomena yang sedang diteliti, analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana Kompas.com dan Republika.com dalam membingkai pemberitaan tentang debat capres pertama. Melalui teknik analisis ini, akan diketahui bagaimana realitas yang dikonstruksikan dua media tersebut dalam menyajikan pemberitaan debat capres pertama.

## **Teknik Keabsahan Data**

Menurut Lexy (2004), teknik keabsahan data pada penelitian kualitatif hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas karena dalam penelitian kualitatif kriteria utama pada data penelitian adalah valid, reliable dan obyektif. Teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit kebergantungan dan audit kepastian. Dalam penelitian ini teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yakni menggunakan triangulasi.

Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Menurutnya, triangulasi meliputi antara lain (Raharjo, 2010) :

1. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data  dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, obervasi, dan atau survei. Jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan. Tringulasi pada penelitian ini yaitu triangulasi antarpeneliti, dalam hal ini melibatkan dosen pembimbing.
2. Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini diakui memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian. Tetapi perlu diperhatikan bahwa orang yang diajak menggali data itu harus yang telah memiliki pengalaman penelitian dan  bebas dari konflik kepentingan agar tidak merugikan peneliti dan melahirkan bias baru dari triangulasi.
3. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (participant obervation), dokumen tertulis, arsif, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan  pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara  itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.
4. Terakhir adalah triangulasi teori. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement.  Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang televan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu  menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut memiliki expert judgement ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu, lebih-lebih jika  perbandingannya  menunjukkan hasil yang jauh berbeda.

# DAFTAR PUSTAKA

Agustiani, R., Umran M, L., & Iba, L. (2020). *Analisis Framing Berita Politik Pemilihan Presiden Tahun 2019 pada Media Online Zonasultra.com.* Dalam *Convergence : Jurnal Online Jurnalistik*. Vol. 2, Nomor 1. http://ojs.uho.ac.id/index.php/Jurnalistik/index52

Alam, S. (2018). *Representasi Ideologi Republika Melalui Wacana Berita Kontestan Politik*

Amalia P. (2023) *Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo Terkait Kasus Tambang Di Desa Wadas Pada Media Online Ccnindonesia.Com Dan Kompas.Com.* Jakarta : Universitas Mercu Buana

Cangara, Hafied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo

Persada

Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Effendy, O. U, (2003) *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti. Hal. 81-83

Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

Fatinova, D. (2018). *Ideologi Situs Berita Daring Kompas.Com Dalam Pemberitaan Mengenai Wacana Legalisasi Wanita Di Arab Saudi Untuk Mengemudi : Kajian Analisis Wacana Kriti)*.

Hadi P. I., Wahjudianata M. & Indrayani I.(2020). *Komunikasi Massa*. Jawa Timur, Cv. Penerbit Qiara Media

Hajad, V. (2016). *Media Dan Politik : Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik*.

Hamzah, Amir. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi.

Herman, A. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Politik*. UNTAD Press. Palu

Irenne Maria, F., Yoanita, D., Irawan Aritonang, A. (2020). *Analisis Framing Pemberitaan Afiliasi Politik Basuki Tjahaja Purnama Di Tirtoid*, A Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Kusnia, G. (2019). *Analisis Framing Pemberitaan Debat Terakhir Calon Presiden Pada Pilpres 2019 Di Media Massa Online*.

Launa, L. (2020). *Analisis Framing Berita Model Robert Entman Terkait Citra Prabowo Subianto di Republika.co.id*. Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi, *3*(1), 50–64. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.57>

Lexy J. Moloeng (2004), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosydakarya.

Mahdi A. (2015). *Berita Sebagai Representasi Ideologi Media (Sebuah Telaah Kritis)*.

Marsun, F., Karo, S. B., & Wirasati, W. (2022). *Ideologi Media Pada Pemberitaan Nusantara Sebagai Ibu Kota Baru Indonesia Media Ideology On News Reporting Of Nusantara As The New Capital City Of Indonesia*. Vol. 19, Nomor 1.

Masyuri & Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Mulyana, Deddy. 2014*. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. https://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html.

Riswandi. 2009*. Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal: 103

Romli, M. S. A. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Onlin*e. Bandung: Nuansa Cendekia.

