

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi pada era digital telah menggeser peran media konvensional. Hal ini terjadi terutama bersamaan dengan hadirnya media baru (*new media*) atau dalam istilah yang lain media digital. Media baru menjadi salah satu sarana yang dapat memadukan teks, suara, gambar, dan video dengan menggunakan teknologi komputer yang berbeda dari media konvensional. Media Baru (*new media*) adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan¹

Media baru memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan sosial masyarakat, sehingga dapat merubah pola kehidupan mereka baik dalam aspek budaya, berpikir, dan berkomunikasi. Nursalim (2017) menjelaskan Internet menjadi penyokong utama kelahiran media baru dan ini juga berdampak pada terciptanya bentuk baru interaksi sosial kegiatan komunikasi manusia².

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna

¹ Efendi, Agus., Puwani Indri Astuti, dan N. T. R. "Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo". Jurnal Penelitian: Humaniora, 18(2) 2017, hlm 12-24.

² Nursalim, M. "Peran Konselor dalam Mengantisipasi Krisis Moral Anak dan Remaja Melalui Pemanfaatan Media Baru". Jurnal Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik), 1(2), 2017, hlm 59-65.

internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Sebagai informasi, tren penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet di Tanah Air mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020. APJII juga melansir bagaimana perilaku pengguna internet yang berhubungan dengan kegiatan berpolitik, yakni sebanyak 75,6% setuju media sosial digunakan untuk aktivitas berpolitik³.

Berita Politik menjadi jenis berita yang menyita perhatian masyarakat di moment pesta demokrasi. Berita Politik juga menjadi sarana kampanye dan *branding-self* yang dinilai cukup ramah. Tak heran, sejumlah pasangan calon politik memilih beberapa media komunikasi politik sebagai salah satu alternatif kampanyenya. Salah satu media komunikasi politik yang cukup mudah dijangkau masyarakat adalah media massa *Online* (internet). Dilihat berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia (IPI), yakni dalam empat tahun terakhir pencarian berita politik melalui internet meningkat lebih dari tiga kali lipat.

Saat ini ada 22% responden yang setiap hari mengikuti berita politik dari internet. Penggunaan internet ini menyusul posisi media massa televisi sebesar 42%. Sementara, masyarakat yang mencari berita politik melalui koran dan radio masing-masing sebesar 2%. Sebanyak 60,6% pemilih pemula yang mengakses berita politik melalui internet terbagi dalam tiga kategori intensitas. Sebanyak 36% mengakses berita politik melalui internet, namun

³ Indonesia Baik, Penggunaan Internet Makin Tinggi. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi> . Diakses pada 30 Oktober 2023, pukul 09:15

jarang. Sebanyak 22,3% sering mengakses berita politik melalui media sosial dan sisanya 2,3% sangat sering⁴.

Media *Online* dinilai sulit dikendalikan, berbeda dengan media cetak dan media televisi yang lebih mudah dipengaruhi dan dikontrol oleh pemilik, elit politik maupun pengusaha. Kekuatan media ini melingkupi konteks komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Tidak heran jika kini para politisi maupun partisipan politik juga aktif menggunakan internet baik dalam bentuk blog maupun media sosial untuk menyapa kenalan pribadi atau khalayak umum.

Penggunaan media massa *Online* sebagai sarana kampanye pun dijelaskan dalam Undang-Undang nomor 16 Tahun 2014 bab IV pasal 15 ayat (1) tentang Bentuk Kampanye atau Metode Kampanye yang mana disebutkan:

“Kampanye dapat dilaksanakan dalam metode: a. Pertemuan terbatas; b. Tatap muka dan dialog; c. penyebaran melalui media massa cetak dan elektronik; d. Penyiaran melalui televisi dan radio; e. Penyebaran bahan kampanye kepada umum; f. pemasangan alat peraga di tempat kampanye dan ditempat lain yang ditentukan oleh KPU; g. debat Pasangan Calon tentang materi Kampanye Pasangan Calon; dan h. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan”

Sementara, *Frame* dapat diartikan sebagai bingkai yang digunakan media dalam mendeskripsikan sebuah peristiwa. Sejalan dengan yang dikatakan Sobur (2001:162) dalam Kriyanto (2012: 255) bahwa “analisis *framing* bertujuan untuk melihat perspektif atau sudut pandang wartawan dalam proses penyeleksian isu hingga penulisan berita. Sudut pandang inilah yang akan menentukan pemilihan

⁴ Katadata.co.id, “Penggunaan Internet Untuk Mencari Berita Politik naik 3 Kali Lipat”, <http://katadata.co.id/berita/2019/01/08/penggunaan-internet-untuk-mencari-berita-politik-naik-3-kali-lipat> .Diakses pada 14 Januari 2022,pukul 14.30

fakta, penonjolan, pembuangan, dan muara terakhir dari sebuah pemberitaan”. Dengan demikian, bisa saja terdapat pembelokan makna suatu peristiwa dari makna aslinya yang dilakukan dengan menonjolkan aspek tertentu menggunakan perangkat wacana sebagai penguat.

Dalam membedah pandangan atau ideologi media dibutuhkan sebuah analisis. Dalam hal ini adalah analisis *framing* yang digunakan untuk mendobrak sisi subjektif media dalam mengkonstruksi fakta. Dengan demikian, analisis *framing* mampu melihat kinerja media dalam proses penonjolan fakta yang bertujuan agar suatu berita menggiring opini masyarakat yang dibangun dengan citra media. Dengan menggunakan analisis *framing*, dapat terlihat bagaimana sudut pandang atau perspektif jurnalis atau wartawan dalam menulis berita.

