

ANALISIS FRAMING ROBERT ENTMAN PADA PEMBERITAAN BUZZER ERA KAMPANYE PEMILU 2024 DI KOMPAS.COM

Fadhila Harum Putri, Andika Sanjaya
Ilmu Komunikasi, Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Abstrak

Perbincangan mengenai perubahan makna buzzer kembali menjadi sorotan pada era pemilu 2024. Istilah buzzer yang dikenal sebagai salah satu bentuk strategi marketing berubah karena adanya campur tangan politik didalamnya. Pembahasan dari buzzer ini tidak lepas dari adanya analisis framing dan konstruksi realitas sosial. Dimana media online kompas.com ini dijadikan target penelitiannya. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana framing dan konstruksi realitas yang dilakukan media online kompas.com dalam membingkai pemberitaan yang membahas terkait buzzer pada era kampanye politik 2024 dan ingin menambahkan ilmu terkait framing terhadap opini publik tentang buzzer di era kampanye politik 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan membatasi waktu pengumpulan informasi pada tanggal 28 November 2023 sampai dengan 13 Februari 2024 dengan menggunakan teknik Purposive Sampling dalam pengumpulan datanya. Dari pengumpulan data selama periode tersebut berhasil membuahkan 6 pemberitaan yang membahas terkait buzzer. Analisis Framing dalam penelitian ini menggunakan model Analisis Framing milik Robert Entman yang memiliki empat tahapan dalam membingkai berita, yaitu: Define Problem, Diagnose Causes, Make Moral Judgement dan Treatment Recommendation. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bingkai dan konstruksi pesan yang dilakukan oleh media online kompas.com ini diambil dari pernyataan narasumber yang diwawancarainya. Dimana setiap pemberitaan yang disajikan memiliki penekanan pesan yang berbeda. Dalam Framing media online kompas.com ini dapat menerangkan dalam seberapa besar penggambaran aktor atau peristiwa yang sedang terjadi saat peliputan berita, yang mana pembingkai berita dapat menjadi berpengaruh dalam pengambilan keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung pada opini publik.

Kata Kunci: buzzer, framing robert entman, kompas.com, media online

Abstract

The discussion regarding changes in the meaning of buzzers is back in the spotlight in the 2024 election era. The term buzzer, which is known as a form of marketing strategy, has changed due to political interference in it. The discussion of this buzzer cannot be separated from the analysis of framing and construction of social reality. Where the online media kompas.com was the target of the research. The purpose of this research is to see how the framing and construction of reality is carried out by the online media kompas.com in framing news that discusses buzzers in the 2024 political campaign era and wants to add knowledge related to framing of public opinion about buzzers in the 2024 political campaign era. qualitative method by limiting the time for collecting information from 28 November 2023 to 13 February 2024 using Purposive Sampling techniques in data collection. From data collection during this period, we managed to

produce 6 reports discussing buzzers. Framing analysis in this research uses Robert Entman's Framing Analysis model which has four stages in framing news, namely: Define Problem, Diagnose Causes, Make Moral Judgment and Treatment Recommendations. The results of this research show that the framing and message construction carried out by the online media *kompas.com* was taken from the statements of the sources they interviewed. Where each report presented has a different message emphasis. In *Kompas.com*'s online media framing, it can explain the extent to which actors or events are depicted during news coverage, where news framing can influence decision making, both directly and indirectly, on public opinion.

Keywords: buzzer, framing robert entman, *kompas.com*, online media

1. PENDAHULUAN

Istilah buzzer sendiri dikenal sebagai bentuk strategi marketing yang digunakan untuk mencapai tujuan audiens yang lebih luas di media sosial. Trend kemunculan buzzer sendiri mulai muncul dan hadir di Indonesia pada tahun 2009 dimana beriringan dengan lahirnya salah satu platform media sosial Twitter di Indonesia (Sugiono, 2020). Kegiatan buzzer ini menawarkan sebuah jasa atau orang yang kemudian dibayar untuk melakukan sebuah promosi, kampanye ataupun untuk menutupi sesuatu yang memiliki tujuan tertentu di media sosial (Teniwut, 2023).

Lambat laun makna dari “buzzer” ini mengalami perubahan karena ada campur tangan politik didalamnya (Felicia, 2018). Perubahan fungsi dari buzzer ini terjadi pada tahun 2012 dimana Jokowi dan Ahok maju menjadi pasangan dalam pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta dengan menggunakan suatu pasukan di media sosial untuk membentuk suatu isu politik (Faulina et al., 2021). Makna dan fungsi buzzer ini mengalami pergeseran secara total, yang pada awalnya buzzer ini hanya digunakan untuk meningkatkan angka penjualan (Faulina et al., 2021) menyebarluaskan, mengkampanyekan serta mendengungkan suatu pesan dengan tujuan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan agar dapat menjadi sebuah opini publik (Arianto, 2020) justru diubah menjadi mesin penghancur untuk menurunkan citra dari seseorang.

Penggunaan buzzer politik ini terasa semakin kental ketika Menteri Komunikasi dan Informatika Budi Arie menyatakan bahwa terdapat 92% kebisingan di media sosial ini merupakan ulah para buzzer. Tercatat ada 274 isu hoaks yang tersebar di ruang digital (Kominform, 2024). Buzzer politik ini sendiri ialah bentuk pergerakan atau aktivitas yang berfokus pada hal – hal berbau politik, dimana didalamnya memuat beberapa informasi yang akan di sebarluaskan untuk menciptakan efek mempengaruhi hingga menjadi bahan pembicaraan di masyarakat kemudian menimbulkan opini publik (Arianto, 2020)

Membahas pemberitaan terkait buzzer ini juga tidak terlepas dari adanya peran media online, media online sendiri ialah media massa yang informasinya dapat diakses secara online di website internet, dimana media online ini juga masuk dalam media massa generasi ke 3 (tiga) setelah adanya media cetak seperti contohnya koran, tabloid, majalah, dan buku serta media elektronik juga (Kurniawan Siregar et al., 2022).

