

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilu yang akan diselenggarakan pada tahun 2024 ini menjadi sorotan perbincangan masyarakat Indonesia. Bukan rahasia umum lagi bahwa setiap ada penyelenggaraan pemilu banyak sekali fenomena maupun isu yang terjadi di sekitar masyarakat dan para paslon yang nantinya akan menjadi kontestan untuk menjadi presiden. Maka seluruh elemen pemerintahan dan masyarakat saling terintegrasi untuk menyukseskan pemilu 2024 ini. Setelah 2x pemilu presiden hanya ada 2 kandidat paslon, pada tahun ini pemilu presiden menjadi 3 capres. Paslon 01 yang diduduki oleh Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, pada paslon 02 diduduki oleh Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, dan pada paslon 03 diduduki oleh Ganjar Pranowo dan Mahfud MD. Dengan hadirnya 3 paslon capres yang akan bertarung di panggung pemilu nanti membuat para pemilih akan sangat kesulitan dalam menentukan pilihannya. Hal ini ditunjukkan pada survei yang dilakukan oleh litbang kompas yang dirilis pada periode survei 29 November - 4 Desember tentang elektabilitas paslon pilpres yang mana masih diungguli cukup jauh oleh kandidat nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming sejumlah 39,3 persen. Sementara Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sejumlah 16,7 persen, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD hanya mampu mengumpulkan nilai survei sejumlah 15,3 persen, Tetapi angka yang belum menentukan pilihannya juga relatif terbilang cukup besar yaitu 28,7 persen. Fenomena ini menjadi pemantik untuk

memunculkan strategi *marketing* politik yang tepat untuk mendapatkan dan memperbanyak suara pada salah satu paslon.

Strategi *marketing* politik akan sangat beragam, penyampaian gagasan, program, maupun janji-janji memiliki karakteristik dalam pemilihan media atau cara penyampaiannya yang tepat untuk bisa sampai ke audiens yang dituju. Pada era digital seperti ini portal berita menjadi tools utama paslon dalam menyampaikan informasi kepada calon pemilih. Apalagi dunia serba internet ini memaksa publik untuk mengakses portal berita untuk memenuhi kebutuhan mendapatkan informasi. Karena dinilai jauh lebih efektif dan efisien, hanya melalui gawai kecil dan jaringan internet saja setiap individu tidak perlu memakan banyak waktu untuk berpindah tempat demi mendapatkan informasi yang ingin didapatkan. Terlebih lagi fitur yang disediakan oleh sistem google sangat memudahkan publik untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui *search engine*. Dunia serba internet ini juga membawa banyak perubahan pada pola perilaku kehidupan manusia. Hampir semua aktivitas manusia sekarang bergantung pada internet dan teknologi. Sebanyak 210 juta orang di Indonesia menggunakan internet pada tahun 2022, naik 35 juta dari tahun sebelumnya, menurut statistik yang dihimpun oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Dewi, 2022). Sebagian besar penduduk dunia menggunakan internet, dan Indonesia termasuk negara teratas dalam hal ini. Ditambah lagi kebiasaan baru yang terjadi pada musim pandemi setiap individu sudah menerima dan merasakan kenyamanan dengan adanya perubahan baru yang terjadi.

Tetapi media *online* mengalami penurunan tren dalam 3 tahun terakhir ini, dimana orang mencari sumber berita utama melalui media sosial. Hal ini menurut hasil Digital News Report 2023, jajak pendapat terbaru dari Reuters Institute. Pada tahun 2021, 89% dari mereka yang mengikuti survei tersebut mengatakan bahwa mereka memperoleh sebagian besar berita dari sumber internet. Setelah itu, pada tahun 2022 turun menjadi 88% dan pada tahun 2023 turun lagi menjadi 84%. Selain itu, di kalangan masyarakat Indonesia, media sosial menempati urutan kedua ketika diminta menyebutkan sumber berita. Proporsi responden yang memilih sumber berita melalui media sosial juga fluktuatif dalam tiga tahun terakhir, pada tahun 2021 sejumlah 64% pada tahun selanjutnya meningkat sejumlah 68% dan menurun 65% pada tahun 2023.

Portal berita tetapi masih difavoritkan oleh publik untuk menjadi sumber berita utama. Bagaimana tidak menjadi yang paling favorit, Meskipun Dewan Pers telah memverifikasi 100 portal berita daring, Menteri Komunikasi dan Informatika mengklaim bahwa saat ini terdapat 42.000 portal berita daring (Kominfo, 2018). Dua sumber berita yang dapat memenuhi kebutuhan informasi tersebut adalah Kumparan dan Mojokdotco. Hugo Diba, Ine Yordenaya, Arifin Asyhad, dan Yusuf Arifin—pelopor media digital Indonesia—mendirikan Kumparan. Mereka mulai memperkenalkan platform media baru pada tahun 2016 dengan potensi untuk mengubah lanskap media daring secara menyeluruh. Pengembangan platform media daring yang bebas, kolaboratif, dan berpengaruh menjadikan visi ini menjadi kenyataan. Istilah "kumparan" yang berarti "kumpulan pemikiran" dipilih oleh

mereka. Dari penamaan medianya kumparan seolah ingin mempublikasi berita yang kredibel.

