

ANALISIS FRAMING BERITA DEKLARASI ANIES BASWEDAN OLEH PARTAI NASDEM SEBAGAI BAKAL CALON PRESIDEN

Mukhammad Raka Dwi Almahdhi; Rona Rizkhy Bunga Chasana

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Penelitian ini mengetahui bagaimana media memberitakan dan mendeskripsikan pemberitaan deklarasi pencalonan Anies Baswedan oleh partai Nasdem dalam pilpres 2024 mendatang. Media online pun tidak lepas untuk memberitakan momen tersebut. Masing-masing media pun memiliki perbedaan dalam mengkonstruksi pemberitaan tersebut. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan kajian teks berita pada media Republika.co.id dan Kompas.com. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis framing model Robert N. Entman. Berdasarkan hasil dan pembahasan dari analisis framing model Robert N. Entman, keberpihakan dari media Republika.co.id pada Anies Baswedan dan partai Nasdem karena adanya perbedaan ideologi kepemilikan media. Sedangkan pada media kompas.com, tidak terjadi keberpihakan dalam mengkonstruksi beritanya, hal ini sesuai dengan kode etik media online. Kedua media tersebut memiliki kecenderungan yang berbeda dalam mengkontruksi beritanya, hal ini dapat disebabkan karena ideologi dan kepemilikan media yang berbeda.

Kata Kunci : Framing, Anies Baswedan, Media Online

Abstract

This research finds out how the media reports and describes reporting on the declaration of Anies Baswedan's candidacy by the Nasdem party in the upcoming 2024 presidential election. Online media was not free to report this. Each media also has differences in constructing the news. Researchers used a qualitative approach by conducting a study of news texts on the media Republika.co.id and Kompas.com. The data analysis technique used is Robert N. Entman's framing analysis model. Based on the results and discussion of Robert N. Entman's framing model analysis, the partiality of the Republika.co.id media towards Anies Baswedan and the Nasdem party is due to differences in media ownership ideology. Meanwhile, at kompas.com media, there is no bias in constructing the news, this is in accordance with the online media code of ethics. The two media have different tendencies in constructing their news, this can be caused by different ideologies and media ownership.

Keywords: Framing, Anies Baswedan, Online Media

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia akan segera bertemu dengan hari penting sebagai negara yang memiliki bentuk pemerintahan demokrasi. Joko Widodo selaku Presiden RI sudah mendekati akhir periodenya menduduki kursi jabatan yang tersisa 2 tahun lagi hingga tahun 2024 mendatang.

Untuk itu akan segera dilaksanakannya pemilihan presiden periode 2024. Dilansir dari portal berita Republika.co.id pada tanggal 3 Oktober 2022, Anies Baswedan resmi di usung oleh partai Nasdem sebagai calon Presiden 2024 mendatang. Bisa dikatakan, partai Nasdem merupakan partai pertama yang resmi mendeklarasikan calon presiden untuk pemilu 2024 mendatang. Pengumuman tersebut cukup menyita perhatian masyarakat Indonesia, karena berita tersebut muncul diantara berita tragedi kanjuruhan terjadi. Puspita (2022) mengatakan bahwa selain Republika.co.id, ada beberapa media yang mengambil langkah cepat untuk segera memberitakan momen tersebut, salah satunya yaitu Kompas.com.

Anies Rasyid Baswedan atau yang biasa dikenal dengan nama Anies Baswedan merupakan mantan gubernur provinsi DKI Jakarta yang masa jabatannya baru saja selesai pada 16 Oktober 2022 lalu. Akhir jabatan Anies Baswedan tersebut pun mendapatkan komentar dari berbagai pihak mengenai hasil kinerjanya selama menjabat sebagai guberbur DKI Jakarta. Lembaga Survei Independen Nusantara (LSIN) mengukur elektabilitas calon presiden jelang pemilu 2024, dari hasil beberapa survei, salah satunya survei opini politik (IPO) yang diselenggarakan pada tanggal 23-28 Mei 2022 anies baswedan menjadi yang tertinggi dibandingkan 9 nama lainnya, yaitu dengan nilai 26,92%. Selain berdasarkan survei, kehadiran Anies dalam dunia politik sudah ada sejak pemerintahan Joko Widodo. Hal ini terbukti bahwa Anies pernah menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, sehingga Anies sangat berkontribusi besar dalam dunia Pendidikan di Indonesia. Sederet prestasi dan penghargaan pernah di dapatkannya baik di dalam maupun di luar negeri (Leni Anindita et al., 2022).

Maka dari itu, berdasarkan survei dan latar belakang tersebut Anies Baswedan cukup menjanjikan untuk mengikuti pemilihan presiden tahun 2024 mendatang. Namun, dilansir dari Republika.co.id, pihak PDIP mengatakan bahwa kinerja Anies nol persen selama menjabat sebagai gubernur. PDIP juga mengatakan bahwa dari 23 janji, Anies hanya memenuhi lima janji saja, bahkan lima janji tersebut dianggap tidak maksimal. Namun, pernyataan fraksi PDIP itu dibantah oleh fraksi PKS yang menganggap bahwa kinerja Anies Baswedan sudah baik dan menepati janjinya selama lima tahun terakhir (Raharjo, 2022). Hal di atas menarik untuk dilihat bahwa opini mengenai kepemimpinan Anies dapat berdampak pada pencalonan dirinya sebagai calon presiden.

Sebelumnya, Anies Baswedan memenangkan pilkada 2017 – 2022 sebagai gubernur DKI Jakarta dengan pasangannya Sandiaga Uno. Pada kampanye pilkada tersebut, Anies memiliki *tagline* “Maju Kotanya, Bahagia Warganya”. Dilansir dari jppn.com, arti dari *tagline* tersebut adalah Anies merasa bahwa ibukota Jakarta hanya maju di pembangunan infrastrukturnya tetapi kurang memperhatikan rakyat yang tinggal disana (Tim Redaktur,

2016). Menurut Adriyanto (2018), Anies Baswedan mulai dikenal oleh publik dimulai saat dirinya menduduki kursi jabatan di dalam kabinet kerja Jokowi sebagai Menteri Kebudayaan dan Pendidikan Dasar dan Menengah. Namun, dirinya mengalami *reshuffle* dan posisinya digantikan oleh Muhadjir Effendy.

Nugroho (2008) mengatakan bahwa aktivitas media massa membantu masyarakat dalam persebaran informasi mengenai calon-calon yang akan mengikuti pemilihan presiden. Namun peran tersebut tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga dengan bumbu – bumbu kepentingan politik juga (Nugroho, 2008). Menurut Mahdi (2004), berita dapat dikatakan sebagai hasil tatanan ulang media tidaklah hadir dengan sendirinya. Media dan berita hidup di tengah realitas yang penuh dengan konflik, ideologi, dan nilai-nilai. Berita itu sendiri mencerminkan keyakinan entitas dan ideologi yang dapat mendominasi sebuah entitas. Menurut Eriyanto (2011), media dapat dijadikan sebagai sarana suatu kelompok dalam mengukuhkan posisinya dan merendahkan media lain. Namun, hal itu bukan berarti buruk, karena seperti yang dikatakan Mahdi (2004) bahwa media telah memberikan sebuah alternatif cara melihat realitas yang berbeda sesuai dengan ideologinya, seperti pada portal berita Republika.co.id dan Kompas.com.