Sudut pandang yang berbeda mampu menghasilkan pemahaman berbeda pula dari pembacanya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Xena Levina Atmadja yang berjudul “Analisis *Framing* Terhadap Pemberitaan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Media *Online*”⁵ menunjukkan adanya perbedaan sudut pandang dari berita yang dimuat oleh 3 (Tiga) Media *Online* berbeda mengenai sosok Basuki Tjahja Purnama (Ahok).

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa sosok Ahok dibingkai sebagai pemimpin politik beretnis Cina yang pemaaf dan tidak pendendam. Hal ini terlihat dari pernyataan-pernyataan Ahok dalam berita yang menyatakan bahwa isu

⁵ Periksa, Xena Levina, “Analisis Framing terhadap Pemberitaan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Media *Online*”. Jurnal E-Komunikasi, 2(1) 2014, hlm 10

SARA memang sudah terjadi sejak ia terjun ke dunia politik. Lewat *framing* yang dilakukan oleh ketiga media *Online*, maka Ahok memang menjadi salah satu tokoh *media darling*. Dengan pemberitaan positif pada sosok Ahok, maka media lagi-lagi berusaha untuk mendukung Ahok dan mencari dukungan dari pembacanya.

Kemudian, penelitian serupa juga pernah diteliti oleh Dzika Fajar Alfian Ramadhani dan Dwi Wahyu yang berjudul “*Framing Media Online Liputan6.com Terhadap Pemberitaan Capres Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024*”⁶. Penelitian ini menjelaskan bagaimana media *Online* Liputan6.com memberikan *framing* kepada masyarakat terkait Muhaimin Iskandar yang mendapat dukungan dari tokoh agama, terutama di daerah Jawa Tengah seperti dukungan dari para kyai NU yang ada di kabupaten Wonosobo dengan pertemuan antar tokoh agama NU, selain itu Muhaimin Iskandar mendapat dukungan dari Rois Syuriah PCNU kabupaten Kudus yaitu KH.M Ulil Albab Arwani pada saat kunjungan.

Penelitian lain berjudul “*Analisis Framing Pemberitaan Puan Maharani Terhadap Isu Peraturan Perundang-Undangan Cipta Kerja di Portal Berita Kompas.com dan Detik.com pada Edisi Oktober 2020*”⁷ hasil penelitian dari Imelda Dwi Putri Nainggolan, dkk, menunjukkan adanya perbedaan pemilihan kosakata yang digunakan dalam penyampaian berita antara Kompas.com dan Detik.com.

⁶ Periksa, Dzika Fajar Alfian R, Dwi Wahyu, “Framing Media Online Liputan6.com terhadap Pemberitaan Capres Muhaimin Iskandar pad Pilpres 2024”. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, 12(2) 2022, hlm 46-47

⁷ Bandingkan, Imelda Dwi Putri N,dkk, “Analisis Framing Pemberitaan Puan Maharani terhadap Isu Peraturan Perundang-undangan Cipta Kerja di Portal berita Kompas.com pada Edisi Oktober 2020”. Jurnal Sastra dan Bahasa, 1(2) 2023, hlm 94-95

Detik.com yang menggunakan kata-kata sederhana dan mudah dipahami dalam penyampaian informasinya. Ini dapat dilihat dari penggunaan kata ilmiah yang terbatas, penggunaan unsur bahasa daerah dan pilihan kata-kata yang berkonotasi negatif saat menyampaikan berita. Di samping itu, apabila dilihat dari segi penyusunan paragraf dari kalimat, media berita Kompas.com lebih menitikberatkan penggunaan kalimat majemuk dengan informasi lengkap.

Pemilihan Gubernur Jambi pada 09 Desember 2020 lalu, tentunya juga tak terlepas dari peran media *Online* sebagai media kampanye, mengingat dalam kondisi negara yang tengah menghadapi wabah *Covid-19* seperti saat itu sangat tidak memungkinkan untuk melakukan kampanye dengan mengumpulkan massa dalam jumlah banyak sehingga media *Online* dipilih sebagai alternatif yang dinilai dapat diandalkan untuk menunjukkan eksistensi kandidat calon Gubernur-Wakil Gubernur agar mampu dikenal oleh masyarakat.

Pada Pemilihan Gubernur Jambi 2020 ini diikuti oleh tiga pasangan calon kali ini yakni, Cek Endra-Ratu Munawarroh dengan nomor urut 01, Fachrori Umar-Syafril Nursal dengan nomor urut 02 dan, nomor urut 03 dimiliki oleh pasangan Al Haris-Abdullah Sani. Nama ketiga pasangan calon ini tentunya sudah wara-wiri di portal pemberitaan sejak dimulainya masa kampanye pemilu. Salah satu portal media *Online* yang intens memberitakan ketiga pasangan calon ini adalah Jamberita.com.

Jamberita.com memberikan beragam informasi yang terjadi di seputaran wilayah Provinsi Jambi, mulai dari pemberitaan Daerah, Hukum, Ekonomi, dan

Politik bahkan juga Informasi Nasional. Jamberita.com termasuk media yang cukup masif menyajikan berita politik pada masa kampanye pemilu 2020 lalu, hal ini dapat dilihat dari kemunculan berita politik yang selalu *up to date* di media ini. Tak heran, media ini dipilih menjadi salah satu media massa *Online* yang bermitra bersama Bawaslu Provinsi Jambi dalam rangka mengawasi jalannya proses pemilihan umum di Jambi.