Media Online yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah media online kompas.com. Pengambilan pemberitaan pada media online kompas.com ini dimulai dari tanggal 28 November 2023 sampai dengan 13 Februari. Dimana tanggal dalam periode waktu tersebut masuk dalam linimasa penyelenggaraan pemilu 2024. Tahapan tersebut tercantum dalam (Tabel 1) dibawah ini:

Tabel 1. Linimasa Tahapan Pemilu 2024

Tanggal	Tahapan Pemilu
28 November 2023 – 10 Februari 2024	Masa Kampanye Pemilu
11 Februari 2024 – 13 Februari 2024	Masa Tenang

Sumber: KPU Tahapan Pemilu

Berdasarkan pembatasan waktu untuk pengambilan data pemberitaannya, selanjutnya peneliti ingin melihat bagaimana analisis Framing yang dilakukan oleh media online kompas.com. Analisis Framing berkaitan erat dengan teori konstruksi realitas sosial yang menjadikan media massa sebagai dasar penelitiannya (Kurniawan Siregar et al., 2022). Dimana media massa juga ingin turut menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak agar mereka ikut bisa terus menerima informasi yang akhirnya media massa menjadi sumber kesenangan massa yang penuh makna bagi para pembacanya (Curran, 2012). Selain itu, framing sendiri terfokus untuk mengawasi seleksi, penonjolan dan hubungan sebuah fakta ke dalam berita. Agar berita tersebut bisa terlihat lebih berkesan yang nantinya bisa lebih mudah diingat sehingga mampu menggiring opini publik (Setiawan et al., 2017). Framing ini dapat menerangkan dalam seberapa besar penggambaran aktor atau peristiwa yang sedang terjadi saat peliputan berita (Evans, 2010).

Model Analisis Framing yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Framing milik Robert Entmann. Framing dari Robert Entman ini bekerja dengan menyorot beberapa informasi penting dalam media yang nantinya bisa meningkatkan keunggulan dari media tersebut. Maksud dari keunggulan ini adalah bisa membuat informasi bisa tersampaikan dengan baik hingga terkesan pada benak pembacanya (Entman, 1993).

Pada penelitian terdahulu juga memperlihatkan bagaimana konstruksi pemberitaan buzzer yang dilakukan oleh media online tempo.com. Dalam penelitian ini terindikasi bahwa kemunculan buzzer

ini mendapatkan respon yang pro maupun kontra, serta fokus pada penelitian ini adalah melihat bagaimana citra yang muncul dari buzzer. Perlu diingat bahwa kemunculan buzzer ini condong mengarah untuk menyebarkan kebencian dan perpecahan yang khawatirkan dapat mecederai nilai demokrasi (Kurniawan Siregar et al., 2022).

Penelitian terdahulu selanjutnya menggunakan media online detik.com untuk melihat bagaimana pemberitaan mengenai buzzer politik. Pada penelitian tersebut terindikasi bahwa media online detik.com juga memiliki persamaan pendapat bahwa buzzer ini amat sangat memiliki dampak negatif. Apalagi melihat bahwa pemerintah akan mengeluarkan buzzer khusus yang bisa disebut “buzzer istana” (Deyu et al., 2023). Hal tersebut dinilai kurang adanya ketegasan dari pemerintah dalam menyikapi adanya buzzer di media sosial.

Hasil tinjauan dan literatur yang sudah dilakukan, penelitian ini menghasilkan upaya untuk mencapai definisi framing. Upaya untuk mencapai definisi framing ini yaitu: melakukan pemilihan beberapa berita kemudian menyoroti beberapa aspek peristiwa atau isu kemudian melihat bagaimana hubungan framing dengan konstruksi realitas ini. Serta pada penelitian yang baru ini juga ingin menambahkan ilmu terkait framing terhadap opini publik tentang buzzer di era kampanye politik 2024 ini. Dimana penelitian terdahulu yang menganalisis tentang dampak pembingkaiian berita terhadap opini publik lalu, kampanye pemilu, hingga pengembangan kebijakan (Evans, 2010). Opini publik ini juga merupakan bentuk dari kepentingan selektif dari masyarakat dalam melihat sebuah penonjolan isu tertentu, salah satunya dengan melihat pembingkaiian terkait isu politik (Meriläinen & Vos, 2013). Adanya penelitian terbaru ini menawarkan wawasan yang lebih luas mengenai pengaruh framing media terhadap opini publik tentang suatu peristiwa berita, serta pembingkaiian media sangat penting dalam membentuk pengetahuan masyarakat dan pengambil keputusan mengenai dunia.

1) Framing Robert Entman

Kemunculan Framing ini sendiri berawal dari adanya pemikiran Bateson, yang merupakan seorang ahli psikiatris (Ichwan Butsi et al., 2019). Secara umum, Analisis Framing ialah sebuah bentuk pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif dari sudut pandang seorang wartawan pada saat melakukan seleksi isu dan menulis sebuah berita (Eriyanto, 2002). Penelitian yang membahas tentang framing merupakan penelitian yang ingin menjelaskan cara pemberitaan media dalam memilih kemudian menyoroti elemen tertentu yang diambil dari sebuah peristiwa untuk disampaikan ke publik (Evans, 2010).

Dalam konsep framing model Robert Entman ini sendiri terfokus pada proses seleksi untuk dapat menonjolkan aspek tertentu yang ditimbulkan dari media (Eriyanto, 2002). Penonjolan dari media ini

memiliki maksud agar berita yang disampaikan pada publik bisa memiliki makna yang berkesan dan lebih mudah untuk diingat. Frame berita dibentuk dari pengambilan beberapa aspek media, yaitu dengan kata kunci, metafora, konsep simbolik, dan citra (Mustika, 2017). Frame atau yang juga bisa disebut pembingkai ini juga dapat dimaknai sebagai sebuah bentuk penyajian realitas yang mana tidak semua realitas ini ditunjukkan namun hanya tertentu saja (Triyono & Meidita, 2023). Analisis Framing Model Robert Entman ini memiliki empat tahapan dalam mengolah datanya, yaitu ada: Define Problem (Pendefinisian Masalah), Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab Masalah), Make Moral Judgement (Membuat Pilihan Moral), dan Treatment Recommendation (Penyelesaian/Solusi Permasalahan). Empat tahapan menjelaskan bagaimana bingkai pemberitaan yang dibuat oleh wartawan saat melakukan seleksi isu dan menulis sebuah berita. Lalu analisis framing ini juga ingin menunjukkan bagaimana pengaruh yang akan dapat mempengaruhi pembacanya saat menerima informasi secara sadar (Entman, 1993). Hal ini menunjukkan bahwa hasil penyeleksian isu yang dilakukan wartawan ini mampu membagikan informasi yang telah mereka olah sesuai dengan keinginan mereka (FRAMING ROBERT N ENTMAN, n.d.). Menurut dari Bloch-Elkon kemunculan dari framing media ini sangatlah penting, karena dengan adanya kemunculan framing media ini membantu dalam membentuk pengetahuan baru bagi masyarakat dan juga membantu dalam pengambilan keputusan (Evans, 2010).

