

Analisis Framing Media Indonesia.com dan Detik.com Dalam Isu Endorse Jokowi Pada Prabowo Subianto

Agus Ainul Yaqin M.S

gusainul@gmail.com

Universitas Islam Jember, Indonesia

Article Info:

Received: 05/11/2023

Revised: 15/11/2023

Accepted: 20/11/2023

Keywords:

Social
Construction;
Endorse;
Jokowi;
Prabowo
Subianto

ABSTRACT

The mainstream media in constructing news is always different. Construction depends on a variety of influencing factors, such as political interests, socio-cultural economy and ideology. In this study, researchers examined "Framing Analysis of Media News Indonesia.com and Detik.com in the issue of Jokowi's endorsement of Prabowo Subianto. The research uses a qualitative approach with a descriptive type of research. The analysis method is the framing analysis of the Robert N. Entman model. The result of the study is the difference in framing Detik.com and MediaIndonesia in the issue of Jokowi's endorsement of Prabowo Subianto.

PENDAHULUAN

Media, dan jurnalis dalam menjalankan aktivitasnya dituntut untuk profesional. Jurnalis dalam memproduksi berita harus berdasarkan teknik dan kaidah-kaidah jurnalistik. Jurnalis saat menghimpun data di lapangan juga harus berbekal kode etik jurnalistik dan memahami Undang-Undang tentang Pers no 40 tahun 1999 agar berjalan di jalur yang benar dalam memproduksi berita.

Namun Demikian, setiap media tentu memiliki kebijakan dalam proses produksi sebuah berita. Kebijakan dan sudut pandang Jurnalis (*angle*) inilah yang kemudian menghasilkan berita yang berbeda walau peristiwa sama. Media dan jurnalis akan membingkai peristiwa berdasarkan kebijakan media dimana mereka bekerja, dan



membangkai berdasarkan konstruksi kognitif yang mereka miliki. Faktor-faktor lain juga banyak berpengaruh dalam memproduksi berita, karena sejatinya ruang redaksi bukanlah ruang hampa yang bebas dari nilai, norma, dan kepentingan tertentu.

Tradisi di ruang redaksi dalam memproduksi berita, dihiasi dengan ‘pertarungan’ antara awak media. Berbagai kepentingan akan diperdebatkan untuk menyeleksi isu dan berita apa yang perlu ditonjolkan. Selanjutnya berita dikonstruksi menjadi berita ideal menurut perspektif mereka. Maka, sesungguhnya berita yang beredar di media adalah hasil konstruksi dari awak media sebagai insan kreatif. Hal ini sesuai dengan teori konstruksi sosial yang diperkenalkan Berger dan Luckmann, bahwasannya manusia adalah aktor kreatif.¹

Dasar teori konstruksi sosial menekankan pada tindakan manusia sebagai aktor kreatif dari realitas sosial. Realitas sosial adalah konstruksi sosial ciptaan individu. Individu merupakan manusia bebas yang berinteraksi antara manusia satu dengan manusia lain. Individu adalah penentu dunia sosial yang dikonstruksi masyarakat berdasarkan kehendaknya. Teori konstruksi sosial menekankan pada perilaku manusia (*human attitude*) dalam realitas sosialnya sekaligus berperan sebagai aktor kreatif sebagai individu manusia (*human being*).²

Hasil karya kreatif awak media berupa berita dikonsumsi oleh khalayak baik media cetak, elektronik maupun media online (*new media*). Topiknya beragam dari politik, ekonomi, hukum, kriminal, olahraga hingga hiburan. Peneliti tertarik untuk mengkaji topik politik, karena tahun 2023-2024 adalah tahun politik. Porsi isu politik di media semakin hangat khususnya yang berkaitan dengan bakal calon presiden. Suksesi presiden adalah isu seksi karena presiden Jokowi telah menjabat dua periode, sehingga tahun 2024 akan terpilih presiden baru. Menariknya, media mainstream mengangkat isu ‘Jokowi efek’ dan endorse Jokowi pada para bakal calon presiden. Dikutip dari The Economic Times, endorsement atau endorse adalah bentuk iklan atau promosi yang

¹ Peter L Berger et al., “CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY AS THOUGHT MOVEMENT (Theoretical Review On Social Construction of Reality,” 2014.