Selanjutnya, sebagai modal awal untuk menelisik lebih jauh penelitian ini, berikut penulis paparkan kemunculan *Headline* berita dukungan terhadap ketiga paslon yang dimuat oleh Jamberita.com sepanjang masa kampanye pemilu yakni tanggal 26 september – 5 Desember 2020 pada Tabel berikut ini ;

Tabel.1 Jumlah Kemunculan Headline Berita Dukungan Sepanjang Masa Pemilu Kampanye
(26 September 2020- 5 Desember 2020)

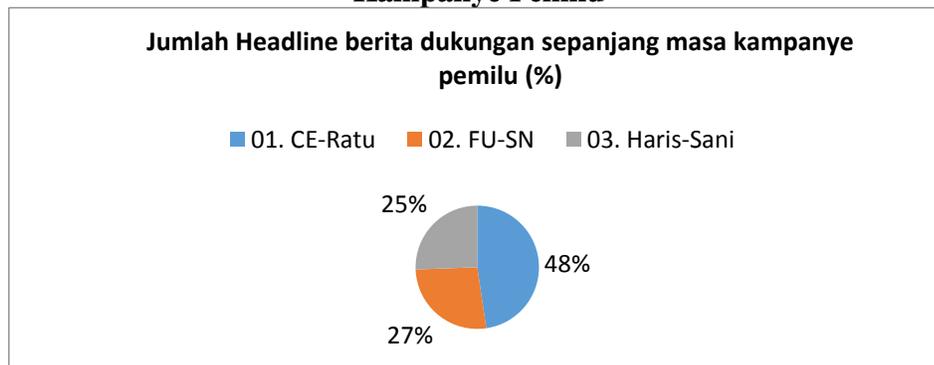
Tanggal (Minggu Ke-)	Paslon Nomor Urut 01 (CE-Ratu)	Paslon Nomor Urut 02 (Fachrori-Syafril)	Paslon Nomor Urut 03 (Haris-Sani)
26 Sept - 3 Okt (Minggu 1)	4 Berita	2 Berita	4 Berita
4 Okt - 10 Okt (Minggu 2)	3 Berita	1 Berita	3 Berita
11 Okt – 17 Okt (Minggu 3)	6 Berita	2 Berita	3 Berita
18 Okt – 24 Okt (Minggu 4)	2 Berita	0 Berita	2 Berita
25 Okt – 31 Okt (Minggu 5)	3 Berita	7 Berita	4 Berita
1 Nov – 7 Nov (Minggu 6)	1 Berita	3 Berita	2 Berita
8 Nov – 14 Nov (Minggu 7)	3 Berita	4 Berita	0 Berita

15 Nov – 21 Nov (Minggu 8)	6 Berita	4 Berita	1 Berita
22 Nov – 28 Nov (Minggu 9)	3 Berita	4 Berita	0 Berita
29 Nov – 5 Des (Minggu 10)	9 Berita	1 Berita	1 Berita
Total	40 Berita	28 Berita	20 Berita

Sumber: Jamberita.com, 2021.

Dilihat dari data diatas, sekilas dapat terlihat bahwa konten yang dimuat oleh media Jamberita.com cenderung lebih banyak memuat berita tentang Pasangan Calon nomor urut 01 yakni Cek Endra-Ratu Munawaroh. Dengan rincian, berita Pasangan Calon nomor urut 01 sebanyak 40 berita, Pasangan Calon nomor urut 02 dengan 28 berita, dan Pasangan Calon nomor urut 03 dengan total kemunculan berita dukungan sebanyak 20 berita. Untuk lebih terperinci, penulis telah memaparkan diagram frekuensi jumlah *headline* berita dukungan yang muncul kepada ketiga pasangan calon selama masa kampanye pemilu sebagai berikut :

Diagram 1. Jumlah Headline Berita Dukungan Sepanjang Masa Kampanye Pemilu



Apabila dicermati, persentase berita dukungan yang dimuat oleh media Jamberita.com sepanjang masa kampanye untuk Paslon Nomor Urut 01 (CE-Ratu) sebanyak 48%, Paslon Nomor Urut 02 (Fachrori-Syafril) sebanyak 27% dan Paslon Nomor Urut 03 sebanyak 25%. Secara kasat mata, dapat dilihat kecenderungan serta *framing* yang dibentuk oleh media Jamberita.com lebih condong kepada Pasangan Calon Nomor Urut 01. Namun hal ini belum mampu untuk dijadikan patokan kecenderungan media Jamberita.com terhadap salah satu Pasangan Calon. Untuk melihat bagaimana pengelolaan konten oleh Jamberita.com, maka diperlukan analisis konten lebih mendalam.