Efek dari adanya framing ini menimbulkan suatu realitas yang menjadi kompleks, di dalamnya dipenuhi berbagai dimensi yang tidak beraturan namun dapat menciptakan berita yang sederhana (Budiyanto, 2021). Walaupun bisa menyampaikan berita yang sederhana ini, framing juga secara tidak langsung dapat menimbulkan adanya efek untuk menggiring khalayak sehingga dapat menimbulkan sebuah opini yang dapat meresahkan bagi publik (Setiawan et al., 2017). Mengingat juga dalam Framing model milik Robert Entman menempatkan teks didalam tiga aspek pemberitaan yang berbeda, yakni dalam peristiwa politik, isu dan aktor (Evans, 2010).

2) Konstruksi Realitas Sosial

Teori Konstruksi Realitas Sosial juga cukup sering dipakai bersama dengan Analisis Framing (Muhammad, 2022). Berger dan Luckman sependapat bahwa manusia itu sebenarnya berada di suatu kenyataan yang objektif dan subjektif (Barrios-Rubio & Fajardo Valencia, 2022). Dimana teori ini meyakini bahwa terbentuknya sebuah realitas sosial ini dihasilkan dari adanya interaksi yang dilakukan oleh manusia (Juniardi, 2021).

Sedangkan dari sisi penggunaan media massa, teori konstruksi realitas ini memiliki tujuan untuk menunjukkan jika media massa memiliki maksud ingin menyampaikan sebuah peristiwa,

dimana peran media massa ini bertugas untuk melaporkan peristiwa yang sedang terjadi kemudian mengkonstruksi realitas berdasarkan kepentingannya (Triyono, 2016). Media massa juga ikut serta dalam berusaha mengikuti zaman dengan berevolusi paternalisme ke konsumerisme (Curran, 2012).

2. METODE

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian kualitatif sendiri adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan atau juga menjelaskan tentang kualitas atau keistimewaan dari suatu pengaruh sosial. Penelitian kualitatif ini memiliki sifat deskriptif dan lebih sering menggunakan analisis (Nasution, 2023).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis framing. Framing sendiri ialah suatu bentuk pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh para wartawan ketika menulis suatu berita. Hal ini menunjukkan bagaimana upaya yang dilakukan oleh para wartawan untuk dapat menyajikan berita dengan memberi penekanan agar pesan yang coba disampaikan lebih memiliki kesan bermakna dan menonjol serta dapat memberikan perhatian dari publik (Mulyana, 2002)

Analisis Framing terpakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model dari Robert Entmann. Dalam analisis milik Robert Entmann ini menjelaskan bahwa terdapat empat elemen yang terbagi dalam membingkai pemberitaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Perangkat Analisis Framing Model Robert Entman

<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Pendefinisian Masalah ini merujuk pada " <i>how</i> " bagaimana publik menilai sebuah peristiwa atau isu yang sedang terjadi.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Penyebab Masalah)	Pada bagian ini merujuk pada " <i>what</i> " atau apa. Di ibaratkan apa penyebab munculnya masalah atau apa yang menjadi sumber masalah disini.
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat pilihan moral)	Apakah ada pesan moral yang akan disajikan serta adanya pesan moral ini digunakan untuk menjelaskan peristiwa atau isu terkait apa yang sedang terjadi
<i>Treatment Recommendation</i>	Tentu saja pada bagian ini menunjukkan

(Penyelesaian/Solusi Permasalahan)

bagaimana penyelesaian terbaik untuk dapat menghindari atau meredakan peristiwa atau isu yang sedang terjadi

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini ialah Purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari hasil saringan data terkait pemberitaan "buzzer pemilu 2024" sebagai kata kuncinya pada website kompas.com pengambilan dari tanggal 28 November 2023 sampai dengan 13 Februari 2024. Peneliti kemudian mendapatkan enam pemberitaan tersebut dan menjadikan pemberitaan tersebut sebagai data primer dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Penelitian

Berdasarkan pengambilan sampel dengan teknik Purposive Sampling yang telah dilakukan, peneliti menemukan enam pemberitaan, pemberitaan tersebut dijelaskan pada Tabel 1, yakni sebagai berikut:

Tabel 3. Pemberitaan Kompas.com

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Pemberitaan
1.	29 November 2023 Pukul : 16:59 WIB	FX Rudy Klaim Sebutan "Petugas Partai" Disalahpersepsikan Buzzer
2.	01 Desember 2023 Pukul : 16:02 WIB	Klaim Tak Pernah Gunakan Jasa "Buzzer"
3.	01 Desember 2023 Pukul : 18:30 WIB	Akui Tak Miliki Banyak Logistik, Anies Andalkan Gerakan Rakyat Menangkan Pilpres 2024
4.	08 Januari 2024 Pukul : 17:19 WIB	Ada Medsos dan Buzzer, Pendapatan Penjual Atribut Kampanye di Jakarta Menurun
5.	04 Februari 2024 Pukul : 18:40 WIB	Anies : Pembentukan Opini itu kuat – kuatan Anggaran, Kalau Gede, "Buzzer-nya" Banyak
6.	13 Februari 2024 Pukul : 12:14 WIB	Jika "Dirty Vote" Diabaikan, dengan Apa Lagi Publik Bisa "Check and Balance"?

Sumber: Data Olahan Peneliti

Hasil dari penerapan analisis framing model Robert Entman menunjukkan bahwa setiap pemberitaan yang dilakukan kompas.com memiliki penekanan yang berbeda – beda pada setiap

pemberitaannya. Berikut ini penjelasan terkait pemberitaan yang dilakukan Kompas.com pada tiap edisi publikasi pemberitaan era kampanye pemilu 2024.

Tabel 4. Pemberitaan Kompas.com (Edisi 29 November 2023)

Perangkat Framing Robert Entman	Kompas.com
Define Problem	Ketua DPC PDI-P FX Hadi Rudyatno singgung terkait Ibu Iriana yang kecewa dengan Pak Jokowi yang dianggap sebagai petugas partai.
Diagnose Causes	Buzzer ikut menyalah artikan sebutan petugas partai yang kerap melekat pada kader PDI-P, baik untuk Pak Jokowi ataupun Pak Ganjar Pranowo
Make Moral Judgement	Sebutan petugas partai merupakan sebutan yang lumrah di sematkan pada seseorang yang tergabung dalam sebuah partai politik.
Treatment Recommendation	Perkara penyebutan petugas partai sudah tercantum dalam Undang – undang partai politik.