Isi berita yang berbeda dari dua media yang berbeda seringkali memberikan perbedaan pendapat pada publik. Perbedaan tersebut dapat menumbuhkan hasrat pada pembacanya (Anggoro, 2014). Menurut Munawaroh (2014) [Republika](http://Republika.co.id) merupakan media massa yang lahir dengan ideologi berbasis islam. [Republika](http://Republika.co.id) lahir dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Lahirnya [Republika](http://Republika.co.id) yang begitu tegak dengan ideologinya serta secara terbuka mengatakan bahwa dirinya merupakan media islam menjadikan [Republika](http://Republika.co.id) sebagai media massa yang membahas atau memberitakan sebuah peristiwa dari sudut pandang islam. Sementara menurut Pratiwi (2018) Kompas.com merupakan sebuah media massa nasional yang memiliki ideologi lebih terbuka, menyajikan informasi melalui sudut pandang yang obyektif, independen, tidak dikurang-kurangi, tidak tercampuri oleh kepentingan pihak tertentu khususnya dibidang politik, ekonomi, dan kekuasaan. Alasan peneliti menggunakan media Republika.co.id dan Kompas.com adalah karena kedua media tersebut dapat dengan mudah di akses dan kedua media ini cukup intens dalam mengupdate berita. Berdasarkan observasi, peneliti menemukan bahwa antara media online Republika.co.id dengan Kompas.com terjadi pertarungan wacana dalam memberitakan kasus tersebut. Republika.co.id lebih giat memberitakan berbagai sisi positif dari satu pihak dan hampir tidak memuat klarifikasi dari pihak Partai PDI-P. Sebaliknya, Kompas.com lebih respon dari 2 belah pihak.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Adriyanto (2018) tentang pemberitaan media online pasca pelantikan gubernur DKI Jakarta yang baru 2017 lalu, mendapatkan kesimpulan berupa adanya perbedaan konstruksi realitas antara tiga media yang membahas tentang pasangan Anies – Sandi. Anies Sandi didukung oleh media republika.co.id, namun lebih di kritisi oleh media kompas.com, sementara media yang lain yaitu detik.com lebih netral dalam menampilkan berita. Hal tersebut dapat terjadi karena pengaruh ideologi media dan pengaruh kepemilikan yang menjalin koalisis atau hubungan dengan Anies (Adriyanto, 2018).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizal tentang pemberitaan capres dan cawapres di akun media sosial detik.com menghasilkan kesimpulan bahwa berita yang diproduksi Detik.com lebih mendukung salah satu pihak pasangan capres dan cawapres yang ada. Berita tersebut dianalisis menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Penelitian tersebut pun menyatakan bahwa Detik.com melakukan agenda setting yang dapat dilihat dari bagaimana detik.com mengemas isu dan seberapa banyak media Detik.com memuat tentang isu yang ingin ditonjolkan tersebut (Rizal, 2021).

Berdasarkan fakta yang didapatkan dan hasil telaah dari penelitian terkait, peneliti ingin mengetahui bagaimana pembingkaihan yang dilakukan oleh media Republika.co.id dengan Kompas.com tentang berita pencalonan Anies Baswedan oleh Partai Nasdem pada pemilihan Presiden tahun 2024 mendatang yang dimana Anies Baswedan sendiri merupakan sosok keturunan Arab yang memiliki kedekatan dengan komunitas/kelompok dan Partai Islam menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Hal lain yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini yaitu karena Anies Baswedan adalah politisi pertama yang diusung dan digadang-gadang oleh Partai Politik yaitu NasDem untuk maju dalam pilpres 2024-2029 mendatang. Untuk itu, peneliti menetapkan judul **“ANALISIS FRAMING BERITA DEKLARASI ANIES BASWEDAN OLEH PARTAI NASDEM SEBAGAI BAKAL CALON PRESIDEN”**. Peneliti menggunakan analisis framing model Robert N. Entman dengan alasan karena dua unsur utama framing yaitu seleksi isu dan penonjolan. Maka dari itu, peneliti memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana media Republika.co.id dan Kompas.com membingkai pemberitaan deklarasi pencalonan Anies Baswedan?

1.2 Teori Framing

Menurut Anggoro (2014) Framing adalah bagaimana sebuah media membingkai berita atau peristiwa yang terjadi. Cara yang dilakukan untuk membingkai suatu berita biasanya dengan cara menonjolkan dan menekankan suatu bagian tertentu dari suatu realitas. Teori Framing sendiri dapat dikatakan sebagai sebuah cara untuk menganalisis bagaimana sebuah media membingkai atau mengkonstruksi sebuah realitas yang biasanya berupa peristiwa atau apapun

yang dapat dijadikan berita. Ada beberapa jenis atau model framing yang biasanya digunakan untuk menganalisis sebuah media, salah satunya adalah milik Robert N. Entman. Menurut Entman sendiri, segala hal yang kita ketahui atau pahami tentang sebuah realitas tergantung dari bagaimana kita membingkai sebuah realitas tersebut. Menurut Entman, Framing dapat dilihat dari dua dimensi, yaitu seleksi isu dan penekanan sebuah realitas di beberapa bagian. Penonjolan menurut Rizal (2021) berarti bagaimana informasi dibuat lebih menarik agar lebih memikat pembaca. Dalam konsep framing sendiri, media memilih dan memilah berbagai isu dan mengabaikan isu lainnya kemudian menonjolkan bagian-bagian dari isu tersebut dengan berbagai cara. Hal tersebut dilakukan untuk membuat konstruksi agar berita memiliki makna yang kuat dan lebih mudah diingat.

Ada sebuah perangkat yang dikembangkan oleh Entman untuk menganalisis bagaimana media mengkonstruksi sebuah realitas. Perangkat tersebut dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

a. *Define Problems* (Pendefinisian Masalah)

Pada bagian ini, sebuah isu atau masalah dikaji atau dianalisis oleh wartawan dan dilihat sebagai *what* atau masalah apa. Pendefinisian masalah ini merupakan bingkai utama dan secara luas wartawan memasukkan pemahamannya sendiri tentang masalah ini dalam membingkai sebuah realitas.

b. *Diagnose cause* (Memperkirakan Penyebab Masalah)

Entman menjelaskan bahwa elemen kedua ini membahas tentang siapa aktor yang ada di dalam masalah tersebut. Aktor atau penyebab ini dapat berupa apa (*what*) dan siapa (*who*). Bagaimana sebuah masalah dipahami berarti sumber masalah atau penyebab masalahnya juga diketahui. Oleh karena itu sebuah pendefinisian masalah yang berbeda berarti memiliki penyebab masalah yang berbeda pula. Jadi disini mengidentifikasi siapa yang menjadi pelaku dan siapa yang menjadi korban dalam masalah yang dibingkai.

c. *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Entman menjelaskan bahwa pada elemen ini merupakan elemen dimana pendefinisian masalah akan dibenarkan dengan didukung argumentasi yang kuat. Argumentasi dibutuhkan untuk mendukung gagasan pendefinisian masalah dan penentuan sumber masalah. Pada elemen ini juga menjelaskan nilai moral yang disajikan pada masalah yang dianalisis.

d. *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Pada elemen ini berisi tentang penyelesaian masalah yang direkomendasikan untuk menghadapi permasalahan. Biasanya, apa yang diinginkan atau dikehendaki

oleh wartawan berada pada elemen ini. Penyelesaian tersebut pun tentu saja berhubungan dengan bagaimana pendefinisian masalah dan apa yang menjadi sumber masalahnya.

Pada penelitian ini, teori framing digunakan untuk memeriksa dua bagian pada komunikasi yaitu komunikator pada produksi pesan dan pesan yang diproduksi. Hal ini karena menurut Entman (2007), jurnalis seringkali tidak berimbang dalam memberikan informasi kepada khalayak umum. Hal tersebut disebabkan oleh adanya interaksi jurnalis dengan sponsor frame yang pada penelitian ini ialah ideologi dan kepemilikan media dapat menetapkan bagaimana hasil dari frame media yang diproduksi.

Teori Framing model Entman cocok digunakan pada penelitian ini karena dua unsur utama framing yaitu seleksi isu dan penonjolan. Hal tersebut digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana media republika.co.id dan kompas.com melakukan seleksi itu dan menonjolkan isu-isu yang akan diproduksi dan sebarkan kepada masyarakat.

1.3 Ideologi Media dalam Media Massa

Kelompok, etnis, benda, realitas, hal tersebut dapat dilihat dari berbagai sudut pandang melalui berbagai jenis pesan yang disajikan oleh media massa (Pawito, 2014). Hal tersebut termasuk dalam persoalan ideologi. Konsep Ideologi sendiri menurut Pawito dibedakan menjadi dua sudut pandang: (a) Yang pertama yaitu ideologi diartikan sebagai sebuah kelompok yang memiliki karakter dari keyakinan di lingkungan mereka. Ideologi di sini dimaknai secara lembut (*soft*); sementara (b) yang kedua merupakan ideologi yang dimaknai secara keras (*hard*). Di sini ideologi diartikan sebagai keyakinan yang menjadi acuan untuk para masyarakat memandang sebuah realitas.