Berdasarkan fenomena politik yang terjadi, penulis ingin melihat bagaimana *framing* pemberitaan yang dimunculkan oleh media Jamberita.com dalam Kampanye Pemilu terhadap ketiga pasangan Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jambi. Kecenderungan yang muncul dalam penyiaran berita seputar pasangan calon, hubungan politik yang terjadi antara media dan pasangan calon dalam kontestasi Pemilihan Umum terkhusus di Provinsi Jambi beserta dengan bentuk pertukaran kemanfaatan politik yang terjadi didalamnya. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis memilih judul **“Analisis *Framing* Media *Online* Jamberita.com pada Kampanye Pemilu dalam Pemilihan Gubernur Jambi Tahun 2020”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana *framing* pemberitaan yang dibentuk oleh Media Jamberita.com dalam Kampanye Pemilu terhadap Ketiga Pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur?
- b. Bagaimana pertukaran kemanfaatan yang terjadi antara Pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur dengan Media Jamberita.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah sebagaimana disebutkan di atas, maka tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis *framing* pemberitaan yang dibentuk oleh Media Jamberita.com dalam Kampanye Pemilu terhadap Ketiga Pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur
- b. Untuk mengetahui pertukaran kemanfaatan yang terjadi antara pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur dengan Media Jamberita.com.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Memberikan bahan rujukan dan bahan kajian khususnya untuk akademisi, mahasiswa, khususnya Lembaga Pengawas Pemilu, serta masyarakat pada umumnya dalam mengetahui dan memahami mengenai *framing* ataupun kecenderungan dalam pemberitaan terhadap siapapun pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur pada masa kampanye yang disiarkan di media *online* yang sangat mudah diakses.

b. Manfaat Praktis

Output dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi acuan terutama bagi Lembaga Pengawas Pemilu dan Dewan Pers dalam memberikan penjelasan terkait independensi media kepada khlayak dalam menjalankan perannya sebagai salah satu agen sosialisasi pendidikan politik, terkhusus pada menjelang masa kampanye pemilu.

1.5 Landasan Teori

1.5.1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan bentuk komunikasi yang diarahkan untuk pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas mengenai semua kegiatan dalam lingkup komunikasi dapat mengikat semua warga melalui suatu sanksi yang telah ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik.

Menurut Harsono Suwardi dalam Lely Arrianie, pemaknaan komunikasi politik dalam artian sempit adalah setiap bentuk penyampaian pesan, baik dalam bentuk lambang-lambang maupun dalam bentuk kata-kata tertulis atau terucapkan ataupun dalam bentuk isyarat yang mempengaruhi kedudukan seseorang yang ada dalam suatu struktur kekuasaan tertentu. Sedangkan dalam arti luas, komunikasi politik merupakan jenis penyampaian pesan yang bermuatan informasi politik dari suatu sumber kepada para penerima pesan⁸.

Adapun, media massa merupakan sebagai perluasan panca indera manusia (*sense extension theory*) dan sebagai sarana penyampaian pesan politik (*the medium in the message*) kepada khalayak luas untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membentuk dan mengubah opini publik atau dukungan serta citra politik, yang tidak terjangkau pada bentuk komunikasi lainnya.

Komunikasi politik didefinisikan sebagai aktivitas komunikasi yang kompleks dengan menggunakan bahasa dan simbol, yang digunakan oleh para pemimpin, media, warga negara, kelompok warga, ahli untuk memberikan efek dan pada hasil yang dikenakan pada kebijakan publik bangsa, negara, atau masyarakat.

Perloff (2014) menjelaskan ada tujuh dimensi utama dari komunikasi politik, yaitu aktivitas komunikasi yang menjembatani antara institusi politik dan media; menekankan pada simbol dan bahasa, *mediation and mediatization*; teknologi media; *diverse, multifaceted media, and decline of gatekeeping*; interaksi di antara pemimpin, media, dan warga, serta fungsi struktur ekonomi dan politik⁹.

⁸ Periksa, Lely Arrianie. "Komunikasi Politik: Politisi dan Pencitraan di Panggung Politik". Bandung. Widya Padjadjaran. (2010). hlm 16

⁹ Perloff, R. M. "*The Dynamics of Political Communication, Media and Politics in a Digital Age*". New York : Routledge. 2014

Komunikasi politik juga dimaksud sebagai proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah, makna komunikasi politik disini sudah bukan hal yang baru bagi dunia politik ataupun disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi politik disini menurut Djuyandi (2017) yaitu sebuah gabungan yang lebih dari dua disiplin ilmu akademik kedalam suatu aktivitas, terutama dalam ada hubungannya yang terkait dengan komunikasi dan politik¹⁰. Tersedianya komunikasi politik paling sering terjadi di media sosial maupun di media cetak, untuk dari itu media sosial mempunyai peran penting dalam sistem politik dan suksesnya komunikasi politik sangat akan berpengaruh pada pementapan politik.

Komunikasi politik digunakan hampir dalam setiap komunikasi di masyarakat, baik interaksi lisan maupun tulis. Pada interaksi tulis, media yang paling sering digunakan untuk berkomunikasi adalah media sosial. Pada media sosial, pengguna dapat bertukar informasi, saling berkolaborasi, dan menjalin hubungan pertemanan dalam wujud tulisan, foto, atau video (Puntoadi, 2011).

Secara sederhana, komunikasi politik (*Political Communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Mengingat komunikasi melekat pada setiap orang sebagaimana menurut Watzlawick dalam Bower dan Bradac (1982) manusia adalah makhluk yang tidak bisa tidak

¹⁰ Ipan Nurhidayat dan Regi Refian Garis “Trend Kemunculan Politik di Media Sosial”, Jurnal Lanskap Politik, 1(2) 2023, hlm 5

berkomunikasi, maka setiap tingkah laku manusia, termasuk pada saat diam, dan tidak merespon pesan politik dari satu sumber, tetap saja menimbulkan makna yang berhubungan dengan nuansa politik.