Sumber: Data Olahan Peneliti

Pemberitaan Kompas.com edisi 29 November 2023 ini memperlihatkan bagaimana penekapan sikap dari Ketua DPC PDI-P FX Hadi Rudyatno yang merasa tersinggung terhadap ucapan dari Ibu Iriana terkait Bapak Jokowi.

“Disalahpersepsikan oleh buzzer-buzzer beliau. Saya agak sakit hati karena Ibu Iriana menyampaikan agak kecewa dengan Pak Jokowi dihina sebagai petugas partai,” ucap FX Rudy, Rabu (29/11/2023)

Dalam pemberitaan di (Tabel 2) ini Kompas.com mengungkapkan rasa kecewa yang mendalam dari Ketua DPD PDI-P FX Rudy (selaku narasumber) yang diwawancarai kala itu. FX Rudy merasa bahwa “petugas partai” yang ikut di sematkan dalam Pak Jokowi adalah hal yang biasa bagi kader PDI-P dan bukan sebuah bentuk hinaan serta hal tersebut sudah tercantum pada Undang – Undang Partai Politik. Kesalahan persepsi ini sebetulnya timbul dari pendukung atau buzzer dari Pak Jokowi sendiri (Kompas.com & Saputra, 2023)

“Kalau ada yang menyampaikan petugas partai itu merasa dihina ya itu kebodohan yang sangat luar biasa karena enggak tahu undang-undang partai politik,” tegas FX Rudy

Hal ini menunjukkan bagaimana penekanan bingkai yang dilakukan oleh Kompas.com terhadap ucapan pedas FX Rudy pada Ibu Iriana. Berlanjut pada pemberitaan lain (Tabel 5).

Tabel 5. Pemberitaan Kompas.com (Edisi 01 Desember 2023)

Perangkat <i>Framing</i> Robert Entman	Kompas.com
<i>Define Problem</i>	Capres Anies Baswedan lantang tak pernah menggunakan jasa buzzer
<i>Diagnose Causes</i>	Penggunaan jasa buzzer dapat merusak demokrasi yang ada. Penggunaan buzzer juga dapat mempengaruhi keseimbangan informasi hingga dapat menimbulkan dis-informasi.
<i>Make Moral Judgement</i>	Anies Baswedan mendapatkan banyak serangan dari Buzzer, hal ini membuktikan bahwa dia sama tidak menggunakan jasa buzzer selama menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta ataupun ketika mengikuti kontestasi Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024
<i>Treatment Recommendation</i>	Untuk menghindari adanya dis-informasi serta untuk menjaga keseimbangan informasi maka perlu adanya hubungan baik serta melakukan diskusi dengan awak media agar kebebasan dalam berpendapat tidak hilang.

Sumber: Data Olahan Peneliti

Pemberitaan berikutnya di publikasikan pada tanggal 1 Desember 2023, dalam pemberitaan edisi bulan Desember ini kompas.com melakukan pembedaan berita terkait Anies Baswedan menegaskan bahwa dirinya tidak memakai jasa buzzer politik baik di masa dirinya menjadi Gubernur DKI Jakarta hingga maju dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 ini (Kompas.com & Ardito Ramdhan, 2024)

“Kalau pakai buzzer, enggak babak belur begini. Justru kita apa adanya,” ucap Anies dalam diskusi bersama Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) di Gambir, Jakarta, Jumat (1/12/2023)

Dari pernyataan yang diberikan Anies kala berdiskusi bersama para wartawan dalam Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) menyebutkan bahwa dirinya (Anies) mendapatkan banyak serangan dari buzzer – buzzer politik. Anies pun juga optimis jika dirinya bisa menang tanpa memakai jasa buzzer. Anies pun menilai jika menggunakan jasa para pendengung atau yang biasa di panggil buzzer ini dapat merusak demokrasi yang netral dan seimbang.

Salah satu contoh buruk adanya buzzer ini dibuktikan dengan munculnya informasi yang simpang siur akan kebenarannya, dan juga tidak menutup kemungkinan bahwa dapat terjadi misinformasi.

“Di sisi lain kita ingin ada dunia informasi yang tidak diisi dengan post truth approach (informasi simpang siur). Tapi the truth. Kira-kira kita ingin mencari keseimbangan, Kami ke depan insya Allah tidak akan pakai karena itu merusak sekali,” ucap Anies (Kompas, 1 Desember 2023)

Bagi Anies Baswedan, demokrasi ini adalah sebuah ajang untuk kebebasan berekspresi, jadi sebisa mungkin hal ini tidak hilang karena kemunculan buzzer – buzzer politik. Lalu, Anies Baswedan juga berpendapat bahwa sering melakukan diskusi dengan awak media menjadi kunci untuk terhindarkann dari informasi simpang siur.

“Solusinya harus diomongin dengan teman-teman semua sama mereka yang bergerak di media. Karena satu sisi kita ingin menjaga kebebasan berekspresi. Itu jangan sampai hilang,” ucap Anies (Kompas, 1 Desember 2023)

Pada hari yang sama, namun berbeda waktu publikasinya. Kompas.com juga mempublikasikan di laman website nya. Berikut adalah (Tabel 6) hasil analisis menggunakan model Robert Entman.

Tabel 6. Pemberitaan Kompas.com (Edisi 01 Desember 2023)

Perangkat <i>Framing</i> Robert Entman	Kompas.com
<i>Define Problem</i>	Anies yakin maju dan menang di pemenangan Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 bersama suara rakyat.
<i>Diagnose Causes</i>	Tidak memiliki banyak bekal logistik, Anies Baswedan optimis dalam pilpres 2024 karena merangkul gerakan rakyat.
<i>Make Moral Judgement</i>	Gerakan dalam pemenangan Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 yang ideal adalah gerakan dengan rakyat, karena dari rakyat untuk rakyat
<i>Treatment Recommendation</i>	Menggunakan gerakan rayat membuat Anies memiliki utang moral yang mana harus dibayar ketika memenangkan di Pilpres 2024 nanti.

Sumber: Data Olahan Peneliti

Dalam pemberitaan disini Anies Baswedan menyebutkan bahwa dirinya tidak memiliki bekal logistik, dirinya hanya mengandalkan gerakan dari masyarakat saja. Bagi diri Anies sendiri walaupun

usahanya minimalis namun memiliki struktur yang indah dalam mengikutsertakan masyarakat didalamnya bisa menghasilkan sebuah usaha yang maksimal (Kompas.com & Tatang Guritno, 2023).