Shahreza, M., & El-Yana K., (2016) *Etika Komunikasi* *Politik*. Indigo Media, Tangerang

Shahreza, M. (2018) *Pengertian Komunikasi Politik*. Universitas Muhammadiyah Tangerang

Sjafarizal, T. & Junaedi, A. (2020) *Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Komunikasi Pada Organisasi Sipil yang Bernuansa Kepolisian : Studi Kasus di PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Sobur A., (2009) *Psikologi Umum*, Bandung : Pustaka Setia Bandung.

Wahjuwibowo, Indiwan Seto. (2015) *Pengantar Jurnalistik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Yanas, R. (2020). *Analisis Framing Pemberitaan Debat Kandidat Calon Presiden Tahun 2019 di Koran Harian Padang Ekspres*. https://dewanpers.or.id/publikasi/siaranpers\_detail/117/Siaran\_Pers:\_Dewan\_Pers\_S

# DAFTAR PUSTAKA

*5509-22648-1-PB*. (t.t.).

Agustiani, R., Muh Umran, L., & Iba, L. (2020). Analisis Framing Berita Politik Pemilihan Presiden Tahun 2019 pada Media Online Zonasultra.com. Dalam *Convergence : Jurnal Online Jurnalistik* (Vol. 2, Nomor 1). http://ojs.uho.ac.id/index.php/Jurnalistik/index52

Alam, S. (t.t.). *REPRESENTASI IDEOLOGI REPUBLIKA MELALUI WACANA BERITA KONTESTAN POLITIK PILKADA DKI JAKARTA 2017 PUTARAN KEDUA* (Vol. 12, Nomor 1). http://journal.ubm.ac.id/

Analisis, S., Pan, F. Z., Kosicki, G. M., Pemberitaan, P., & Kusnia, G. (t.t.). *ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN DEBAT TERAKHIR CALON PRESIDEN PADA PILPRES 2019 DI MEDIA MASSA ONLINE*.

*BAB I APA ITU JURNALISTIK?* (t.t.).

Dakwah, J., Komunikasi, D., & Yanas, R. (t.t.). *Analisis Framing Pemberitaan Debat Kandidat Calon Presiden Tahun 2019 di Koran Harian Padang Ekspres*. https://dewanpers.or.id/publikasi/siaranpers\_detail/117/Siaran\_Pers:\_Dewan\_Pers\_S

Fatinova, D. (t.t.). *IDEOLOGI SITUS BERITA DARING KOMPAS.COM DALAM PEMBERITAAN MENGENAI WACANA LEGALISASI WANITA DI ARAB SAUDI UNTUK MENGEMUDI (Kajian Analisis Wacana Kritis)*.

Framing Pemberitaan Afiliasi Politik Basuki Tjahaja Purnama di Tirtoid, A., Irenne Maria, F., Yoanita, D., Irawan Aritonang, A., Ilmu Komunikasi, P., & Kristen Petra Surabaya, U. (t.t.). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA*.

Hajad, V. (t.t.). *MEDIA DAN POLITIK (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik)*.

Herman, A., Sos, S., & Si, M. (t.t.). *DASAR-DASAR KOMUNIKASI POLITIK*.

Launa, L. (2020). ROBERT ENTMAN FRAMING ANALYSIS OF PRABOWO SUBIANTO’S IMAGE IN REPUBLIKA.CO.ID MARCH – APRIL 2019 EDITION. *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi*, *3*(1), 50–64. https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.57

Mahdi ABSTRAK, A. (t.t.). *BERITA SEBAGAI REPRESENTASI IDEOLOGI MEDIA (Sebuah Telaah Kritis)*.

Marsun, F., Karo, S. B., & Wirasati, W. (t.t.). *IDEOLOGI MEDIA PADA PEMBERITAAN NUSANTARA SEBAGAI IBU KOTA BARU INDONESIA MEDIA IDEOLOGY ON NEWS REPORTING OF NUSANTARA AS THE NEW CAPITAL CITY OF INDONESIA* (Vol. 19, Nomor 1).

Nasional, P., Dalam Terbitan Shahreza, K., El-Yana Etika Komunikasi Politik, K., & Shahreza dan Korry El-Yana, M. (t.t.). *ETIKA KOMUNIKASI POLITIK*. www.pustakaindigo.com

Prijana Hadi, I., & Megawati Wahjudianata, Ms. (t.t.). *KOMUNIKASI MASSA*. www.google.com

*Putri Amaliah*. (t.t.).