Dalam hubungannya dengan kehidupan berbangsa dan bernegara, Bambang Setiawan (1990: 407) berpendapat bahwa komunikasi politik adalah proses penyampaian pendapat, sikap dan tingkah laku orang-orang, Lembaga-lembaga, atau kekuatan-kekuatan politik dalam rangka mempengaruhi keputusan politik. Secara fleksibel komunikasi politik merupakan komunikasi yang mengacu pada kegiatan politik¹¹ Dengan demikian semua kegiatan bernuansa politis, yang dilakukan oleh pemerintah, atau kekuasaan negara beserta institusi pendukung maupun yang dilakukan rakyat pada umumnya, merupakan bentuk komunikasi politik.

1.5.2. Media Massa *Online*

Perkembangan teknologi yang signifikan menuntut kita untuk selalu kreatif dan mengikuti alur yang ada dengan tidak menyalahgunakannya, di Indonesia sendiri hadirnya media *Online* merupakan adaptasi media massa atas berkembang pesatnya teknologi informasi dan teknologi. Media *Online* adalah salah satu bentuk transformasi digitalisasi media massa yang dapat ditemukan platform internet. Media *Online* merupakan media elektronik yang menggunakan kolaborasi

¹¹ Nimmo, D. "Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media". Bandung: Remaja Rosdakarya. (2011). hlm 8

proses media cetak dengan memberikan informasi melalui perantara elektronik. Selain itu sebagai sarana komunikasi personal maupun perseorangan¹².

Media massa sebagai sarana atau saluran komunikasi yang berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan berita, informasi atau pesan kepada masyarakat luas (TBNews, 2019). Media adalah sarana yang memiliki peran besar dalam memengaruhi dan membentuk opini masyarakat. Media juga dapat berperan dalam pembentukan perilaku politik masyarakat. Adapun salah satu fungsi media massa yaitu penyebaran nilai-nilai dalam masyarakat. Penyebaran nilai-nilai ini dapat berupa sosialisasi dimana individu masyarakat akan mengadopsi perilaku dan nilai dari sebuah kelompok.

Menurut Cangara, media massa ialah media yang menyalurkan komunikasi kepada banyak orang dimanapun mereka¹³. Media massa adalah *tools* yang dipakai dalam penyampaian pesan dari pembuat pesan kepada banyak orang dengan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, dan televisi. Sementara, Portal berita *Online* dapat berarti media *Online*. Romli mengungkapkan bahwa media *Online* ialah media massa yang dapat diakses secara *Online* di situs web (*website*) dalam internet¹⁴. Adapun yang termasuk media *Online* ialah portal, *website* atau situs web blog, radio *Online*, televisi *Online* dan *email*.

¹² Akbar.Ali S.T. "Menguasai Internet Plus Pembuatan Web". Bandung: M2S.(2005).hlm. 13

¹³ Cangara, Hafied."Pengantar Ilmu Komunikasi". Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. (2004). hlm 32

¹⁴ Romli, K. "Komunikasi Massa". Jakarta. PT Grasindo. (2016). hlm 1

Setelah media cetak dan media elektronik, media *Online* ialah generasi ketiga dan merupakan hasil dari jurnalistik *Online* yang berarti penyampaian peristiwa dihasilkan dan disebarluaskan di dalam internet. Media *Online* berbentuk *website* berita dapat dibagi dalam bermacam kategori antara lain ialah *website* berita dengan beredisi *Online* yang dimuat oleh media cetak berupa majalah ataupun surat kabar. Sebuah jejaring pemberitaan yang dimuat berdasarkan majalah *offline* atau surat kabar. Dengan demikian, berita yang tersaji tak hanya pada media cetak, namun tersedia pula di situs *Online*.

1.5.3. Analisis *Framing*

Framing merupakan salah satu kosa kata dalam Bahasa Inggris yang didefinisikan sebagai “pemingkaian” jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. *Frame* adalah kata dasar dari kata *framing*. *Framing* yang saat ini berkembang sebagai sebuah konsep, teori, dan perangkat analisis, tidak akan lahir ke dunia jika Gregory Bateson tidak pernah mengutarakan pendapatnya soal *frame*.

Robert N Entman dikutip oleh Eriyanto (2012) menyatakan bahwa proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain¹⁵. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

¹⁵ *Ibid*, hlm 20

Dalam penelitian ini analisis *framing* yang digunakan adalah analisis *framing* Robert N. Entman yang merupakan salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis *framing* untuk studi isi media. Menurut Entman (dalam Eriyanto, 2012), meskipun analisis *framing* dipakai dalam berbagai bidang studi yang beragam, satu faktor yang menghubungkannya adalah bagaimana teks komunikasi yang disajikan, bagaimana representasi yang ditampilkan secara menonjol memengaruhi khalayak.

Konsep mengenai *framing* dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan.

Pertama dengan elemen *define problems* (mendefinisikan masalah) akan dilihat masalah apa yang didefinisikan oleh media. Kedua, *diagnose cause* (memperkirakan masalah atau penyebab masalah) untuk melihat apa atau siapa yang menyebabkan masalah terjadi. Ketiga adalah elemen *make moral judgement* (membuat keputusan moral) dimana lewat elemen ini, peneliti dapat melihat nilai moral apa yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan. Keempat, *suggest remedies* (menekankan penyelesaian) untuk melihat penyelesaian yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu tersebut¹⁶.

Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah. Penelitian dalam ranah ini sangat banyak misalnya dalam jajak pendapat bagaimana pertanyaan yang disusun dengan *frame* tertentu memengaruhi jawaban khalayak.

Adapun pada jurnal lain berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Puan Maharani terhadap Peraturan Perundang-undangan Cipta Kerja di Portal Berita

¹⁶ *Ibid*, hlm 21

Kompas.com dan Detik.com pada Edisi Oktober 2020”¹⁷, juga menggunakan Teori Entmant sebagai pisau analisisnya. Dalam hal ini, penulis mengulas berita terkait Puan Maharani terhadap Peraturan Perundang-undangan Cipta Kerja dengan melihat beberapa indikator yang ada didalam isi berita tersebut dan dihubungkan dengan teori yang digunakan. Terdapat beberapa Indikator yang dimunculkan diantaranya judul berita, ringkasan berita dan narasumber dalam berita tersebut. Penulis juga mengulas perbandingan berita yang dimunculkan dari dua media yang diteliti. Hal ini guna untuk mengetahui realitas yang dibingkai media, seperti aktor, kejadian dan hal lainnya.

Sementara pada Jurnal berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Sosok Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Media *Online*”¹⁸, yang menganalisis bingkai pemberitaan yang dibentuk oleh Media Detik.com, Kompas.com dan Viva.co.id guna melihat isu yang ditonjolkan dan dihilangkan dalam membingkai Ahok yang notabene nya merupakan politisi beretnis Cina.

Pada penelitian tersebut, disoroti 6 (enam) berita yang masing-masing 2(dua) berita dari ketiga media yang menjadi subjek penelitian. Yakni, berita detik.com pada tanggal 12 Agustus 2012 dan 09 Januari 2013, berita dari Kompas.com pada 28 Juli 2012 dan 10 Januari 2013, sementara Viva.co.id pada

¹⁷ Periksa, Imelda Dwi Putri, dkk. “Analisis *Framing* Pemberitaan Puan Maharani terhadap Isu Peraturan Perundang-undangan Cipta Kerja di Portal Berita Kompas.com dan Detik.com pada Edisi Oktober 2020”. Jurnal Sastra dan Bahasa, 1 (2) 2023. hlm 85-95

¹⁸ Bandingkan, Xena Levina Atmadja, dkk. “Analisis *Framing* terhadap Pemberitaan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) di Media *Online*”. Jurnal E-Komunikasi, 2(1) 2014. Hlm 5-6

tanggal 12 Agustus 2012 dan 10 Januari 2013. Melihat dari pola ini, peneliti menetapkan indikator penelitiannya yakni pada tanggal kemunculan berita terkait Ahok. Kemudian, peneliti menjadikan pernyataan dari objek yang diteliti sebagai indikator dalam membentuk *framing* emosional dan perasaan dari objek.

Selanjutnya, pada penelitian tersebut juga disoroti terkait pemilihan kata sebagai indikator *framing* dalam pemberitaan Ahok. Dikatakan, bahwa terdapat kecenderungan daripada Kompas.com untuk meredam dan tidak membesarkan isu SARA dalam kontroversi Ahok ini. Lalu, yang cukup menarik perhatian adalah adanya nilai berita *prominence*. Nilai berita *prominence* yakni nilai berita diukur dari seberapa besar dan istimewanya berita tersebut (Eriyanto,2002).

Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa salah satu hal yang dapat dijadikan sebagai indikator dalam analisis *framing* yakni, Tanggal publikasi berita, pemilihan kata pada berita, serta nilai keistimewaan berita atau *prominence* pada suatu berita. Mengacu pada hal diatas penulis akan menetapkan beberapa indikator diantaranya, Judul berita, Tanggal publikasi berita, Narasumber dalam berita, Pemilihan kata, serta nilai keistimewaan berita dengan menggunakan Analisis Robert Entmant.