Terdapat isu penting yang akan dianalisis dalam penelitian ini, yaitu apakah ideologi dan kepentingan dari pemilik media massa akan tercermin pada pemberitaan yang dihasilkan. Hal tersebut dikarenakan kondisi saat ini media massa tidak lagi menampilkan realitas secara bersih tanpa campur tangan orang lain, namun hal tersebut dipengaruhi oleh siapa yang memiliki media atau unsur kepemilikan media tersebut (Kurniasari & Aji, 2015). Michael Gurevitch (2005) menjelaskan bahwa pesan dan ideologi dari media massa yang berpengaruh pada audiens dikhawatirkan akan dipengaruhi oleh kepemilikan media massa, bahkan pemberitaan media juga dipengaruhi oleh kepemilikan media (Henry Subiakto, 2015). Dari gagasan tersebut, dapat dikatakan bahwa audiens secara tidak langsung telah di “pilihkan” dalam mengonsumsi sebuah berita. Apalagi apabila pemilik dari media memiliki kepentingan di dalam berita yang sedang diproduksi.

Menurut Mahdi (2004) Berita dapat dikatakan sebagai hasil tatanan ulang media tidaklah hadir dengan sendirinya. Media dan berita hidup di tengah realitas yang penuh dengan konflik, ideologi, dan nilai-nilai. Berita itu sendiri mencerminkan keyakinan entitas dan ideologi yang dapat mendominasi sebuah entitas. Menurut Eriyanto (2011) media dapat dijadikan sebagai sarana suatu kelompok dalam mengukuhkan posisinya dan merendahkan media lain. Namun hal itu bukan berarti buruk, karena seperti yang dikatakan Mahdi, (2004) bahwa media telah memberikan sebuah alternatif cara melihat realitas yang berbeda sesuai dengan ideologinya. Gramsci menjelaskan bahwa ada hubungan yang bersifat hegemonik antara pemilik media dengan wartawan. Dari hubungan tersebut, untuk tetap berjalan pada ideologi dan kepentingannya, segala produksi media akan dikontrol oleh pemilik media.

1.4 Konstruksi Realitas Media Massa

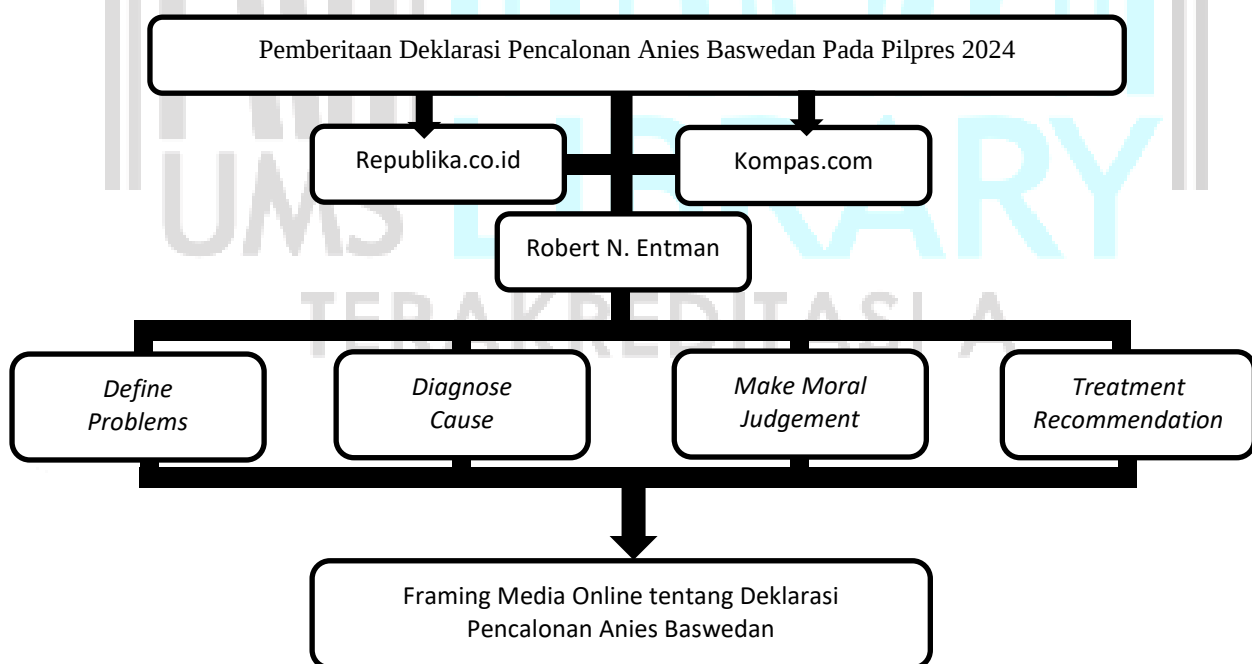
Menurut Suryadi (2011) konstruksi sosial didefinisikan sebagai sebuah proses usaha untuk menceritakan realitas yang biasanya berupa benda, peristiwa, ataupun juga keadaan baik yang berkaitan dengan politik maupun tidak. Israwati melanjutkan bahwa para pekerja di industri media melakukan konstruksi pada berbagai realitas dan menghasilkan isi media yang akan disebarkan ke masyarakat. Sementara Mahdi (2004) menjelaskan bahwa realitas (teks berita) bukanlah sebuah realitas yang apa adanya, melainkan sebuah produk yang telah dibingkai oleh media yang memproduksinya.

Media dapat dikatakan sebagai agen konstruksi karena dapat menjadi sebuah wadah yang strategis. Hal tersebut mengerucut pada berbagai kepentingan salah satunya politik karena dapat menjadi sebuah alat untuk mendominasi persepsi publik (Mahdi, 2004). Terkadang media massa sendiri seringkali tidak bisa bersikap netral sebagai ruang publik karena seringkali terlibat dalam proses konstruksi realitas sosial. Media massa sering terlibat dalam konstruksi realitas sehingga tidak menampilkan realitas yang sesungguhnya dengan berbagai alasan seperti alasan teknis, ekonomi, maupun alasan ideologi yang ada dalam media tersebut (Suryadi, 2011). Padahal dalam mengkonstruksi berita, diperlukan kode etik media supaya dapat menghasilkan berita yang berimbang atau tidak memihak. Pedoman standar etika media dalam menghasilkan berita menurut (Uche Aja S., Chukwu J., 2020 : 276) terdiri dari kejujuran, teliti dan selalu mengecek fakta, objektivitas yang tidak memihak, transparansi dalam menyajikan berita, tidak memihak, keseimbangan, kedekatan dengan narasumber, penggunaan sumber berita yang kredibel, pengambilan gambar yang baik, kredibilitas untuk membangun kejujuran.

Sebelum mengkonstruksi sebuah realitas, media akan melakukan seleksi isu tentang apa yang hendak ditonjolkan oleh media tersebut dan apa yang akan dikurangi untuk

ditampilkan, karena itulah pembingkai menjadi hal paling penting karena berhubungan dengan khalayak yang akan dipengaruhi dan melakukan penafsiran atas realitas yang disebarkan oleh media massa (Kurniasari & Aji, 2015). Dari premis tersebut, persepsi masyarakat dapat disatukan oleh media massa dari cara pemilihan prioritas dan arah pemberitaan. Dengan itu, persepsi dan semangat dapat disatukan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu karena media dapat menentukan langkah selanjutnya tentang apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan. Dari situlah bukti bahwa sebuah realitas yang diciptakan oleh media massa bukanlah realitas yang sebenarnya, karena setiap orang termasuk wartawan, editor, dan pemilik media turut ikut campur dalam produksi media (Wicks, 2017).

Keterkaitannya dengan penelitian ini yaitu karena menurut Suryadi (2011), framing digunakan sebagai alat pengemas sebuah kenyataan atau realitas dan menghasilkan sebuah wacana yang biasanya berbentuk berita. Namun, praktik framing ini dipengaruhi oleh kepentingan media baik politis, teknis, ideologis maupun ekonomis. Sehingga media harus mengkonstruksi realitas yang ada sesuai kepentingan media tersebut. Untuk itulah penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kepentingan media dapat mempengaruhi pembuatan berita di dua media yang berbeda.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

2. METODE

Penelitian ini pun menggunakan pendekatan kualitatif melalui kajian teks pada media Republika.co.id dan Kompas.com. Subjek dari penelitian ini adalah media berbasis online,

yaitu media Republika.co.id dan Kompas.com, sementara objeknya ialah berita pencalonan Anies Baswedan dalam Pemilihan Presiden 2024 pada kedua portal berita tersebut pada tanggal 3 Oktober - 3 November 2022. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer, yaitu berita yang dipublikasikan oleh Republika.co.id dan Kompas.com mengenai konstruksi deklarasi pencalonan Anies Baswedan oleh partai Nasdem dalam pilpres 2024 dan sumber data sekunder, yaitu menggunakan jurnal, buku, dan referensi lainnya untuk memperkuat data primer.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara observasi atau mengamati pemberitaan deklarasi pencalonan Anies Baswedan oleh Nasdem pada kedua portal media dan dengan cara dokumentasi di media online Republika.co.id dan Kompas.com pada tanggal 3 Oktober – 3 November 2022. Peneliti menemukan ada 11 berita mengenai deklarasi pencalonan Anies Baswedan sebagai presiden 2024 di media republika.co.id dan 70 berita dari kompas.com.