² Berger et al.

menggunakan tokoh atau selebriti terkenal yang memiliki pengakuan, kepercayaan, rasa hormat, dan sebagainya dari banyak orang.³

Partai politik mulai membangun komunikasi politik untuk berkoalisi, agar memenuhi ambang batas (*presidential threshold*) 20 persen. Deklarasi koalisi partai politik untuk mengusung bakal calon presiden mulai muncul seperti koalisi perubahan terdiri dari tiga partai yakni Partai Nasdem, Demokrat dan PKS. Koalisi perubahan sepakat mencalonkan Anies Baswedan sebagai calon presiden. Sedang koalisi Partai Gerindra dan PKB mendukung Prabowo Subianto sebagai capres karena tingginya elektabilitas sejumlah survey. Sementara PDIP mencalonkan Ganjar Pranowo.

Pembingkai berita dalam isu politik itu berbeda bergantung medianya. Apalagi jika media itu dimiliki oleh pengusaha sekaligus politisi seperti Surya Paloh sebagai pendiri dan dewan pembina Partai Nasdem. Surya Paloh juga sebagai pengusaha media diantaranya Media Indonesia dan Metro TV.⁴

Peneliti membaca berita di Media Indonesia terkait *endorse* pejabat publik pada bakal calon presiden. Judulnya: Tidak Etis, Endorsement Pejabat Publik terhadap Bakal Capres Pemilu 2024 dimuat tanggal 23 Maret 2023. Peneliti juga membaca berita serupa dimuat oleh detik.com pada tanggal 29 Maret 2023 dengan judul Prabowo Di-'endorse' Jokowi, Elektabilitasnya di Jatim Salip Ganjar Pranowo. Kedua berita itu menarik peneliti untuk mengkaji lebih jauh, karena kedua media menulis berita serupa dengan bingkai berbeda. Peneliti akan mengkaji berita-berita serupa yang dihasilkan oleh kedua media di atas dalam bulan Maret 2023.

³ Muhammad Idris, "Apa Itu Endorse Dalam Strategi Pemasaran?," Kompas.com, July 24, 2021.

⁴ Ketua Partai NasDem yang Memiliki Bisnis Media", <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media> Penulis: Annisa Fianni Sisma Editor: agung Annisa Fianni Sisma Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Profil Surya Paloh, "Profil Surya Paloh, Ketua Partai NasDem Yang Memiliki Bisnis Media Artikel Ini Telah Tayang Di Katadata.Co.Id Dengan Judul 'Profil Surya Paloh, Ketua Partai NasDem Yang Memiliki Bisnis Media' , <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media> Penulis: Annisa Fianni Sisma Editor: Agung," katadata.co.id, February 24, 2023, <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media>.



Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian guna dikaji lebih mendalam. Penelitian ini akan fokus pada satu rumusan masalah, yaitu Bagaimana konstruksi berita MediaIndonesia.com dan Detik.com dalam Isu Endorse Jokowi pada Prabowo Subianto? Tujuannya untuk mengetahui perbedaan pembedaan berita oleh MediaIndonesia.com dan Detik.com dalam isu endorse Jokowi pada Prabowo Subianto.

LANDASAN TEORI

Konstruksi Sosial

Peter L. Berger dan Luckmann menjelaskan konstruksi sosial realitas dalam *The Social Construction of Reality, A Treatise on the Sociology of Knowledge* (1966). Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara bersamaan melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Ketiga proses ini berlangsung antara satu individu dengan individu lainnya dalam masyarakat.⁵

Muatan konstruksi sosial teori dan realitas, menurut Berger dan Luckmann, merupakan proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam keseharian masyarakat primer dan semisekunder. Landasan sosial dari teori dan pendekatan ini adalah masyarakat modern transisi Amerika Serikat pada tahun 1960-an, ketika media massa belum menjadi fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Teori konstruksi realitas sosial oleh Peter L. Berger dan Luckmann tidak menganggap media massa sebagai variabel atau fenomena yang mempengaruhi konstruksi sosial atas realitas.