“Ya memang kalau rumah itu kita desain minimalis tapi desain minimalis indah loh. Kita berjuang seperti dulu di Jakarta,” ucap Anies setelah menghadiri acara Silaturahmi Nasional Garda Matahari di Rasuna Said, Jakarta Selatan, Jumat (1/12/2023).

Melakukan gerakan bersama rakyat merupakan sebuah bentuk perubahan besar yang sesungguhnya, layaknya yang Anies lakukan semasa menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta.

“Dulu waktu di Jakarta serba gerakan rakyat, sekarang juga begitu. Poster- poster (dibuat) rakyat, baliho (dipasang) rakyat, dan inilah gerakan perubahan yang sesungguhnya,” tutur Anies setelah menghadiri acara Silaturahmi Nasional Garda Matahari di Rasuna Said, Jakarta Selatan, Jumat (1/12/2023).

Hal ini juga membuat Anies Baswedan memiliki hutang moral yang nanti nya harus dia kembalikan lagi kepada rakyat agar dapat mencapai tujuan bersama.

“Jika Allah nanti takdirkan (terpilih), insya Allah hutang moral yang kami miliki dan hutang moral itu dilunasi dengan melaksanakan semua rencana untuk perubahan dan keadilan,” imbuh dia.

Melakukan gerakan bersama rakyat merupakan sebuah bentuk perubahan besar yang sesungguhnya, layaknya yang Anies lakukan semasa menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta.

Penekanan dalam framing yang dilakukan Kompas.com pada 2 pemberitaan seputar Anies Baswedan ini menunjukkan betapa tinggi dan besarnya rasa percaya diri Anies bahwa dirinya mampu bersaing tanpa menggunakan jasa para buzzer – buzzer politik dan juga menunjukkan bahwa dirinya secara besar hati menaruh semua kepercayaannya kepada masyarakat untuk bisa memenangkan di putaran Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 kali ini.

Sama seperti yang diucapkan Anies Baswedan sebelumnya yang membahas tentang dampak buruk buzzer. Pada pemberitaan selanjutnya berkaitan dengan adanya dampak negatif munculnya buzzer bagi para pelaku konveksi UMKM semasa Pemilu 2024 ini yang akan di jelaskan pada (Tabel 7).

Tabel 7. Pemberitaan Kompas.com (Edisi 08 Januari 2024)

Perangkat <i>Framing</i> Robert Entman	Kompas.com
<i>Define Problem</i>	Pendapatan penjual atribut kampanye di Jakarta (khususnya para pelaku konveksi UMKM) pada periode kampanye Pemilu 2024 mengalami penurunan yang cukup signifikan.

<i>Diagnose Causes</i>	Adanya trend kampanye menjelang Pemilu 2024 secara daring dengan memanfaatkan media sosial, buzzer atau influencer menjadi salah satu alasan turunnya pendapatan para pelaku UMKM.
<i>Make Moral Judgement</i>	Dibantu dengan media sosial, buzzer dan influencer yang dinilai lebih murah membuat para peserta pemilu lebih memilih membagikan anggaran kampanye dalam bentuk sembako/ tunai daripada membagikan kaos
<i>Treatment Recommendation</i>	Ada baiknya untuk lebih mendorong partai politik/para calon legislatif untuk melakukan kampanye dengan melibatkan pelaku UMKM. Dengan begitu memperlihatkan bahwa partai politik/para calon legislatif menunjukkan keberpihakan para pelaku UMKM dan tentunya membantu membuat promosi tidak langsung.

Sumber: Data Olahan Peneliti

Salah satu efek adanya buzzer – buzzer politik ini terasa pada bagian pemberitaan edisi 8 Januari 2024 ini. Dimana media online kompas.com menekankan bagaimana buzzer ini berefek pada pelaku UMKM khususnya di bidang konveksi (Kompas.com & Prodjo, 2024).

“Tadinya kan tidak 'online' dan offline, itu sangat berpengaruh sekali. Bukan karena (tidak suka bagi-bagi kaos) gitu karena harga (kampanye online) lebih murah saja,” kata Deputi Bidang Usaha Mikro KemenKopUKM Yulius saat konferensi pers di Kantor KemenKopUKM Jakarta, Senin (8/1/2023)

Seperti yang diketahui secara umum, jika masa pemilu adalah masa – masa kejayaan para pelaku UMKM di bidang konveksi. Dimana mereka bisa mendapatkan untung yang lebih banyak daripada biasanya. Para pelaku UMKM ini biasanya menawarkan untuk memproduksi alat peraga kampanye, seperti: baliho, kaos, kemeja, jaket, topi dan lain – lainnya. Namun, pada pemilu 2024 ini tidak berjalan seperti pemilu tahun – tahun sebelumnya. Tercatat pada hasil lapangan yang di lakukan wartawan kompas.com ini menyebutkan bahwa adanya penurunan yang cukup signifikan.

“Namun agak berbeda situasinya dengan masa kampanye saat ini, dari catatan kami di lapangan menunjukkan bahwa masa Pemilu 2024 belum memberikan dampak signifikan bagi sebagian besar pelaku UMKM bidang usaha konveksi dan sablon yang memproduksi dan menjual produk atau alat peraga kampanye,” ucap Deputi Bidang Usaha Mikro KemenKopUKM Yulius saat konferensi pers di Kantor KemenKopUKM Jakarta, Senin (8/1/2023).

Alasan dari adanya penurunan ini tidak lepas dari peran para peserta pemilu, yang menilai bahwa kampanye politik secara daring itu lebih murah. Adanya kemudahan ini membuat para peserta pemilu 2024 ini lebih memilih membagikan sembako atau secara tunai saja ketimbang dengan membagikan kaos.

Tentu hal ini tidak disambut terlalu baik oleh para pelaku UMKM, mereka yang berharap pemasukan dari para partai politik ini harus sedikit mengurangi ekspetasi mereka, karena mereka harus bersaing dengan kampanye online yang dipilih sebagai jalan alternatif sekaligus murah. Harapan dari pelaku UMKM ini tidaklah muluk – muluk, dimana mereka berharap agar tim sukses partai politik atau tim sukses pilpres ini bisa menggunakan jasa mereka, karena secara tidak langsung mereka bisa melakukan promisi dan mendukung usaha UMKM mereka sebagai produk lokal.

“Seharusnya masa kampanye dan tahun politik ini bisa meningkatkan secara signifikan ekonomi pelaku UMKM. Partai politik, para caleg (Calon Legislatif), dan tim sukses Pilpres memanfaatkan produk-produk UMKM dalam proses kampanye. Secara nyata memberikan keberpihakan kepada UMKM dan juga akan membantu promosi dan meningkatkan penjualan UMKM sehingga membantu keberlangsungan UMKM,” tutur Yulius.