Dalam penentuan sampel penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, dimana teknik ini mengambil sampel sesuai kriteria yang dipilih, sedangkan yang tidak sesuai dengan kriteria tidak dijadikan sampel. Dari hasil observasi dan dokumentasi, peneliti berhasil mengerucutkan 10 berita yang akan dianalisis, berita tersebut terdiri dari 5 berita dari Republika.co.id dan 5 berita dari Kompas.com. Dari masing-masing berita yang diteliti, peneliti membagi 5 berita tersebut berdasarkan 4 topik, yaitu: deklarasi Anies Baswedan sebagai calon Presiden, penolakan Hasto terhadap deklarasi pencalonan Anies Baswedan sebagai calon Presiden, dampak keputusan pengusungan Anies Baswedan terhadap Partai Nasdem, dan isu *reshuffle* kabinet pemerintahan Jokowi-Ma'ruf pasca deklarasi Anies Baswedan sebagai calon Presiden. Alasan penentuan jumlah unit berita tersebut karena topik yang dibahas dapat dibandingkan dan dinilai sudah dapat mewakili tentang bagaimana framing yang dilakukan oleh kedua portal media online diatas.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivis. Penggunaan paradigma konstruktivis memiliki alasan karena konstruktivis sendiri menganggap bahwa segala realitas sosial yang ada bukanlah realitas yang sebenarnya, karena realitas tersebut telah dikonstruksi oleh pihak tertentu. Untuk itu, fokus analisis yang menggunakan paradigma konstruktivis ini yaitu untuk melihat bagaimana dan dengan cara apa sebuah realitas tertentu dibingkai atau dikonstruksi. Konstruktivis juga menganggap bahwa hasil realitas yang telah dikonstruksi oleh media merupakan realitas asli yang harus dimiliki masyarakat sehingga media akan memproduksi media dengan menanamkan ideologinya pada hasil konstruksi

tersebut. Maka dari itu segala hal realitas yang dikonsumsi masyarakat bukanlah realitas yang original melainkan hasil konstruksi media (Kurniasari & Aji, 2015).

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis framing model Robert N. Entman. Menurut Eriyanto (2011), framing digambarkan oleh Entman sebagai proses media menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari suatu isu atau peristiwa. Penonjolan disini memiliki arti bahwa realitas yang dikonstruksi oleh media dibuat lebih jelas dengan cara menampilkan satu aspek lebih menonjol dari aspek lainnya dan melakukan pengulangan pada informasi yang dianggap penting (Astuti, 2016).

Perangkat yang dikembangkan oleh Entman untuk menganalisis bagaimana media mengkonstruksi sebuah realitas dibagi menjadi empat bagian yaitu: *Define Problems*, *Diagnose cause*, *Make Moral Judgement*, *Treatment Recommendation* (Santi, 2012). Perangkat Framing tersebut digambarkan dalam skema berikut;

Tabel 1 Perangkat Analisis Framing Robert N. Entman

Perangkat	Keterangan
<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana sebuah isu atau realitas dilihat? Sebagai apa? Masalah apa?
<i>Diagnose cause</i> (Perkiraan Sumber Masalah)	Melihat apa atau siapa yang menjadi sumber masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Nilai Moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah tersebut? Nilai moral apa yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah? Jalan apa yang harus ditempuh untuk menyelesaikan masalah?

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Momen partai Nasdem resmi mengusung Anies Baswedan sebagai calon presiden 2024 merupakan salah satu momen penting yang terjadi di Indonesia. Pasalnya, Anies Baswedan merupakan orang pertama yang secara resmi diusung oleh partai politik untuk ikut dalam perebutan kursi sebagai orang nomor satu di Indonesia. Momen ini pun tak lepas dari media yang ingin memberitakannya. Termasuk dua media yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu Republika.co.id dan Kompas.com. Dari dua portal media yang akan diteliti, diambil masing-masing 5 berita dari Republika.co.id dan Kompas.com yang memberitakan tentang pencalonan Anies Baswedan oleh partai Nasdem dalam pilpres 2024.

Pada penelitian ini yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Pencalonan Anies Baswedan Oleh Partai Nasdem Pada Pemilihan Presiden 2024-2029 Di Media Republika.co.id Dan Kompas.com, artikel berita akan dianalisis menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Analisis Framing milik Entman ini memiliki 4 elemen yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Berikut ini merupakan hasil analisis framing model Robert N Entman pada media Republika.co.id dan Kompas.com :

3.1.1. Analisis Framing Sampel Berita tentang Deklarasi Anies Baswedan sebagai Calon Presiden oleh Partai Nasdem

Pencalonan Anies Baswedan dalam pilpres 2024 oleh Partai Nasdem diberitakan oleh dua media online yaitu Republika.co.id dan kompas.com. Namun, dua media tersebut memiliki pandangan yang berbeda dalam mengemas momen tersebut.

Tabel 2 Analisis Framing Sampel Berita tentang Deklarasi Anies Baswedan sebagai Calon Presiden oleh Partai Nasdem. Sumber: Republika.co.id dan Kompas.com

Perangkat Framing Robert N. Entman	Republika.co.id “Resmi Usung Anies, Nasdem : Kita Cari yang Terbaik” (3 Oktober 2022)	Kompas.com “Nasdem Resmi Deklarasikan Anies Baswedan jadi Capres 2024” (3 Oktober 2022)
<i>Define Problems</i>	Nasdem menganggap mengusung Anies Baswedan adalah pilihan terbaik.	Partai Nasdem telah resmi mendeklarasikan Anies Baswedan pada pilpres tahun 2024 mendatang.
<i>Diagnose Causes</i>	Surya Paloh menyebutkan bahwa Anies Baswedan merupakan sosok terbaik.	Pengusungan Anies Baswedan disampaikan secara langsung oleh Ketua Umum Partai Nasdem, Surya Paloh.
<i>Make Moral Judgement</i>	Media Republika.id berdasarkan hasil Survei dari Indikator Politik Indonesia yang dilakukan pada 13 sampai 20 September 2022 menyatakan bahwa Anies Baswedan merupakan salah satu dari 3 besar tokoh yang difavoritkan masyarakat	Ketua Umum Partai Nasdem, Surya Paloh menyampaikan bahwa Anies Baswedan merupakan pribadi yang terbaik yang dipilih Partai Nasdem.

<i>Treatment Recommendation</i>	Masyarakat diminta untuk mengawal pencalonan Anies Bas wedan.	Pada berita ini, Kompas.com tidak memberikan solusi apapun.
---------------------------------	---	---

Setelah melakukan analisa pada berita tersebut, dapat diartikan bahwa Republika.co.id menunjukkan keberpihakan kepada partai Nasdem dan Anies Baswedan dalam konstruksi berita mengenai isu deklarasi Anies Baswedan sebagai Calon Presiden. Hal itu ditunjukkan dari penulisan judul berita “Resmi Usung Anies, Nasdem: Kita Cari yang Terbaik”. Keberpihakkan Republika.co.id juga terlihat dari *define problems* dan *diagnose causes* yang menyebutkan bahwa Anies Baswedan merupakan sosok terbaik. Hal tersebut pun juga didukung dari *make moral judgement* dengan memaparkan hasil survei dari Indikator Politik Indonesia bahwa Anies Baswedan merupakan satu dari tiga kandidat favorit pilihan masyarakat.

"Sebelumnya diketahui, hasil Survei dari Indikator Politik Indonesia yang dilakukan pada 13 sampai 20 September 2022 menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, dan Anies Baswedan konsisten menjadi tiga besar pilihan warga sebagai calon presiden (capres) pada pemilu 2024 mendatang."

Maka dari itu berdasarkan pemaparan data dapat dilihat bahwa Republika.co.id dalam melakukan membingkai berita dianggap kurang professional, karena menurut Fiske (1994) media online yang menunjukkan keberpihakan kepada salah satu pihak dianggap tidak professional.