Seiring modernisasi masyarakat, teori dan pendekatan Peter L. Berger dan Luckmann terhadap konstruksi sosial atas realitas menjadi steril dan perspektif, yaitu tidak tanggap terhadap perubahan zaman yang didorong oleh masyarakat transisi modern Amerika. dan menjadi masyarakat berkemampuan modern dan postmodern. , di

⁵ Berger et al., "CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY AS THOUGHT MOVEMENT (Theoretical Review On Social Construction of Reality.)"

mana hubungan sosial antara individu dan kelompoknya, pemimpin dan kelompoknya, orang tua dan anggota keluarganya menjadi sekunder. Hubungan sosial primer dan semi sekunder hampir tidak ada dalam kehidupan masyarakat modern dan postmodern. Hal ini membuat teori konstruksi sosial dan pendekatan realitas Peter L. Berger dan Luckmann menjadi tidak relevan.

Dalam kaitannya dengan isi konstruksi sosial media massa, proses pembentukan konstruksi sosial media massa melalui tahapan-tahapan sebagai berikut: a) Tahap awal bahan bangunan; b) tahap penjualan konstruksi; c) tahap konstruksi konstruksi; dan d) tahap konfirmasi.⁶

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media modern yang meliputi surat kabar, majalah, program radio, program televisi dan media sosial atau ruang online dengan menggunakan teknologi internet. Komunikasi massa menggunakan media untuk menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada kelompok sasaran yang berbeda.⁷

Jurnalistik

Ketika membahas komunikasi, dipastikan di antaranya dibicarakan jurnalistik karena dalam pemahaman ilmu kontemporer (kekinian). jurnalistik merupakan bagian dari Ilmu Komunikasi. Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journ*. Dalam Bahasa Perancis, *journ* berarti catatan atau laporan harian. Dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya. Bahkan, tatkala Bahasa Inggris sudah merajai bahasa ilmu sebagaimana yang terjadi di Indonesia, kata jurnalistik itu berasal dari kata bahasa

⁶ H.M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, Cybercommunity, Media Sosial Dan Diskursus Teknologi Media Komunikasi*, 10th ed. (Jakarta: Kencana, 2021).

⁷ Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik : Literary Journalism*, 1st ed. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).



Inggris journalism yang dapat dimaknai aktivitas atau profesi menulis untuk surat kabar atau majalah atau siaran berita di radio atau televisi.⁸

Analisis Framing

Framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu di bentuk dan di konstruksi oleh media. Eriyanto menguraikan sebuah teori/metodologi dalam paradigma konstruktivisme. Analisis framing merupakan fakta dalam berita hasil konstruksi dari realitas, bukan realitas itu sendiri. Sudut pandang jurnalis yang muncul dalam berita tersebut. Media tidaklah menjadi sarana yang netral, melainkan merupakan agen konstruksi realita.⁹

Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/ peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang di gunakan oleh wartawan ketika mensleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang di ambil, bagaimana yang di tonjolan dan yang dihilangkan, dan hendak di bawah kemana baerita tersebut.¹⁰

Framing pada dasarnya menekankan empat elemen utama yang digunakan dalam mbingkai sebuah berita. Elemen ini dapat menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimakanai dan ditandakan jurnalis. Elemen pertama, define problems (pendefinisian masalah). Elemen atau aspek ini merupakan elemen pertama yang dapat dilihat dalam framing. Elemen ini merupakan bingkai yang paling utama

⁸ Asep Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Jurnalistik*, ed. Iqbal Triadi Nugraha (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2016).

⁹ Hendriyani Hendriyani, "Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi Yang Mendalam Dan Kaya Dengan Contoh," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 2, no. 1 (July 2, 2017), <https://doi.org/10.7454/jki.v2i1.7832>.