Dalam kasus ini bingkai yang dibuat oleh media online kompas.com merujuk pada bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh adanya buzzer di era saat ini. Kompas.com juga secara tidak langsung menunjukkan dukungannya pada para pelaku UMKM untuk mendapatkan perhatian oleh para tim sukses, baik tim sukses parpol maupun tim sukses Pilpres pada pemilu 2024 ini.

Pemberitaan terkait buzzer ini juga turut dikupas tuntas oleh media online kompas.com pada edisi 4 Februari 2024 (Tabel 8).

Tabel 8. Pemberitaan Kompas.com (Edisi 04 Februari 2024)

<i>Perangkat Framing Robert Entman</i>	Kompas.com
<i>Define Problem</i>	Opini terkait Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 di media sosial sangat dipengaruhi oleh kekuatan anggaran yang dimiliki masing-masing kandidat.
<i>Diagnose Causes</i>	Kandidat Pilpres 2024 yang memiliki dana operasional yang besar akan dapat membayar jasa pendengung atau buzzer di media sosial untuk membentuk opini di tengah masyarakat
<i>Make Moral Judgement</i>	Bentuk pembentukan opini itu terjadi ketika acar debat telah usai dilaksanakan. Seharusnya esensi dari debat antar paslon ini adalah untuk menyampaikan ide atau gagasan mereka serta memperdebatkannya dengan kandidat lain

<i>Treatment Recommendation</i>	Setelah acara debat selesai banyak dari pendengung atau buzzer berlomba – lomba untuk menciptakan persepsi mereka sendiri dilaur konsteks perbedatan yang kemudian menggiring opini tertentu.
<i>Diagnose Causes</i>	Kandidat Pilpres 2024 yang memiliki dana operasional yang besar akan dapat membayar jasa pendengung atau buzzer di media sosial untuk membentuk opini di tengah masyarakat
<i>Make Moral Judgement</i>	Bentuk pembentukan opini itu terjadi ketika acar debat telah usai dilaksanakan. Seharusnya esensi dari debat antar paslon ini adalah untuk menyampaikan ide atau gagasan mereka serta memperdebatkannya dengan kandidat lain
<i>Treatment Recommendation</i>	Setelah acara debat selesai banyak dari pendengung atau buzzer berlomba – lomba untuk menciptakan persepsi mereka sendiri dilaur konsteks perbedatan yang kemudian menggiring opini tertentu.

Sumber: Data Olahan Peneliti

Hasil yang didapatkan pada pemberitaan ini memperlihatkan jika adanya anggaran khusus yang ditujukan untuk membayar pendegung atau buzzer di media sosial untuk membentuk opini di tengah – tengah masyarakat. Semakin besar anggarannya maka akan semakin mempermudah kinerja buzzer – buzzer ini untuk membentuk opini.

"Pembentukan opini itu kuat-kuatan anggaran, kalau anggarannya gede, buzzer-nya banyak, ya bisa tuh membuat opini di sosmed," kata Anies di kediamannya, Lebak Bulus, Jakarta, Minggu (4/2/2024), dikutip dari siaran YouTube Kompas TV.

Menurut Anies Baswedan sendiri pini – opini ini biasanya muncul setelah forum debat selesai dilaksanakan. Anies sendiri lebih berharap jika perdebatan yang berlangsung ini digunakan untuk menyampaikan gagasan mereka, lalu baru kemudian berdebat tentang gagasan mereka. Agar masyarakat dapat menilai kualitas tiap paslon Pilpres 2024 ini. Bukan setelah debat selesai, namun masalahnya tetap dibawa hingga keluar forum (Kompas.com & Ardito Ramdhan, 2024)

"Yang sesungguhnya terjadi ya yang 2 jam debat itu, kalau sesudahnya itu mesin operasi uang dan itulah yang kemudian dicoba diciptakan persepsinya," ujar mantan gubernur DKI Jakarta itu. Debat kelima Pilpres 2024 digelar di Jakarta Convention Center pada pukul 19.00 WIB, Minggu malam ini.

Perdebatan antara paslon Pilpres Pemilu 2024 ini juga tidak lepas dari pembahasan yang bertema, kesejahteraan sosial, kebudayaan, pendidikan, teknologi komunikasi, lalu ada kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia hingga membahas tentang inklusi.

Bingkai yang dibuat oleh media online kompas.com dalam bagian ini adalah ingin memperlihatkan bahwa sebagian informasi yang terkadang muncul dalam percakapan di media sosial ini bisa jadi berasal dari para buzzer – buzzer politik. Kemudian disini citra dari buzzer sendiri masih dipandang sebagai sesuatu yang merugikan masyarakat.

Hasil pengolahan data terakhir pada bingkai pemberitaan yang dibuat oleh media online kompas.com ini adalah membahas terkait “Dirty Vote” (Tabel 9).

Tabel 9. Pemberitaan Kompas.com (Edisi 13 Februari 2024)

Perangkat Framing Robert Entman	Kompas.com
<i>Define Problem</i>	Munculnya Dirty Vote di media sosial Youtube ini mendapatkan banyak atensi dari masyarakat dalam waktu singkat yang dinilai melukai integritas pemilu 2024,
<i>Diagnose Causes</i>	Terindikasi pemicu munculnya dirty vote karena mampatnya saluran demokrasi serta aspirasi masyarakat kepada pemerintahan petahana. Lalu, dirty vote ini dinilai sebagai bentuk rasa jenuh publik terhadap pemerintah petahana. Kebisingan ini dinilai muncul dari adanya masalah integritas di Mahkamah Konstitusi, seperti isu benturan kepentingan hingga putusan kontroversial yang akhirnya menodai legitimasi MK
<i>Make Moral Judgement</i>	Munculnyabeberapa peningkatan di dana bansos menjelang pemilu dibandingkan di masa pandemi. Hal ini menunjukkan adanya indikasi pengaruh politik uang dan pembelian suara, dan banyak pihak yang seolah – olah menutup mata dan telinga pada hal ini. Selain itu juga terdapat kegagalan Bawaslu mengawasi berbagai pelanggaran Pemilu serta beragam pelanggaran KPU.
<i>Treatment Recommendation</i>	Dirty Vote ini layak mendapatkan atensi masyarakat luas, karena hal ini bukan suatu masalah yang sepele. Namun juga sebagai bentuk kejelasan bagaimana publik bisa mendapatkan informasi yang jelas dan seimbang.