Sementara pada media Kompas.com dalam membingkai beritanya lebih menunjukkan ketidakberpihakan. Hal ini bisa dilihat dari *diagnose causes* Kompas.com bagaimana pihak Kompas tidak menonjolkan sisi positif maupun sisi negatif sosok Anies Baswedan maupun Partai Nasdem. Hal ini ditunjukkan oleh kalimat berikut ini :

"JAKARTA, KOMPAS.com - Partai Nasdem resmi mendeklarasikan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan sebagai calon presiden (capres) yang akan diusung pada Pilpres 2024. Pengumuman tersebut disampaikan langsung oleh Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh."

Kompas.com menurut (Uche Aja S., Chukwu J., 2020 : 276) dianggap telah mengikuti pedoman etika jurnalisme online, salah satunya adalah ketidakberpihakan sehingga Kompas.com menyajikan beritanya secara berimbang.

3.1.2 Analisis Framing Sampel Berita tentang Hasto, Sekretaris Jendral PDI-P Menolak Anies Baswedan sebagai Calon Presiden 2023

Tabel 3 Analisis Framing Sampel Berita tentang Hasto, Sekretaris Jendral PDI-P Menolak Deklarasi Pencalonan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden 2023. Sumber : Republika.co.id dan Kompas.com

Perangkat Framing Robert N. Entman	Republika.co.id	Kompas.com
	“Hasto vs Elite Nasdem Gara-gara Anies jadi Capres” (12 Oktober 2022) & “Kritik untuk Hasto yang Dinilai Nyinyir Setelah Nasdem Deklarasikan Anies Capres” (12 Oktober 2022)	“Hasto Blak-blakan Alasannya Getol Serang Nasdem : Karena Pernyataan Antitesis Jokowi” (13 Oktober 2022)
<i>Define Problems</i>	Hasto, Sekretaris Jendral PDI-P mengkritik pernyataan salah satu elite Nasdem.	Hasto, Sekretaris Jendral PDI-P kerap mengkritik Nasdem pasca deklarasi Anies.
<i>Diagnose Causes</i>	Hasto, Sekretaris Jendral PDI-P menanggapi pernyataan kader Nasdem dan mengkritik kinerja Anies Baswedan dalam menangani banjir.	Salah satu kader Nasdem mengatakan bahwa Anies merupakan antitesis Jokowi.
<i>Make Moral Judgement</i>	Menurut salah satu elite Nasdem dan Pengamat Komunikasi Politik dari Universitas Esa Unggul, hasto harus berhenti mengkritik karna hanya akan menimbulkan kesan negatif.	Hasto, Sekretaris Jendral PDI-P menilai perkataan mengenai antitesis tersebut dapat menimbulkan kerumitan pada pemerintahan.
<i>Treatment Recommendation</i>	Elite nasdem mempertegas komitmen partainya akan tetap bersama dan mengawal kepemimpinan Presiden Jokowi-Ma'ruf Amin sampai akhir masa jabatannya.	Pihak Nasdem meminta agar makna antitesis tersebut tidak dipahami sebagai hal yang sangat berlawanan.

Momen deklarasi Anies Baswedan tidak hanya menjadi momen yang membahagiakan bagi pendukungnya, namun ada juga pihak pihak yang mencoba menjatuhkan atau menolak deklarasi tersebut. Salah satunya yaitu Sekretaris Jendral Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Hasto Kristiyanto. Salah satu alasan penolakan deklarasi tersebut adalah perbedaan paham antara Hasto dengan pernyataan salah satu Kader Nasdem mengenai Anies Baswedan yang disebut sebagai antitesis Presiden RI Joko Widodo.

Pada media Republika.co.id, pemberitaan lebih berfokus dan menonjolkan pada tanggapan-tanggapan elit politik dan tokoh politik di Indonesia yang kembali mengkritik Hasto karena tindakannya. Terlihat pada penetapan *make moral judgement* media Republika.co.id menghadirkan pengamat politik dari Universitas Esa Unggul yang menganggap bahwa Hasto menggiring opini masyarakat kearah negatif dan ikut campur dalam urusan internal partai. Hal ini ditunjukkan pada penggalan berita berikut ini :

"Jangan mencampuri capres dan urusan partai lain," tegas Bestari

Dengan hanya menonjolkan pihak pihak untuk membela partai Nasdem, Republika dianggap mencemari kemerdekaan karena menurut Manan Bagir (2016) pers sangat dilarang untuk memihak salah satu pihak.

Sementara pada analisis berita yang diterbitkan oleh media Kompas.com, peneliti menemukan penekanan pada bagian *make moral judgement* pada pemberitaan yang lebih menonjolkan alasan hasto menolak deklarasi Anies Baswedan oleh partai Nasdem. Alasan kritikan hasto terhadap partai Nasdem dan Anies adalah karena salah satu kader Nasdem yang mengatakan bahwa Anies merupakan antitesis Joko Widodo. Hasto menganggap pernyataan tersebut dapat menimbulkan kerumitan dalam pemerintahan karena Jokowi pun masih menjabat sebagai Presiden. Lalu, Kompas.com juga memberikan pernyataan atau klarifikasi dari kader Nasdem melalui penekanan *treatment recommendation* bahwa antitesis yang di sebut bukan berarti bertabrakan namun sebagai perbedaan pola kerja.

" Zulfan menuturkan antitesis yang dimaksud adalah perbedaan pola kerja Anies dan Jokowi, bukan prinsipnya. Menurutnya, pola kerja Jokowi tipenya tidak mutar-mutar dan bergerak cepat. Sementara, Anies dinilai pendekatannya lebih pada konseptual dalam melakukan program kerja."

Pada pemberitaan ini, kompas.com melakukan konstruksi berita dari dua sudut pandang yang berbeda namun seimbang dengan menampilkan masalah dan klarifikasi dari dua pihak sehingga tidak ada keberpihakan dalam konstruksi beritanya.

3.1.3 Analisis Framing Sampel Berita tentang Dampak Keputusan Pengusungan Anies Baswedan terhadap Partai Nasdem.

Tabel 4 Analisis Framing Sampel Berita tentang Dampak Keputusan Pengusungan Anies Baswedan terhadap Partai Nasdem. Sumber : Republika.co.id dan Kompas.com

Perangkat Framing Robert N. Entman	Republika.co.id “Usung Anies, Surya Paloh : Nasdem Siap Dipuji dan Siap Difitnah” (4 Oktober 2022)	Kompas.co.id “Menghitung Untung Rugi Nasdem Usung Anies Baswedan jadi Capres” (7 Oktober 2022) & “Usung Anies jadi Capres, Nasdem Disebut Berpotensi Ditinggal Pemilih” (6 Oktober 2022)
<i>Define Problems</i>	Nasdem siap mendapatkan pujian dan fitnah dari mengusung anies menjadi capres 2024.	Nasdem mendapatkan keuntungan dan kerugian dalam mengusung Anies Baswedan. Salah satu kerugiannya adalah Nasdem berpotensi ditinggal pemilihnya.
<i>Diagnose Causes</i>	Surya Paloh yang telah mendeklarasikan bahwa Anies Baswedan resmi menjadi calon Presiden tahun 2024.	Pasca pendeklarasian Anies sebagai calon presiden 2024, sejumlah kader resmi mundur dan Nasdem ditinggal oleh pemilihnya karena terjadi split ticket voting.
<i>Make Moral Judgement</i>	Nasdem siap menghadapi pujian dan fitnah dari pihak manapun untuk menunjang bangsa Indonesia menjadi bangsa yang terbaik.	Seluruh elite Nasdem menghormati semua keputusan yang terjadi menguji loyalitas antara kader Nasdem dengan pemilihnya.
<i>Treatment Recommendation</i>	Nasdem tidak mengharuskan masyarakat diluar sana harus menyukai/mendukung partai yang mengusung Anies Baswedan menjadi calon presiden pada tahun 2024.	Untuk menghadapi keadaan tersebut, Nasdem berupaya memperluas wilayah basis pemilihnya.

Pada media Republika.co.id, pemberitaan menekankan pada bagian *treatment recommendation* menonjolkan kearah pihak Nasdem melakukan hal yang benar dengan mengusung Anies sebagai Calon Presiden apapun resikonya. Hal tersebut di paparkan dengan menuliskan judul “Usung Anies, Surya Paloh: Nasdem Siap Dipuji dan Siap Difitnah”. Republika.co.id juga melakukan seleksi isu dengan menampilkan pernyataan dari Surya Paloh yang mengatakan bahwa mengusung Anies adalah untuk kepentingan Indonesia.