¹⁰ Rizki Mahyani Br Hasibuan, Nur Syahadah Sinaga, and Awaliyah Rahmadina, "Metode Analisis Framing Dalam Media Sosial," n.d.

yang menekankan bagaimana peristiwa atau isu dipahami. Elemen kedua, diagnose causes (perkiraan penyebab masalah). Elemen ini merupakan elemen framing untuk melihat siapa yang menjadi penyebab dari suatu peristiwa. Penyebab masalah dalam hal ini dapat berarti apa (what) dan juga siapa (who). Masalah yang dipahami secara berbeda, akan menyebabkan penyebab masalah dipahami secara berbeda pula. Elemen ketiga, make moral judgement (membuat pilihan moral). Elemen ini merupakan elemen framing yang dipakai untuk membenarkan atau memberikan argumentasi pada pendefinisian masalah yang dibuat. Ketika masalah telah didefinisikan dan penyebab masalah telah ditentukan, maka dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Elemen keempat, treatment recommendation (menekankan penyelesaian masalah). Elemen ini dipakai sebagai alat untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan (jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah). Penyelesaian itu tentu saja sangat bergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.¹¹

Skema Framing Robert N. Entman Teknik Framing

Define problems	Mendefinisikan masalah
Diagnose causes	Siapa/apa penyebab masalah
Make moral judgment	Penilaian atas penyebab masalah
Treatment recommendation	Saran penanggulangan masalah

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami sebuah fenomena tentang apa yang dialami, apa yang dimaknai. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek

¹¹ Regia Fiorentina, Mayasari, and Fajar Hariyanto, "ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN 'REUNI AKBAR 212' ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N ENTMAN MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DENGAN REPUBLIKA.CO.ID Edisi 26 November 2017 – 9 Desember 2017," *JURNAL POLITIKOM INDONESIA* 3, no. 2 (2018), <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1657>.



penelitian. Lebih cocok digunakan untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan penelitian perilaku, sikap, motivasi, persepsi dan tindakan subjek. Jenis penelitian tersebut, tidak bisa menggunakan metode kuantitatif.¹²

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.¹³

Subjek dalam penelitian ini adalah MediaIndonesia.com dan Detik.com, dalam bentuk teks berita yang terdapat di kedua portal media online tersebut terkait pemberitaan isu Endorse Jokowi pada Prabowo Subianto. Pada Maret 2023.

Penentuan sumber data pada penelitian ini dilakukan secara purposive. Purposive sampling (pengambilan sampel berdasarkan tujuan) merupakan pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas atau yang benar-benar kompeten di bidangnya, yaitu ditentukan dengan menyesuaikan pada fokus tujuan penelitian tertentu. Pada penelitian kualitatif, sampling tidak digunakan untuk melihat perbedaan-perbedaan yang nantinya dikembangkan ke dalam generalisasi, tetapi untuk merinci kekhususan yang ada dalam ramuan konteks yang unik.

Pada kajian ini peneliti mengambil unit analisis berita di Media Indonesia dan Detik.com. Alasannya, kedua portal media online itu adalah *media mainstream* yang memiliki dikenal dan memiliki reputasi di Indonesia. Analisis framing Robert N. Entman merupakan salah satu teknik framing populer yang sering digunakan untuk melihat pembingkai berita. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat lebih mempertajam framing berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dalam penekanan isi beritanya. Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis framing, yang dimana secara sederhana dapat digambarkan

¹² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018).

¹³ Lexy J. Moleong.

sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, kelompok, politik) dibingkai oleh media. Dengan cara pembingkai media dalam proses dekonstruksi. Di sini, akan terlihat realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu sesuai ideologi media itu sendiri.¹⁴

Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mekonstruksi sebuah fakta.¹⁵ Dalam metode analisis ini, metode yang digunakan adalah metode analisis framing dengan pendekatan model Robert N. Entman, karena model analisis framing Entman digunakan dalam studi kasus pemberitaan media dan jurnalistik, melihat bagaimana frame mempengaruhi kerja wartawan dan bagaimana wartawan membuat berita lebih penting dan menonjol pada aspek tertentu. Dalam konsep Entman, framing pada dasarnya terfokus pada pemberian definisi, penjelasan definisi, evaluasi dan rekomendasi terhadap wacana untuk menonjolkan kerangka berfikir tertentu pada kejadian yang diwacanakan.¹⁶ Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengembangkan teknik triangulasi sumber, penelusuran data-data pendukung yang memperkuat penelitian.¹⁷