Mojokdotco merupakan media asal Jogjakarta yang memiliki frekuensi yang cukup beragam seperti portal berita, instagram, podcast spotify. Pengikut akun instagram mojkdotco mencatat sebanyak 252rb, hal ini merupakan angka fantastis bagi sebuah media kelompok. Media kelompok disini dijelaskan bahwa mojkdotco bukanlah media korporasi yang memiliki kondisi keuangan yang stabil seperti layaknya media korporasi antara lain kompas, detikcom, dan lainnya. Pemberitaan yang dipublish oleh mojkdotco tidak hanya berasal dari pihak redaksi melainkan pemberitaan atau content yang diproduksi juga dari kiriman para pembaca. Hal ini membuat mojkdotco lebih mendapatkan sudut pandang langsung dari netizen. Apalagi sekarang masyarakat sedang menyorot tentang pra event pemilu yaitu debat capres. Debat capres merupakan salah satu ajang untuk menyampaikan visi dan misi setiap paslon juga sebagai ajang untuk menentukan siapa pilihan yang tepat untuk menjadi presiden Indonesia pada pemilu nanti.

Debat capres perdana yang dilakukan pada tanggal 12 Desember 2023 kini sudah berakhir dan tampak sudah saling menyerang akan kinerja yang sudah pernah dialami. Isu atau tema yang ditentukan KPU antara lain Hukum, HAM, Pemerintahan, Pemberantasan Korupsi dan Penguatan Demokrasi. Terlihat pada debat capres perdana paslon 02 yang diduduki oleh Prabowo-Gibran dan paslon 01 yang diduduki oleh Anies-Imin sempat bersitegang karena topik demokrasi mengenai posisi oposisi dan pemegang kuasa. Kedua paslon ini saling menyerang personal, terlihat pada intonasi dan kata yang dilontarkan bersifat menyerang. Anies

melontarkan statement yang menunjukkan bahwa Prabowo tidak kuat berada dalam oposisi karena jika tidak dalam kekuasaan, berarti tidak bisa berbisnis. Begitu pula Prabowo melontarkan bahwa Anies agak berlebihan dalam menyatakan statement terhadap sistem pemerintahan demokrasi yang seakan-akan seperti sistem diktator pada pemerintahan Jokowi. Hal ini juga tidak lepas dari mata media yang berlomba-lomba dalam memberitakan ataupun mengambil sudut pandang yang unik pada pasca debat capres perdana tersebut.

Pasca debat capres perdana usai, maka terbitlah keramaian pembicaraan topik di sosial media. Dengan terjadinya obrolan di publik ini membuat pengaruh besar dalam mengumpulkan suara baru bagi para paslon capres. Hingar bingar pemberitaan selalu terjadi di media digital. Antar individu saling mempengaruhi satu sama lain untuk mengikuti keyakinan paslon yang ia pilih. Akan tetapi ada temuan unik yang dikemukakan oleh akun media bernama *sociaremedia* melalui kanal X. Bahwa data yang diungkapkan pasangan Prabowo-Gibran mendapat total *social media mention* terbanyak sejumlah 71.600 mention dan mendapatkan *positive mention* sejumlah 11.360 mention yang unggul jauh dari kontestan lainnya. Padahal pada debat capres perdana paslon 02 dinilai kurang dalam memberikan tanggapan dan seringkali emosi dalam menjawab perdebatan yang dilontarkan dari kandidat lainnya. Maka data mengenai *positive mention* terhadap Prabowo-Gibran sangat bertolak belakang dengan realita yang terjadi. Tetapi berbagai media juga memberitakan perbedaan sudut pandang, beberapa media melihat gestur yang dibawakan Prabowo-Gibran terlihat lebih santai dan adapun sebaliknya media yang

meng *highlight* sudut pengamat politik yang ber *statement* bahwa gestur yang ditunjukkan bisa berpotensi kehilangan dukungan.

Dalam Bukhroni dan Aisyah (2019), Elfira berpendapat bahwa kepentingan politik dan ekonomi meresap ke dalam berita karena adanya framing, yaitu upaya menarik perhatian pada pesan tertentu untuk memengaruhi penerimaannya (Surbakti, 2013). Media *framing* realitas secara halus dengan menekankan aspek-aspek tertentu. Dengan demikian, cara media menyajikan realitas kepada publik sangat dipengaruhi oleh *framing*. Akibat dari framing, khalayak melihat dunia secara berbeda ketika jurnalis menyajikan berita dengan cara yang berbeda dari media lain yang menggambarkan peristiwa yang sama (Putri & Hasfi, 2020). Kode etik jurnalistik sering kali diabaikan ketika membingkai suatu objek. Di mana opini publik terbentuk oleh berita yang terus-menerus membengkok. Hasilnya adalah pelaporan yang bias dan terlalu kritis.

ti Tetapi pada acara debat capres hasil atau penilaian dari pengamat malah justru sebaliknya yang bisa berpotensi kehilangan pendukung atau suara baru usai melakukan debat capres perdana. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul, **“ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PRABOWO-GIBRAN PASCA DEBAT CAPRES PERDANA (Studi Komparasi Pada Portal Berita Mojokdotco dan Kumparan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Framing Mojokdotco dan Kumparan pada pemberitaan opini Prabowo pasca debat capres perdana ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian berbasis masalah ini bertujuan untuk membandingkan dan mengontraskan cara Mojokdotco dan Kumparan dalam memilih opini tentang kampanye Prabowo setelah debat presiden pertama.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Akademi

Dari perspektif ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman kita tentang analisis framing pada portal berita digital dan memberikan perspektif baru untuk studi masa depan di bidang ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu menginformasikan dan mencerahkan pemirsa portal berita daring tentang cara berita dibentuk oleh media.