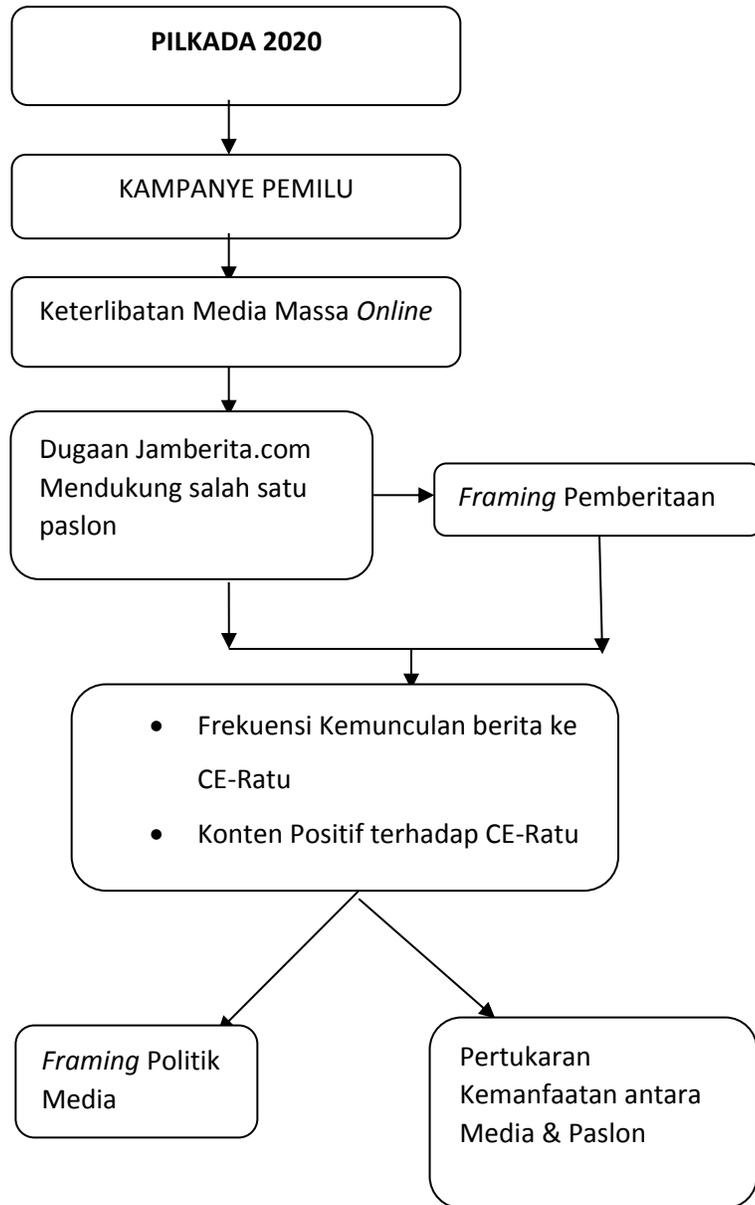
1.6 Kerangka Pikir

Kerangka Pikir adalah dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi dan kajian kepustakaan yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Didalam kerangka pikir, variabel-variabel penelitian dijelaskan dengan lebih mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dengan demikian, kerangka pemikiran tersebut dijadikan dasar untuk menjawab masalah.

Kerangka Pikir dapat membantu menjadi peta alur penelitian yang akan dilakukan, sehingga memberikan batasan-batasan yang jelas agar penelitian tetap spesifik dan tidak terlalu meluas. Kerangka Pikir menjadi bagian penting dalam penelitian yang akhirnya menjadi pemahaman yang mendasar serta menjadi pondasi untuk setiap pemikiran-pemikiran lainnya.

Pada penelitian ini, yang hendak diteliti adalah Realitas *Framing* yang dibentuk oleh Media Jamberita.com terhadap ketiga Pasangan Calon Gubernur-Wakil Gubernur mengacu pada Teori Analisis *Framing* Robert Entmant dengan output yang diharapkan kepada Lembaga Pengawas Pemilu nantinya. Berikut gambaran kerangka pikir sederhana yang akan menjadi *roadmap* peneliti dalam melakukan penelitian ini

Bagan 1. Kerangka Pikir



Dari kerangka pikir diatas, dapat dilihat keterlibatan media massa *Online* dalam Pilkada 2020 pada masa kampanye pemilu disinyalir menimbulkan adanya dugaan pemberian dukungan dari pihak media Jamberita.com kepada salah satu

calon, yakni paslon nomor urut 01 CE- Ratu lewat *framing* pemberitaan yang dihadirkan. Dalam hal ini salah satu faktor pendukung dugaan tersebut dilihat dari frekuensi kemunculan berita dukungan mengenai CE-Ratu yang secara kasat mata dapat dilihat pada Tabel 1, selanjutnya adalah konten positif yang dimuat oleh media Jamberita.com terhadap CE-Ratu sehingga menggiring citra politik yang baik di mata masyarakat. Dari dua faktor diatas pula lah maka dapat dilihat bagaimana *framing* politik yang terbentuk dan bagaimana pertukaran kemanfaatan yang terjadi antara media dan Paslon.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, pada prinsipnya, ingin memberikan, menerangkan, mendeskripsikan secara kritis, atau menggambarkan suatu fenomena, suatu kejadian atau suatu peristiwa interaksi social dalam masyarakat untuk mencari dan menemukan makna dalam konteks yang sesungguhnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa data disajikan dalam bentuk deskriptif atau naratif, yang bertujuan memahami dan memaknai subjek serta memberikan semua gejala yang tampak dan memaknai apa yang ada dibalik gejala. Dengan kata lain, menggambarkan secara rinci apa, siapa, dimana, kapan, bagaimana, mengapa, dan sejenisnya tentang subjek.

1.7.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan mengungkapkan keadaan yang sebenarnya untuk mendapatkan data-data dan informasi dari objek yang diteliti. Adapun lokasi penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kantor Redaksi Jamberita.com yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi, Rt 20 No.26, Kecamatan Danau Sipin, Kelurahan Murni, Broni, Kota Jambi.

1.7.3. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini adalah evaluasi pengemasan ragam berita dukungan yang dimunculkan oleh Media Jamberita.com terhadap Pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur Jambi, yang mana nantinya akan terbentuk pbingkaiian sederhana yang dapat dilihat dari segi intensitas kemunculan berita yang dimuat oleh Jamberita.com hingga konten positif yang mengarah pada salah satu pasangan calon. Pada akhirnya akan dapat terlihat dan dapat dianalisis bagaimana *framing* yang dibentuk oleh Jamberita.com terhadap setiap Pasangan Calon Gubernur-Calon Wakil Gubernur Jambi, sekaligus dapat melihat apakah ada pertukaran kemanfaatan politik yang terjadi antara pasangan calon Gubernur-calon Wakil Gubernur dan media itu sendiri.