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Detik.com

Situs berita detikcom adalah produk media yang dibuat oleh PT Agronet Multicitra Siberkom (Agrakom). PT Agrakom didirikan oleh empat orang: Budiono Darsono, Abdul Rahman, Didi Nugrahadi, dan Yayan Sopyan pada Oktober 1995 (disahkan Januari 1996), dan bergerak di bidang pembuatan web (web services). Perusahaan itu cepat maju karena memiliki klien- klien besar, antara lain PT Astra Internasional, Kompas

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media* (Yogyakarta : LKiS, 2002).

¹⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

¹⁶ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media*.

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* .



Gramedia, PT Timah, United Tractor, BCA, Infomedia (Yellow Pages), Bank Mandiri, dan lain-lain.¹⁸

Pada awalnya domain Detik.com mulai aktif pada tanggal 29 Mei 1998, namun mulai aktif sebagai media online pemberitaan sejak tanggal 9 Juli 1998 dan dijadikan sebagai peringatan hari lahir dari Detik.com. Detik.com didirikan oleh empat orang wartawan yakni Budiono Darsono, Yayan Sopyan, Abdul Rahman, dan Didi Nugrahadi. Awalnya Detik.com dibuat dengan tujuan untuk dapat menyebarkan berita secara update dan berkelanjutan. Pada saat itu Detik.com tidak mengusung konsep media cetak harian, mingguan, maupun tahunan namun menggunakan konsep Breaking News dalam pemberitaannya. Kantor pertama redaksi Detik.com berada di bawah balkon stadion Lebak Bulus.

Pada 3 Agustus 2011, Detik.com resmi dikelola oleh Transmedia yang merupakan anak perusahaan dari CT Corp. CT Corp merupakan perusahaan milik Chairul Tanjung, ia tetap memposisikan detik.com sebagai media yang bebas dan juga netral. Detik.com berhasil bertahan dengan adanya pembaruan, kreativitas, dan wirausaha yang menjadi pedoman dalam perputaran roda bisnisnya. Pada awalnya situs detik.com sudah diakses oleh ratusan ribu pengguna media online perharinya, dan seiring berjalannya waktu dengan perkembangan-perkembangan yang dilakukan oleh detik.com membuat detik.com menjadi media online yang memiliki jutaan pembaca setiap harinya dan berhasil menjadi media online dengan pengiklanan terbesar di Indonesia

Ide awal pembuatan portal detik.com tidak terlepas dari sejumlah peristiwa yang terjadi pada tahun 1998. Saat itu, beberapa surat kabar dibungkam, termasuk tabloid DeTik (tempat Budiono bekerja). Karena kehilangan pekerjaan, ia bergabung dengan 3 wartawan lainnya, Yayan Sopyan (mantan wartawan tabloid DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan majalah Tempo) dan Didi Nugrahadi dengan investasi awal Rp 40 juta. Nama Detik.com sendiri dipilih karena keinginan untuk memberikan berita

¹⁸ A. Sapto Anggoro and Arif Supriyono, *Detikcom : Legenda Media Online* (Jakarta: Buku Kita, 2012).

terupdate secara tepat waktu melalui internet, berita singkat, reguler dan segera, berita instan tanpa menunggu.

Portal detik.com diluncurkan pada 9 Juli 1998. Pada tahun 1998, ketika status Agrakom mulai stabil dengan sekitar 15 karyawan dan penghasilan yang cukup, Budiono Darsono mulai mengeluarkan insting kreatifnya dengan menciptakan detikcom (www.detik.com). Budiono mengaku pernah mempresentasikan idenya untuk website berita kepada Kompas Gramedia, namun idenya tidak mendapat respon yang berarti. Terakhir, Budiono mengembangkan detikcom secara mandiri dari Yayan Sopyan. Menurut Yayan, ia bukan salah satu pendiri PT Agrakom, tapi ia sudah terlibat sejak Budiono pertama kali mendirikan detik.com.¹⁹