Sumber: Data Olahan Peneliti

“Dirty Vote” yang secara mengejutkan muncul di media sosial Youtube ini tidak luput dari pandangan media online kompas.com. Kemunculannya pun juga secara tidak langsung mengundang masyarakat untuk menonton film tersebut. (Kompas.com & Gatra, 2024)

“Sebab mampatnya saluran demokrasi dan aspirasi masyarakat terhadap pemerintahan pertahana” ungkapan dari jurnalis kompas.com

Secara tidak langsung hal ini menunjukkan keberpihakan media online kompas.com setuju dengan adanya “Dirty Vote” muncul untuk mengungkapkan sisi – sisi yang jarang terlihat. Hingga terdapat indikasi bahwa tidak jarang munculnya beberapa dana tambahan yang digunakan secara khusus untuk mendukung peserta pemilu Pilpres 2024.

Kemunculan “Dirty Vote” ini juga menimbulkan kontra, dinilai bahwa film ini hanyalah ulah dari para buzzer agar mereka menjadi center attention ditengah – tengah isu panas pemilu 2024. Namun dengan tegas dibantah oleh Prof. Hakristuti Harktisnowo selaku Guru Besar UI yang tidak terima dianggap sebagai partisipan.

“Kami bukan buzzer. Kami tidak punya kepentingan politik. Kami tidak punya kepentingan untuk mendapatkan jabatan. Keinginan kami hanya untuk Indonesia. Kita itu sudah tua yah, sebentar lagi akan masuk kubur. Apakah kami akan membiarkan. Kami tidak tega melihat masyarakat dalam satu suasana yang tidak jelas,” tegasnya, dilansir banyak media daring, pekan lalu. (Kompas.com & Gatra, 2024)

“Dirty Vote” juga secara tidak langsung membuat masyarakat menjadi berkubu – kubu. Kemudian tidak menutup kemungkinan juga akan memunculkan opini – opini baru di masyarakat. Walaupun kemunculan nya begitu kontroversial, frame dari kompas.com ini juga mengharapkan akan adanya kebenaran yang terungkap agar masyarakat bisa mendapatkan informasi yang seimbang dan tidak simpang siur.

2) Pembahasan

Bingkai media menunjukkan bahwa dengan melakukan konsepsi dan skema interpretasi dari para jurnalis, mereka kemudian dapat membentuk, menuturkan serta menekankan fakta dari suatu peristiwa yang sedang terjadi (Mursanah, 2014). Lalu realitas ini dibentuk setelah melewati proses interaksi antara jurnalis dengan fakta lapangan. Kemampuan pembingkai berita ini juga termasuk sebagai kunci dalam pembentuk opini publik, hal ini dikarenakan pembingkai berita dapat menjadi berpengaruh dalam pengambilan keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung pada opini

publik (Evans, 2010) Dengan demikian, konstruksi makna yang dibentuk dari pemberitaan media online kompas.com selama periode 28 November 2023 sampai dengan 13 Februari 2024 ini, memperlihatkan dengan tegas bahwa keperpihakan media online kompas.com ini tertuju pada pernyataan dari narasumber yang ditemuinya. Pernyataan - pernyataan ini didapatkan oleh media online kompas.com pada saat melakukan wawancara dengan keadaan terkait.

Media online kompas.com ini sendiri merupakan salah satu media online yang ada di Indonesia. Kompas.com pertama kali muncul pada tahun 1995, dimana kompas online merupakan salah satu edisi internet harian kompas. Dalam kompas.com sendiri juga membuat sebuah komunitas, dalam komunitas tersebut dibuat agar dipergunakan para anggota kompas.com juga bisa ikut serta dalam menyalurkan aspirasi mereka baik dalam bentuk tulisan, gambar, video maupun dalam bentuk audio (Yusri, 2020).

Pada enam pemberitaan yang dipublikasikan selama era kampanye pemilu 2024 ini, image dari buzzer ini beberapa kali memiliki kesan yang kurang baik menurut dari pernyataan dari para narasumber yang di wawancarai oleh media online kompas.com.

“Disalahpersepsikan oleh buzzer-buzzer beliau” “Kalau pakai buzzer, enggak babak belur begini. Justru kita apa adanya,”

“Kalau pakai buzzer, enggak babak belur begini”

“Kalau anggarannya gede, buzzer-nya banyak, ya bisa tuh membuat opini di sosmed”

Beberapa pendapat tersebut menunjukkan bahwa konstruksi pesan yang dihasilkan oleh kompas.com ini berasal langsung dari para narasumbernya. Berdasarkan pernyataan yang diberikan narasumber pada saat wawancara, mereka secara tidak langsung kurang menyukai keberadaan para buzzer - buzzer ini. Keberadaan buzzer ini dinilai meresahkan dan merugikan baik bagi diri mereka. Oleh karena itu, makna dari adanya konstruksi pesan ini dibentuk dan dihasilkan dari adanya pemberitaan media dan berbagai keraguan warga yang diungkapkan secara eksplisit (Barrios-Rubio & Fajardo Valencia, 2022).

4. PENUTUP

Dari berbagai hal baik itu analisis framing, teori konstruksi realitas, media online maupun buzzer pada masa pemilu 2024 di kompas.com menunjukkan masih kurangnya perhatian dan koreksi dari pemerintah mengenai politik yang netral. Dimana dampak yang ditimbulkan buzzer ini besar nyatanya, walaupun kecil namun lambat laun terasa perubahannya. Walaupun keberadaan buzzer seringkali muncul di saat sebuah pentas politik ada baiknya jika buzzer juga tidak terlalu mudah

dalam menerima tugas dimana tugas tersebut mengarah pada penyebaran berita yang tidak benar sehingga menimbulkan miss-informasi. Kemudian pada para masyarakat juga perlu selalu waspada dan tidak selalu menerima berita secara mentah, ada baiknya mencari tahu dulu darimana berita itu berasal.

PERSANTUNAN

Mengucapkan alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti diberikan lekancarandan kemudahan dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai. Ucapan terimakasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu dan keluarga saya yang selalu mendoakan agar mendapatkan hasil yang baik. Terimakasih yang sebesar- besarnya kepada pembimbing skripsi peneliti yaitu Bapak Dr. Andika Sanjaya yang sudah membantu baik dalam memberikan saran atau masukkan kepada peneliti dan sabar untuk selalu mendampingi dalam proses pengerjaan skripsi dimana menyakinkan untuk tetap melakukan progress pengerjaan penelitian ini.