1.7.4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui metode wawancara, yaitu pertemuan antara peneliti dengan informan yakni Tim Redaksi media Jamberita.com selaku pembuat konten berita. Data Sekunder, yaitu data pendukung atau data yang diperoleh secara tidak langsung atau penunjang apabila dibutuhkan. Data ini bertujuan untuk menghindari data yang tidak valid yang didapatkan dari hasil penelitian dan menggunakan hasil temuan dilapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai referensi dan literatur, baik berupa laporan penelitian, artikel, maupun dokumen-dokumen, baik bersumber dari buku-buku ataupun artikel yang memiliki relevansi dengan substansi penelitian.

1.7.5. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan ialah metode yang dipakai oleh peneliti kualitatif untuk menentukan siapa yang akan menjadi sumber data (informan). Dengan cara ini kemudian peneliti akan menentukan berapa jumlah informan yang akan dimintai informasinya berdasarkan keterlibatannya dengan objek penelitian. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah salah satu teknik *sampling non random sampling* dimana peneliti menentukan subjek atau objek sesuai dengan topik penelitian. Peneliti memilih objek sebagai unit analisis, peneliti memilih unit analisis tersebut berdasarkan kebutuhannya dan menganggap bahwa unit analisis

tersebut representatif.

Salah satu keunggulan dari penggunaan teknik *Purposive sampling* ini adalah, Sampel terpilih adalah sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian, teknik yang mudah dilaksanakan serta sampel yang terpilih adalah individu yang mudah ditemui atau didekati peneliti. Sehubungan dengan hal tersebut maka, Informan yang akan dipilih ialah:

Tabel.2. Daftar Informan

No	Nama	Posisi/Jabatan	Alasan
1.	Arief Martaguna	Redaktur & Humas	Mengelola dan menghimpun berita dari seluruh wartawan terkait pengemasan berita.
2.	M. Amin	Wartawan	Pihak yang meliput langsung peristiwa dilapangan sekaligus mengemas bentuk beritanya
3.	Muhaimin, M.I.Kom	Pengamat Politik	Pihak yang dapat memberi keterangan objektif dan perspektif tambahan terhadap fenomena politik yang terjadi

1.7.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode guna memperoleh data yang diinginkan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung.

Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya¹⁹. Pada penelitian ini informan yang akan peneliti wawancarai ialah Redaktur dan Humas, Wartawan dari Jamberita.com serta Pengamat Politik yang mana dianggap mampu memberikan data yang valid terkait kebutuhan peneliti. Kemudian, kedepannya tidak menutup kemungkinan akan adanya penambahan informan yang diwawancarai tergantung dari kebutuhan peneliti.

2. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa penting yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah

¹⁹ A Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Kencana. 2017), hlm.372

kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif²⁰.

Dokumentasi juga merupakan proses pengumpulan data melalui dokumen berupa catatan-catatan narasumber, arsip-arsip foto, berkas penunjang validitas berita, serta penelusuran internet yang berkaitan dengan masalah penelitian ini²¹.

1.7.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu upaya pengolahan data yang telah tersedia dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sujarweni, 2021:103). Tujuan dari analisis data ini adalah mendeskripsikan data yang telah diperoleh, menarik kesimpulan dari hasil pengumpulan data.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yang menjelaskan kondisi dan situasi suatu objek berdasarkan variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengumpulan dan Pemeriksaan Data

Dalam pengumpulan data biasanya peneliti menentukan data apa saja yang diperlukan dalam penelitian ini. Setelah pengumpulan data dilakukan

²⁰ *Ibid*, hlm 391

²¹ Periksa, Dimas Eko Prasetyo. Skripsi. Evaluasi Dampak Program Pemberian Bantuan Non Tunai Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Palembang. (2022). Universitas Sriwijaya. hlm 36

seringkali terdapat kesalahan atau kekurangan dalam pengumpulan data. Oleh karena itu, diperlukan pemeriksaan ulang untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan data tersebut.

2. Penyajian Data

Teknik analisis data ini bertujuan agar data yang telah terkumpul dan telah diperiksa lebih terorganisir dan kolektif sehingga mudah dipahami. Dalam penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau sejenisnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap verifikasi teknik pengumpulan data yang diperoleh selama penelitian untuk dapat memahami makna dan arti, pola dan keteraturan penjelasan dari data yang ada sehingga dapat muncul penarikan kesimpulan sebagai hasil akhir dari penelitian.

1.7.8. Keabsahan Data

Keakuratan, keabsahan, dan kebenaran data yang dikumpulkan dan dianalisis sejak awal penelitian akan menentukan kebenaran dan ketepatan hasil penelitian sesuai dengan masalah dan fokus penelitian.

Triangulasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data untuk mendapatkan temuan dan interpretasi data yang lebih akurat dan kredibel. Beberapa cara yang dapat digunakan yaitu dengan menggunakan sumber yang banyak. Penggunaan sumber yang banyak untuk triangulasi dapat dilakukan dengan mencari sumber yang lebih banyak dan berbeda dalam

informasi yang sama²²

Triangulasi data dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yang menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber data dalam penelitian. Oleh sebab itu, pada perumusan masalah disebutkan yakni untuk mengetahui *framing* pemberitaan yang dibentuk oleh media Jamberita.com sehingga memunculkan atau mencari data yang menyangkut apa yang akan diteliti.

²² *Op. Cit*, hlm 395