Profil Media Indonesia.com

Media Indonesia pertama kali diterbitkan pada tanggal 19 Januari 1970. Sebagai surat kabar umum pada masa itu, Media Indonesia awalnya diterbitkan sebanyak empat halaman dengan tiras yang sangat terbatas. Kantor pertama Media Indonesia di Jl. Letnan Jenderal M.T. Haryono, Jakarta, menjadi awal sejarah panjang Media Indonesia. Lembaga yang menerbitkan Media Indonesia adalah Yayasan Warta Indonesia. Pada tahun 1976, koran ini kemudian bertambah menjadi delapan halaman. Pada saat yang sama, terjadi perubahan peraturan di bidang jurnalistik dan penerbitan. Salah satunya adalah perubahan dari SIT (Surat Izin Penerbitan) menjadi SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers).

Akibat perubahan ini, industri penerbitan dihadapkan pada kenyataan bahwa jurnalisme tidak hanya harus memikul beban cita-cita, tetapi juga harus berkembang sebagai entitas bisnis. Sadar untuk terus maju, pada tahun 1987, Teuku Yousli Syah, pimpinan Media Indonesia, menggandeng Surya Paloh, mantan direktur surat kabar Prontas. Dengan kerja sama ini, kedua kekuatan menjadi satu, kekuatan pengalaman berjalan beriringan dengan kekuatan modal dan semangat. Maka pada tahun itu, Media

¹⁹ A. Sapto Anggoro and Arif Supriyono.



Indonesia lahir dengan manajemen baru di bawah PT Citra Media Nusa Purnama Surya Paloh sebagai Direktur Senior, sedangkan Teuku Yousli Syah menjadi CEO dan Direktur Perusahaan karena memegang Lestary Luhur. Selama ini, kantor pusat dan ruang redaksi dipindahkan. di Jl. Gondandia Lama No. 46 Jakarta Mulai tahun 1993, Media Indonesia pindah ke kantor baru di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav. A-D Kedoya Selatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Gedung ini bertanggung jawab untuk semua departemen termasuk penerbitan, percetakan, pusat dokumen, perpustakaan, sirkulasi, distribusi, serta fasilitas pendukung staf.²⁰

PEMBAHASAN

Setelah dikaji dengan analisis framing model Robert N. Entman, peneliti mengobservasi dua media, yakni Detik.com dan MediaIndonesia.com membingkai berbeda pada isu yang sama. Isu *endorsement* yang sedang mengemuka di media-media *mainstream* dibingkai atau *diframing* dengan perspektif berbeda.

Detik.com menulis berita dengan menonjolkan *endorse* pejabat publik dalam hal ini Presiden Jokowi. *Endorse* itu tertuju pada Prabowo Subianto yang saat itu telah mencalon sebagai bakal calon presiden dari koalisi Partai Gerinda dan PKB. Meski terkadang Jokowi meng*endorse* calon lain, seperti Ganjar Pranowo, namun Jokowi lebih sering meng*endorse* Prabowo Subianto.

Dalam berita yang dimuat bulan Maret 2023, Detik.com, berita 1 hingga 4 yang peneliti kaji menonjolkan riset Indikator Politik Indonesia (IPI), Burhanuddin Muhtadi. Detik.com mengulas hasil riset itu dengan berita *running (update* berita). Berita dimuat setiap hari mulai tanggal 26 hingga 30 Maret 2023. Penonjolan ini mengindikasikan bahwasannya isu *endorse* Jokowi merupakan berita menarik. Maklum, saat ini adalah tahun politik, sehingga media-media arus utama berlomba-lomba mengangkat isu politik. Detik.com menggunakan judul dengan diksi utama *endorse* dan elektabilitas Prabowo naik.

²⁰ Redaksi, "Tentang Kami," MediaIndonesia.com, accessed November 9, 2023, <https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>.

Selain riset IPI, Detik.com juga mengambil riset SRS untuk menunjukkan elektabilitas di Jawa Timur. Detik.com menyajikan berita itu untuk menekankan kalau Jawa Timur adalah salah satu kota besar yang memiliki tingkat pemilih tinggi.