“Kendati demikian, Partai Nasdem tetap memegang niat baik dalam pengusungan Anies sebagai capres. Dari niat tersebut menjadi doa yang mengantarkan keduanya menjadi yang terbaik untuk Indonesia.”

Pada berita ini, [Republika](http://Republika.co.id) berusaha membangun image yang positif untuk Anies Baswedan dan Partai Nasdem, padahal hal ini melanggar kompetensi etis media online untuk memberitakan sebuah isu secara berimbang.

Sementara pada hasil analisis media Kompas.com, penekanan framing terlihat pada bagian *define problems* yang menjelaskan bahwa pengusungan Anies Baswedan membawa kerugian pada partai Nasdem, hal tersebut pun ditandai dengan mundurnya beberapa kader dari partai Nasdem pasca deklarasi. Namun, Kompas.com juga memberikan pernyataan pada *make moral judgement* bahwa partai Nasdem menghargai keputusan anggotanya yang mengundurkan diri. Hal ini bukan berarti serta merta Kompas.com membingkai bahwa pengusungan Anies Baswedan memberikan kerugian, namun juga memberikan tanggapan dari partai Nasdem yang dapat mengalihkan kesan negatif dari pengusungan Anies Baswedan tersebut.

“Deklarasi Anies sebagai capres ini dinilai membawa sejumlah keuntungan, sekaligus kerugian buat Nasdem.”

Dari analisis yang berita, ditemukan bahwa framing yang dilakukan oleh Kompas.com tidak menonjolkan sisi negatif dari pengusungan Anies Baswedan namun juga menyampaikan sisi positifnya. Hal ini karena Kompas.com mematuhi salah satu kode etik media yaitu menyampaikan kebenaran dan kejelasan informasi (Uche Aja S., Chukwu J., 2020 : 276).

3.1.4 Analisis Framing Sampel Berita tentang Isu Reshuffle Kabinet pemerintahan Jokowi-Ma'ruf pasca deklarasi Anies Baswedan oleh partai Nasdem.

Munculnya isu Reshuffle Kabinet pemerintahan pasca deklarasi yang dilakukan Partai Nasdem untuk mencalonkan Anies Baswedan dalam Pemilihan Presiden 2024 menuai perbedaan framing pula pada media Republika.co.id dan kompas.com.

Tabel 5 Analisis Framing Sampel Berita tentang Isu Reshuffle Kabinet pemerintahan Jokowi-Ma'ruf pasca deklarasi Anies Baswedan oleh partai Nasdem. Sumber : Republika.co.id dan Kompas.com

Perangkat Framing Robert N. Entman	Republika.co.id	Kompas.com

	“Nasdem Optimistis Reshuffle Tidak Didasarkan Kebencian” (14 Oktober 2022)	“Sinyal Reshuffle Kabinet yang Muncul setelah Nasdem Capreskan Anies Baswedan” (14 Oktober 2022)
<i>Define Problems</i>	Partai Nasdem, memberikan tanggapan terkait isu bahwa akan di lakukan <i>reshuffle</i> di kabinet pemerintahan Joko Widodo-Ma'ruf Amin.	Sinyal reshuffle dari presiden dianggap pengaruh elite politik karena Nasdem usung Anies.
<i>Diagnose Causes</i>	Munculnya isu <i>reshuffle</i> kabinet.	Presiden Jokowi mengatakan secara langsung bahwa akan ada rencana reshuffle/perombakan kabinet dan secara terang-terangan di dukung oleh partai PDIP.
<i>Make Moral Judgement</i>	Pihak nasdem yakin bahwa <i>reshuffle</i> yang dilakukan Jokowi adalah karena kebutuhan organisasi dan bukan karena kebencian.	Kompas menilai bahwa tidak seharusnya presiden terpengaruh elit politik karena hanya akan memperkeruh situasi, tidak produktif, serta kental atas nuansa pembelaan.
<i>Treatment Recommendation</i>	Pihak Nasdem menegaskan komitmen untuk mengawal pemerintahan jokowi hingga akhir baik ada atau tidaknya mereka di kabinet pemerintahannya.	Elite politik Nasdem menegaskan komitmen Partai nya untuk selalu mendukung pemerintahan Jokowi hingga akhir jabatan pada 2024.

Pada pemberitaan media Republika.co.id lebih menonjolkan tanggapan dari pihak Partai Nasdem yang menganggap bahwa Reshuffle tersebut tidak didasari oleh kebencian. Hal tersebut ditunjukkan dari penonjolan yang dilakukan oleh Republika dalam membuat judul berita yaitu “Nasdem optimistis reshuffle Tidak Didasarkan Kebencian”. Republika.co.id juga melakukan seleksi isu dan penekanan pada *make moral judgement* dengan memilih fakta yang ditampilkan pada berita tersebut yaitu menunjukkan pernyataan Surya Paloh yang mengatakan

bahwa Reshuffle yang dilakukan oleh Presiden Jokowi adalah kepentingan yang dibutuhkan untuk mewujudkan Indonesia yang lebih baik dan tidak didasarkan oleh kebencian dan pengaruh dari pihak lain.

“Pihak nasdem yakin bahwa reshuffle yang dilakukan Jokowi adalah karena kebutuhan organisasi dan bukan karena kebencian.”

Media online tidak perlu membangun image pada pihak tertentu. Namun, pada berita mengenai Reshuffle kabinet, Republika berusaha membangun image Partai Nasdem yang mengusung Anies Baswedan sebagai partai yang optimis dan menghindari masalah. Hal tersebut dapat dilihat dari pembuatan judul dan isi berita tersebut. Padahal hal tersebut melanggar kompetensi etik dan kompetensi hukum republika sebagai media online.

Sementara dari Kompas.com, dari cara penentuan judulnya memberitakan bahwa Reshuffle tersebut terjadi setelah pengusungan Anies Baswedan sebagai Calon Presiden 2024. Namun, Kompas.com memaparkan pernyataan dari Presiden Joko Widodo pada *diagnose causes* bahwa reshuffle kabinet belum dipastikan kapan dan siapa saja yang akan di gantikan. Pada berita ini, kompas juga melakukan seleksi isu dengan memaparkan argumen dari Sekretaris Jendral PDIP yaitu Hasto yang secara terang terangan mendukung keputusan Presiden Jokowi tersebut.

“Apa yang disampaikan Pak Jokowi sangat bagus, karena itu hak prerogatif dari Presiden,” kata Hasto

Namun, pada unsur *make moral judgement*, kompas juga memaparkan argumen dari Direktur Eksekutif Indonesian Political Opinion (IPO) bahwa tidak seharusnya seorang Presiden menuruti kemauan elite politik dalam mengambil sebuah keputusan. Kompas juga memaparkan argumen dari Johnny G. Plate yang saat ini duduk di kursi menteri jika Nasdem akan terus mendukung keputusan Jokowi.

Dari analisis yang telah dilakukan, terlihat pembingkai yang dilakukan oleh Kompas.com menampilkan argumenn dari dua sudut pandang yang berbeda. Sebagai sumber informasi masyarakat, media online harus dapat seimbang dalam menyampaikan pesan kebijakan pemerintah kepada publik, hal tersebut dikarenakan dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan aspirasi politiknya.

3.2 Pembahasan

Berita pendeklarasian Anies Baswedan pada pilpres 2024 mendatang di konstruksi oleh beberapa media online, contohnya adalah Republika.co.id dan Kompas.com. Kedua media online tersebut mengkonstruksi berita mengenai isu tersebut dengan cara yang berbeda. Pada prinsipnya, media online memiliki latar belakang ideologi media dan kepemilikan media yang berbeda, maka dari itu kedua hal tersebut menyebabkan perbedaan kontruksi antar media.

Untuk itu, peneliti menggunakan analisis framing dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana media memberitakan dan mendeskripsikan pemberitaan deklarasi pencalonan Anies Baswedan oleh partai Nasdem pada pilpres 2024 mendatang.