Terakhir peneliti berterimakasih kepada diri sendiri karena sudah berusaha menyelesaikan skripsi walaupun belum memiliki hasil yang maksimal. Semoga dari penelitian ini bisa menjadi bermanfaat bagi diri peneliti sendiri untuk kedepannya dan bisa menjadi manfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). Konstruksi Realitas Sosial Di Media Tentang Kontroversial Hukum Wayang Perspektif Islam (Studi Framing Pemberitaan Ustadz Khalid Basalamah Di Republika Online). 9, 356–363.
- Arianto, B.--. (2020a). Peran Buzzer Media Sosial Dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.12928/optimum.v10i1.14343>
- Arianto, B. (2020b). Salah Kaprah IHWal Buzzer: Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial. *Jiip: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.14710/jiip.v5i1.7287>
- Barrios-Rubio, A., & Fajardo Valencia, G. C. (2022). The Media in the Construction of Reality in the Context of Colombian Social Nonconformity. *Information (Switzerland)*, 13(8), 1–14. <https://doi.org/10.3390/info13080378>
- Budiyanto, L. A. (2021). Demonstrasi Sebagai Respon Penolakan RKUHP dan RUU KKP di Media Online: Analisis Framing pada Kompas. com. 1–28. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/90137>
- Curran, J. (2012). Media and Power. In *Media and Power*. <https://doi.org/10.4324/9780203417744>

- Deyu, M., Argenti, G., & Adiarsa, S. R. (2023). Analisis Framing mengenai Pemberitaan Buzzer Politik di Media Sosial pada Media Online detikcom. *Journal Of Social Science Research*, 3(5), 5736–5747. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2002). Analisis Framing: Media dan Politik Media. In N. H. SA (Ed.), *LKis. LKiS Yogyakarta*.
[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=0nBaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA75&dq=Mulyana,+D.+D.+\(2002\).+Analisis+Framing+Konstruksi,+Ideologi,+dan+Politik+Media.+Lkis+Pelangi+Aksara.&ots=wUJEcQDzpm&sig=LATvBKeChsjBIBWigTaUp0BrAw](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=0nBaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA75&dq=Mulyana,+D.+D.+(2002).+Analisis+Framing+Konstruksi,+Ideologi,+dan+Politik+Media.+Lkis+Pelangi+Aksara.&ots=wUJEcQDzpm&sig=LATvBKeChsjBIBWigTaUp0BrAw)
- Evans, M. (2010). Framing international conflicts: Media coverage of fighting in the Middle East. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 6(2), 209–233. https://doi.org/10.1386/mcp.6.2.209_1
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati. (2021). Peran Buzzer dalam Proses Pembentukan Opini Publik di New Media. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2806–2820. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1305>
- FRAMING ROBERT N ENTMAN. (n.d.).
- Ichwan Butsi, F., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Tinggi Ilmu Komunikasi-Pembangunan Medan, S. (2019). MENGENAL ANALISIS FRAMING: TINJUAN SEJARAH DAN METODOLOGI. In *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi: Vol. 1 No.2*. www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
- Juniardi, S. H. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Pemindahan Ibu Kota Pada Pemerintahan Presiden Sby Dan Presiden Jokowi Pada Media Online Kompas.Comkompas.Com. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kompas.com, & Ardito Ramdhan, D. P. (2024). Anies: Pembentukan Opini Itu Kuat-kuatan Anggaran, Kalau Gede, “Buzzer-nya” Banyak. 04 Februari 2024. <https://nasional.kompas.com/read/2024/02/04/18401321/anies-pembentukan-opini-itu-kuat-kuatan-anggaran-kalau-gede-buzzer-nya>.
- Kompas.com, & Gatra, S. (2024). Jika “Dirty Vote” Diabaikan, dengan Apa Lagi Publik Bisa “Check and Balance”? 13 Februari 2024. <https://nasional.kompas.com/read/2024/02/13/12145971/jika-dirty-vote-diabaikan-dengan-apa-lagi-publik-bisa-check-and-balance?page=all>.

- Kompas.com, & Prodjo, W. A. (2024). Ada Medsos dan Buzzer, Pendapatan Penjual Atribut Kampanye di Jakarta Menurun. 08 Januari 2024. <https://umkm.kompas.com/read/2024/01/08/171913583/ada-medsos-dan-buzzer-pendapatan-penjual-attribut-kampanye-di-jakarta-menurun>.
- Kompas.com, & Saputra, M. W. (2023, November). FX Rudy Klaim Sebutan “Petugas Partai” Disalahpersepsikan Buzzer. 29 November 2023. <https://video.kompas.com/watch/1062843/fx-rudy-klaim-sebutan-petugas-partai-disalahpersepsikan-buzzer>
- Kompas.com, & Tatang Guritno, K. (2023). Klaim Tak Pernah Gunakan Jasa “Buzzer”, Anies: Kalau Pakai, Enggak Babak Belur Begini. 01 Desember 2023. <https://nasional.kompas.com/read/2023/12/01/16025091/klaim-tak-pernah-gunakan-jasa-buzzer-anies-kalau-pakai-enggak-babak-belur>.
- Kurniawan Siregar, A., Eka, D., & Qurniawati, F. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Buzzer di tempo.co. 1(1), 1–15.
- Meriläinen, N., & Vos, M. (2013). Framing issues in the public debate: The case of human rights. *Corporate Communications*, 18(1), 119–134. <https://doi.org/10.1108/13563281311294164>
- Mursanah, A. (2014). Konstruksi Realitas Sosial Larangan Khitan Perempuan Di Media Massa: Analisis Framing Berita Pro-Kontra Khitan Perempuan Di Kompas.com. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27046>
- 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>
- Setiawan, V. A., Santoso, B., & Sos, S. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Dahlan Iskan Dalam Kasus Dugaan Korupsi Gardu Induk Listrik Di Koran Jawa Pos Edisi Bulan Juni–Agustus 2015. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/56282>
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer Di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.7250>
- Triyon, G. M. R. A. (2016). KONSTRUKSI PEMBERITAAN TRAGEDI KEMATIAN SUPORTER DI STADION KANJURUHAN MALANG PADA KORAN JAWA POS 2022. 1–23.
- Triyono, A., & Meidita, S. A. (2023). Remisi Hukuman Koruptor dalam Konstruksi Media: Analisis Framing Program Talkshow Mata Najwa dan Satu Meja The Forum. *ETTISAL : Journal of Communication*, 8(1), 71–89. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v8i1.9643>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Profil Kompas.com. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.