Riset yang disajikan oleh Detik.com semuanya menunjukkan kenaikan elektabilitas Prabowo Subianto, karena efek Jokowi. Artinya, *endorse* yang dimainkan oleh Jokowi sangat berpengaruh pada kenaikan elektabilitas Prabowo Subianto. Berkali-kali dalam *running* berita itu, Detik.com menulis analisis dari Direktur Eksekutif IPI, Burhanuddin Muhtadi. Berita Detik.com terkait riset itu tidak hanya dalam bentuk teks, namun diperkuat dengan diagram dan juga video :

(<https://20.detik.com/detikupdate/20230330-230330070/endorse-jokowi-untuk-prabowo-terbukti-manjur-ini-surveinya>)

Menurut Burhanuddin, *endorse* Jokowi terhadap Prabowo sudah terang-terangan dilakukan sejak Nopember 2022 silam. *Endorse* itu bukan sekedar kode-kode, namun secara eksplisit (*low context*) menyebut Prabowo penurus saya. 2024 jatah Pak Probowo. Hal ini berbeda jika meng*endorse* Ganjar Pranowo dengan *high context* misal rambut putih.

Berita Detik.com mengarahkan pembaca terutama pemilih Jokowi pada pemilu 2014 dan 2019 untuk memilih Prabowo Subianto. Jaringan yang memenangkan Jokowi seperti projo pun telah mendeklarsi untuk mendukung Prabowo Subianto. Efeknya sangat jelas dan terbukti hasil riset IPI dan SRS termasuk sejumlah riset lain menunjukkan elektabilitas Prabowo Subianto naik sangat signifikan.

Sementara wartawan MediaIndonesia.com cenderung berlawanan dengan bingkai Detik.com. MediaIndonesia.com pada bulan yang sama hanya memuat tiga berita dengan tampilan biasa, tanpa analisis rinci dan dukungan diagram maupun video. Berita 1 berjudul Ngabalin Tegaskan tidak Ada Endorse Prabowo-Ganjar dari Jokowi. MediaIndonesia.com membingkai isu *endorse* Jokowi dengan *statement* Ngabalin yang justru menolak adanya *endorse* Jokowi. Jelas sekali, berita yang dimuat MediaIndonesia.com untuk membantah isu yang berkembang. Apalagi Ngabalin

direpresentasikan orang istana, karena dia sebagai Tenaga Ahli Utama Kantor Staf Presiden (KSP).

Berita 2 berjudul Kepala BIN: Aura Pak Jokowi Sebagian Pindah ke Pak Prabowo. Wartawan MediaIndonesia hanya menulis pernyataan Kepala BIN Budi Gunawan saat cara peresmian Gedung Papua Youth Creative Hub (PYCH) dan peluncuran produk-produk kreativitas di Jayapura, Papua, Selasa (21/3). Tidak ada data dan analisis lain. Foto yang ditampilkan adalah foto dokumentasi sekretariat presiden. Sedang pada berita 3 adalah antitesis dari berita 2 dengan judul Tidak Etis, Endorsement Pejabat Publik terhadap Bakal Capres Pemilu 2024. Wartawan MediaIndonesia.com memilih judul dengan diksi yang berlawanan dengan Detik.com. Tidak ada diksi elektabilitas naik, tapi tidak etis *endorsement*.

Perbedaan *framing* kedua media itu tidak terlepas dari faktor internal media masing-masing seperti siapa pemilik media, ideologi yang dianut, perspektif wartawannya dalam melihat peristiwa. MediaIndonesia.com dalam memberitakan isu *endorse* terlihat lebih hati-hati. Tidak menonjolkan bakal capres tertentu. Sehingga menggiring pembaca untuk tidak termakan isu *endorsement*. Maklum, MediaIndonesia.com adalah milik Surya Paloh yang notabene-nya pendiri Partai Nasdem. Pada kontestasi pemilu 2024 ini, Partai Nasdem telah mendeklarasi calonnya yakni Anies Baswadan. MediaIndonesia.com tidak ingin porsi berita terkait isu *endorse* lebih menonjol dibanding berita bakal capres Anies Baswedan.