3.2.1 Pengulangan Narasi bahwa Anies Baswedan Sosok Terbaik

Terlihat bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh Republika.co.id lebih menyorot untuk memberikan citra yang baik pada Anies Baswedan dan Partai Nasdem. Citra positif yang di bawaan oleh Republika.co.id ditandai dengan kata ‘terbaik’ yang di sorot pada bagian judul dan didukung dengan menampilkan unsur *make moral judgement* berupa hasil survey dari Indikator Survei Indonesia dengan hasil bahwa Anies Baswedan merupakan salah satu dari 3 tokoh yang di favoritkan asyarakat Indonesia untuk menjadi Presiden.

Framing atas citra diri Anies Baswedan dan Nasdem mengacu pada prinsip Framing Robert N. Entman (seleksi dan penonjolan isu), media Republika.co.id mengkontruksi hal ini untuk menghadirkan kerangka tematik citra diri melalui strategi pendefinisian masalah, membuat evaluasi, membangun keputusan moral, sekaligus menawarkan solusi/rekomendasi agar pemilih memandang atribut Anies Baswedan secara positif ; tentu dengan menyamakan citra diri Anies Baswedan yang negatif . Tujuannya adalah untuk memperkuat interpretasi atas citra diri dan penilaian atas citra kepemimpinan tokoh yang di dukung dihadapan masyarakat : bahwa tokoh yang didukung adalah seseorang yang pantas untuk dipilih sebagai calon pemimpin Indonesia masa mendatang (Launa, 2020).

Dalam pemberitaan Republika.co.id ditemukan penggunaan kata yang merujuk pada pelabelan terhadap sosok Anies Baswedan dan partai Nasdem dengan menyantumkan istilah “terbaik, optimis”. Dari berita yang diproduksi oleh Republika.co.id, image tersebut dapat terbentuk karena menurut Rahabeat (2004) media memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dan membentuk opini publik.

3.2.2 Pemilihan Narasumber

Dalam pemberitaan Deklarasi Anies Baswedan oleh Partai Nasdem sebagai Bakal Calon Presiden pada media Republika.co.id, terlihat kesan tidak *cover both side* dalam pemilihan narasumbernya. Republika.co.id menghadirkan pernyataan dari berbagai narasumber dengan latar belakang yang berbeda. Namun, narasumber yang ditampilkan lebih dominan mendukung Partai Nasdem dan Anies Baswedan. Hal ini dapat dilihat dari topik kedua, Republika.co.id menampilkan keterangan dari politisi Partai Demokrat, Didi Irawadi Syamsudin yang menyampaikan bahwa penanganan banjir tidak ada kaitannya dengan deklarasi Anies Baswedan. Republika juga menampilkan politisi Partai Nasdem, Bestari Barus yang mengatakan bahwa Hasto tidak seharusnya mencampuri urusan partai lain karena hanya akan

memperlihatkan kesan negatif. Republika.co.id juga menghadirkan pengamat politik dari Universitas Esa Unggul, Jamiluddin Ritonga yang mana ia menyampaikan bahwa Hasto tidak berhak menyindir dan menganggap Partai Nasdem tidak layak berada di koalisi. Jamiluddin juga mengatakan bahwa tindakan Hasto yang nyinyir malah dapat merugikan dirinya dan partainya. Tujuan dari menghadirkan narasumber yang berlatar belakang dari akademis adalah untuk meyakinkan masyarakat dan memudahkan jurnalis dalam mendapatkan informasi (Mulya & Aisyah, 2022).

Sedangkan pemberitaan Deklarasi Anies Baswedan oleh Partai Nasdem sebagai Bakal Calon Presiden oleh media Kompas.com, terlihat mengambil 2 sudut pandang dari latar belakang yang berbeda. Seperti halnya, Kompas.com menampilkan pernyataan dari politisi partai PDIP, Hasto yang menyampaikan bahwa ia mendukung keputusan presiden Jokowi dalam perombakan kabinet di tengah pemberitaan Deklarasi Anies Baswedan oleh Partai Nasdem, karena menurutnya akan meningkatkan kinerja struktur pemerintahan Jokowi-Ma'ruf menjadi lebih positif terutama dalam menghadapi pemilu 2024. Selain itu, Kompas.com juga menampilkan pernyataan dari Direktur Eksekutif Indonesian Political Opinion (IPO) yang menyampaikan bahwa tidak seharusnya Presiden menuruti keinginan elite politik untuk melakukan perombakan kabinet. Penggunaan berbagai narasumber dari latar belakang yang berbeda adalah perwujudan dari konsep media sebagai *public sphere*. Media sendiri memiliki fungsi sendiri sebagai tempat diskusi berbagai masalah Masyarakat dengan menghadirkan narasumber dari berbagai kalangan (Mulya & Aisyah, 2022).

Menurut McQuail (2010) perbedaan ketentuan masing-masing perusahaan tersebut ikut menentukan pemaknaan khalayak terhadap informasi karena media massa memiliki fungsi untuk memberikan tafsiran atas fakta yang tersaji di masyarakat. Perbedaan yang dihasilkan itu yang akan menentukan bagaimana media membingkai berita sebelum disampaikan masyarakat luas (Setiawan, 2023).

Perbedaan ideologi media dan kepemilikan media, dapat menimbulkan kontruksi berita antar media yang berbeda. Hal ini dapat dilihat bahwa Republika terbit dibawah perusahaan PT. Abdi Bangsa dengan ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia). Ahmad Riza Patria, selaku Ketua Orwil ICMI DKI Jakarta merupakan partner dari Anies Baswedan saat beliau menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2020-2022. Ideologi politik Republika sendiri menurut Hamad (2004), ideologi pemiliknya, PT. Abdi Bangsa, yaitu Kebangsaan, Kerakyatan dan Keislaman; dengan tujuan mempercepat terbentuknya 'civil society'.

Sebagai pemimpin yang memiliki rekam jejak dengan menerapkan konsep Islam, kepemimpinan Anies Baswedan sesuai dengan ideologi PT. Abdi Bangsa. Pada saat pemilihan

Gubernur DKI Jakarta tahun 2017, Anies Baswedan mendapatkan dukungan langsung oleh Forum Ulama dan Habaub (FUHAB). Seorang peneliti dari Populi Center Afrimadona menganggap bahwa dukungan dari ulama didalam politik yang besar dianggap relevan hingga saat ini karena mayoritas kerangka berfikir masyarakat Indonesia masih di balut dengan hal yang berbau identitas dan keagamaan. Setelah masa jabatan Anies Baswedan sebagai gubernur DKI Jakarta berakhir, ia masih memiliki pendukung mayoritas islam yang cukup tinggi. Hal itu di tunjukkan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Nasional pada tanggal 24 Mei-3 Juni bahwa sebanyak 99,1% responden beragama Islam memberikan dukungan pada bakal capres Anies Baswedan. Hal tersebut dapat menjadi alasan yang cukup kuat bagi Republika.co.id untuk melakukan keberpihakkan dalam membingkai berita kepada Anies Baswedan (Budi Suyanto, 2023).

Sedangkan menurut penelitian Kristanto, Kompas.com yang lahir dari kelompok katolik tertentu tetap memiliki akar agama katolik. Karena itulah Kompas.com tidak melakukan keberpihakkan kepada siapapun dalam pemberitaan deklarasi Anies Baswedan oleh Partai Nasdem (Hartadi, 2012).

Menurut Manan Bagir (2016), media online tidak boleh melakukan keberpihakan, karena hal tersebut akan mencemari kemerdekaan. Berkaca pada permasalahan pilpres 2014, publik dibuat bingung menentukan media mana yang netral dan berimbang karena adanya perbedaan perhitungan quick-count antar media. Padahal, media mutlak diperlukan sebagai penghubung komunikasi dan sosialisasi tentang kebijakan pemerintah kepada public. Media online, dalam meliput isu politik dibutuhkan untuk meredam fanatisme pendukung. Hal tersebut dapat di lakukan dengan cara membingkai berita yang seimbang dan menginformasikan upaya upaya kampanye damai, karena isis berita dapat mempengaruhi pembaca untuk bertindak sesuai dengan arahan media (Bachtiar & Savitri, 2015).