KESIMPULAN

Hasil analisis menggunakan analisis framing Model Robert N. Entman, peneliti menyimpulkan bahwa framing Detik.com dan MediaIndonesia.com dalam isu endorse pejabat publik adalah berbeda. Detik.com mengkonstruksi berita dengan menonjolkan endorse Jokowi untuk bakal calon presiden Prabowo Subianto. Diksi yang sering ditonjolkan adalah endorse, Jokowi, kenaikan, elektabilitas, dan Prabowo Subianto.

Data pendukung utama untuk merekonstruksi berita isu endorse adalah data riset Indikator Politik Indonesia (IPI) dan Surabaya Reserch Syndicate (SRS). Detik.com

memuat berita tersebut terus menerus mulai tanggal 26, 27, 28, 29 dan 30 Maret 2023 dengan pengayaan data berupa hasil riset, diagram dan video.

Sedangkan MediaIndonesia.com justru antitesis dari Detik.com. MediaIndonesia dalam merekonstruksi berita isu endorse pejabat publik menulis bantahan isu itu dan menilai endorsement tidak etis dilakukan oleh pejabat publik. Diksi yang ditonjolkan adalah tidak ada endorse, tidak etis endorse.

MediaIndonesia.com dalam tiga berita itu tidak melengkapi dengan data-data pendukung lain seperti riset, diagram maupun video. MediaIndonesia.com sebaliknya mengambil narasumber yang berlawanan dengan berkembangnya isu endorsement. Hasil penelitian itu dapat disimpulkan bahwasannya konstruksi berita Detik.com dan MediaIndonesia.com dalam isu endorse Jokowi berbeda,

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A. Sapto Anggoro, & Arif Supriyono. (2012). *Detikcom : legenda media online*. Buku Kita.
- Alex Sobur. (2006). *Analisis teks media : suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*. Remaja Rosdakarya.
- Asep Saeful Muhtadi. (2016). *Pengantar ilmu jurnalistik* (Iqbal Triadi Nugraha, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing: konstruksi, ideologi, dan politik media*. LKiS.
- H.M. Burhan Bungin. (2021). *Sosiologi komunikasi : teori, paradigma, cybercommunity, media sosial dan diskursus teknologi media komunikasi* (10th ed.). Kencana.
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Mahi M. Hikmat. (2018). *Jurnalistik : literary journalism* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Mahyani Br Hasibuan, R., Syhadah Sinaga, N., & Rahmadina, A. (n.d.). *Metode Analisis Framing dalam Media Sosial*.
- Muhammad Idris. (2021, July 24). *Apa itu Endorse dalam Strategi Pemasaran?* Kompas.Com.



Jurnal:

Berger, P. L., Pengkajian, K. B., Komunikasi, P., Jakarta, I., Litbang, B., & Kemenkominfo, S. (2014). *CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY AS THOUGHT MOVEMENT (Theoretical Review On Social Construction of Reality)*.

Hendriyani, H. (2017). Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v2i1.7832>

Regia Fiorentina, Mayasari, & Fajar Hariyanto. (2018). ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN "REUNI AKBAR 212" ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT N ENTMAN MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DENGAN REPUBLIKA.CO.ID Edisi 26 November 2017 – 9 Desember 2017. *JURNAL POLITIKOM INDONESIA*, 3(2). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1657>

Internet:

Annisa Fianni Sisma Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Profil Surya Paloh, K. P. N. yang M. B. M. <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media> P. A. F. S. E. agung. (2023, February 24). *Profil Surya Paloh, Ketua Partai NasDem yang Memiliki Bisnis Media* Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Profil Surya Paloh, Ketua Partai NasDem yang Memiliki Bisnis Media" , <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media> Penulis: Annisa Fianni Sisma Editor: agung. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/agung/ekonopedia/63f863137a68c/profil-surya-paloh-ketua-partai-nasdem-yang-memiliki-bisnis-media>

Redaksi. (n.d.). *Tentang Kami*. MediaIndonesia.Com. Retrieved November 9, 2023, from <https://mediaindonesia.com/statics/tentang-kami>