Ideologi media, kepemilikan media, serta pendapat dari wartawan dalam memahami sebuah isu ketika meliput berita di tengah masyarakat menjadi faktor penting dalam menyebarkan informasi di media. Sehingga informasi tersebut memiliki nilai manfaat, namun perlu pula di garis bawahi bahwa terkadang media melihat sebuah isu dari sisi subjektifitasnya saja tanpa melihat sisi objektifitasnya. Media massa memiliki kemampuan menyimpulkan dan mengarahkan pemahamannya terhadap sebuah isu yang kemudian dikemas secara terstruktur dengan tujuan yaitu masyarakat diharapkan mampu memaknai secara benar apa yang di beritakan media massa (Setiaputra, 2016).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis Framing yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa media Kompas.com dan Republika.co.id dengan menonjolkan 2 hal. Pertama, pengulangan narasi bahwa sosok Anies Baswedan adalah yang terbaik, pengulangan narasi tersebut terlihat dengan pola yang teratur untuk membentuk citra/image positif. Sementara yang kedua yaitu cara pemilihan narasumber, yang mana pemilihan narasumber dalam berita akan sesuai dengan ideologi dan kepemilikan media. Kedua hal tersebut akan berdampak pada framing realitas yang akan dikonstruksikan oleh media, sehingga nilai keberpihakan suatu berita sangat bergantung pada ideologi dan kepemilikan media. Menurut Manan Bagir (2016), keberpihakan media online berdampak besar bagi tegaknya demokrasi Indonesia dan akan mencederai kemerdekaan. Melalui temuan penelitian ini, diharapkan media mampu membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi sesuai fakta yang ada dan membantu pemerintah dalam menyampaikan pesan-pesan publik, sesuai dengan peran media yaitu sebagai penghubung komunikasi dan sosialisasi pada publik.

Penelitian ini memiliki limitasi pada analisa beritanya hanya yang ditampilkan oleh media dan wartawan, namun tidak mengamati proses produksi berita, hasil konsumsi teks oleh khalayak, dan hubungan antara satu berita dengan berita yang lainnya. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat meneliti topik yang sama, tetapi menggunakan analisis sentimen untuk meneliti emosi dan perasaan audiens mengenai deklarasi Anies Baswedan melalui komentar atau tulisan online yang ada pada media sosial. Sehingga dapat mengetahui dan mengkategorikan makna dan emosi tersirat dari audiens, baik itu emosi positif, negatif, ataupun netral.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanto, S. (2018). KONSTRUKSI BERITA PASCA PELANTIKAN GUBERNUR BARU DKI JAKARTA ANIES BASWEDAN – SANDIAGA UNO PERIODE 2017-2022 (Vol. 2022).
- Anggoro, A. D. (2014). Media, Politik dan Kekuasaan. *Jurnal Aristo*, 2(2), 25–52.
- Anindita, L., Jasit, M. G., & Asrinaldi, A. (2022). Dominasi Elite Dalam Fungsi Rekrutmen Politik (Analisis Terkait Pencalonan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden oleh Partai Nasdem). *Madani Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 14(03), 639-655.
- Antaranews, "Peran Ulama Cukup Berpengaruh dalam Politik", dari <https://pemilu.antaranews.com>. Artikel ini diakses pada 16 Juni 2019.
- Astuti, M. (2016). Konstruksi Sosial Media Terhadap Kekuatan Personal Branding Tri Rismaharini dalam Proses Komunikasi Politik Kontemporer. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 1–20. <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/view/75/26>
- Bachtiar, A. Y., & Savitri, Z. (2015). *Propaganda Media, Teori dan Studi Kasus Aktual (Pemberitaan Jokowi, Ketegangan Palestina-Israel, Teror ISSI, dan Pembungkai Media Sosial)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). *Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online*. 4(April), 85–104. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.8277>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (N. H. SA (ed.)). LKiS Yogyakarta.
- Erwin, E., & Susanto, E. H. (2019). Pembingkai Berita Politik di Media Online (Analisis Framing Pemberitaan Pidato Jokowi Pada Rapat Umum Relawan 4 Agustus 2018 di Mediaindonesia.Com, Tribunnews.Com dan Okezone.Com). *Koneksi*, 2(2), 315. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3901>
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition*. McGraw-Hill.
- Flora, E. (2019). *ANALISIS FRAMING BERITA CALON PRESIDEN RI 2014 - 2019 PADA SURAT KABAR KALTIM POST DAN TRIBUN KALTIM*. 2(3), 347–356.
- Henry Subiakto, R. I. (2015). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (2nd ed.). Prenada Media.
- Kurniasari, N., & Aji, G. G. (2015). *Kepemilikan Dan Bingkai Media*. 1, 96–116.
- Launa. (2020). *ANALISIS FRAMING BERITA MODEL ROBERT ENTMAN TERKAIT CITRA PRABOWO SUBIANTO DI REPUBLIKA . CO . ID ROBERT ENTMAN FRAMING ANALYSIS OF PRABOWO SUBIANTO ' S IMAGE IN REPUBLIKA . CO . ID MARCH – APRIL 2019 EDITION*. 3(1), 50–64. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.57>
- Mahdi, A. (2004). *BERITA SEBAGAI REPRESENTASI IDEOLOGI MEDIA (Sebuah Telaah Kritis)* Acan Mahdi.
- Manan Bagir. (2016). *Pers, Hukum, dan Hak Asasi Manusia*. Dewan Pers.
- Michael Gurevitch, J. C. (2005). *Mass Media and Society* (4th ed.). Bloomsbury Academic.
- Mulya, V. C. H., & Aisyah, V. N. (2022). MEMAHAMI BINGKAI MEDIA ONLINE DALAM NARASI HUKUMAN MATI KASUS KORUPSI BANSOS. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(2), 167-191.
- Munawaroh, R. (2014). *Penggunaan Jilbab Bagi Polisi Wanita (Analisis Wacana Pemberitaan Pada Surat Kabar Harian Republika Edisi Juni - Desember 2013)*.
- Muslim, M. (2014). KONSTRUKSI MEDIA TENTANG SERANGAN ISRAEL TERHADAP LIBANON (Analisis Framing terhadap Berita tentang Peperangan antara Israel dan Libanon dalam Surat Kabar Kompas dan Republika). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 75. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170104>
- Mustika, R. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Media Online mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 135–148. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.159>
- Nugroho, A. (2008). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jateng pada Harian Suara Merdeka. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1, No, 1–9. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4451>
- Pawito. (2014). *Meneliti ideologi media : catatan singkat*. 7(1), 5–14.
- Pinontoan, N. A., & Wahid, U. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 11–24. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.9928>
- Pratiwi, S. (2018). *Kontruksi Pemberitaan Gerakan #2019GANTIPRESIDEN (Analisis Framing Robert N. Entman pada Kompas.com dan Detk.com)*.
- Puspita, R. (2022). *Ini Harapan Surya Paloh kepada Anies Baswedan*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/rj5xht428/ini-harapan-surya-paloh-kepada-anies-baswedan>
- Raharjo, A. (2022). *PDIP Sebut Kinerja Anies Nol Persen Selama Pimpin DKI Jakarta*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/rjojsy436/pdip-sebut-kinerja-anies-nol-persen-selama-pimpin-dki-jakarta>

- Rizal, M. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres Dan Cawapres Di Media Sosial Pada Akun Detik.Com. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 2013–2015.
- Santi, S. (2012). Frame Analysis : Konstruksi Fakta Dalam Bingkai Berita. *Forum Ilmiah*, 9(1), 219–232.
- Setiaputra, & Ariel, F. (2016). *GERAKAN FAJAR NUSANTARA (GAFATAR) DALAM BINGKAI MEDIA: ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN TERHADAP PEMBERITAAN ORGANISASI GAFATAR DI DETIK.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID.*
- Setiawan, G. B. R., & Yusup, E. (2023). *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial ANALISIS FRAMING MODEL ROBERT ENTMAN MENGENAI.* 10(1), 90–100.
- Singer JB. (2007). Contested autonomy. *Journalism Studies*, 79–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14616700601056866>
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture, An Introduction.* Fifth edition. University of Sunderland.
- Suryadi, I. (2011). *Peran media massa dalam membentuk realitas sosial.* 03(02), 634–646.
- Tim Redaktur. (2016). *Ini Asal Usul Slogan Anies-Sandi “Maju Kotanya Bahagia Warganya.”* JPNN.Com. <https://m.jpnn.com/news/ini-asal-usul-slogan-anies-sandi-maju-kotanya-bahagia-warganya>
- Uche Aja S., Chukwu J., and N. T. (2020). *Online Journalism: Principles and Practic.* Federal University Ndufu Alike Ikwo Abakaliki.
- Wicks, R. H. (2017). *Message Framing and Constructing Meaning: An Emerging Paradigm in Mass Communication Research.* 8985(February). <https://doi.org/10.1080/23808985.2005.11679052>

UMS LIBRARY
-TERAKREDITASI A-