

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di masa modern ini, media massa menjadi bagian penting dalam aktivitas manusia sehari-hari. Ibarat dua sisi mata pisau, dalam menyajikan informasi media massa mampu memberi pengaruh positif dan negatif secara efektif. Untuk mendapatkan informasi, masyarakat harus mengakses media massa dalam bentuk cetak, TV & radio, maupun media online. Media massa tak jarang menyebarkan informasi yang bersifat provokatif, propaganda, agitatif, dan persuasif. Hal ini membuat media massa sebagai salah satu saluran yang berorientasi pada kepentingan pihak - pihak tertentu.

Kemajuan media massa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Bahkan sejak awal pasca orde baru, keran menuju demokrasi mulai terbuka di Indonesia. Hal ini ternyata berdampak besar terhadap kebebasan pers. Karena organisasi berita tidak lagi terikat pada aturan penguasa, maka mereka dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk melindungi kepentingan institusi pemilikinya, termasuk kepentingan politik. Sebagai tren saat ini, organisasi-organisasi sosial politik di Indonesia mulai kompetitif untuk mendapatkan pengaruh di media demi meningkatkan citranya pada masyarakat. Para elit politik berusaha membangun citra politik yang intens guna merebut empati massa dan membuat mereka mau memihaknya. Media memiliki otoritas untuk membangun opini publik sehingga diminati banyak pihak. Media massa berperan sangat vital untuk menopang kehidupan di negara dengan sistem demokrasi. Media massa berperan dalam melakukan pengawasan kekuasaan politik yakni eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

Secara praktik, Media massa acap kali sulit untuk memisahkan antara kepentingan publik dan kepentingan privat. Informasi yang disebarkan lewat media massa harus bersifat *public* sehingga tidak ditujukan untuk perorangan atau golongan orang tertentu. Tujuan dari adanya media adalah untuk menyediakan ruang di mana khalayak dapat berinteraksi dan terlibat secara leluasa khususnya terkait dengan kepentingan publik (Habermas, 1989). Konsep Habermas mengenai

ruang publik atau *public sphere* bisa dikatakan sebagai penciptaan ruang antara negara dan masyarakat, dimana setiap warga negara terlibat dalam interaksi dan berdiskusi mengenai urusan publik tanpa control negara maupun kekuatan ekonomi.

Dinamika politik global yang terjadi hari ini mengalami sebuah transisi yang begitu signifikan seiring berkembangnya teknologi komunikasi. Berbagai faktor memengaruhi kondisi politik global baik dalam konteks internal maupun eksternal. Media internasional mempunyai potensi untuk mempengaruhi pemerintah dan organisasi internasional, dan mempunyai pengaruh dalam menentukan agenda kebijakan (Bajraktari, 2017). Pasal 9 dalam Piagam Etika Global untuk Jurnalis atau dikenal dengan “Deklarasi Bordeaux” berbunyi “Jurnalis harus memastikan bahwa penyebaran informasi atau opini tidak berkontribusi terhadap kebencian atau prasangka dan harus melakukan yang terbaik agar terhindar memfasilitasi penyebaran diskriminasi atas dasar geografis, sosial atau etnis, ras, gender, orientasi seksual, bahasa, agama, disabilitas, politik dan pendapat lainnya (*International Federation of Journalist*, 2019).

Seiring berkembangnya era *new media*, peran media sangat masif sebagai sebuah entitas di suatu negara. Dalam hubungan internasional peran media massa dalam diplomasi antar negara disebut sebagai diplomasi jalur kedua. Diplomasi yang dilakukan pemerintah adalah diplomasi jalur pertama. Diplomasi jalur kedua dilakukan oleh aktor-aktor non-pemerintah atau individu yang bersifat informal (Diamond & McDonald, 1996). Dalam hal saling mempengaruhi, media internasional berperan penting dalam melakukan perubahan – perubahan politik internasional.

Media internasional merupakan instrument yang secara mudah memberikan pengaruh terhadap fenomena di suatu negara. Terkadang secara tidak sadar media internasional membawa kepentingan – kepentingan terhadap sebuah negara yang berdaulat. Media internasional menjadi alat yang memiliki otoritas dalam keberpihakan kepada subjek tertentu. Mereka sangat terpengaruh dengan kepentingan dan situasi dimana mereka bersuaka. Peristiwa sensitif di suatu negara sering kali memancing sentimen negatif masyarakat internasional akibat

pemberitaan media massa. Sentimen negatif berupa opini publik tentu tak mudah diredakan karena sering kali menyangkut perasaan nasionalisme.

Sebagai salah satu negara demokrasi terbesar di dunia, pelaksanaan pemilihan presiden 2024 di Indonesia mendapat banyak sorotan di kancah internasional. Kondisi politik nasional di Indonesia sangat dinamis. Informasi – informasi yang lalu lalang di media massa sangat masif dan diperbaharui setiap saat. Setiap kubu berlomba – lomba dalam mendapatkan suara masyarakat sebanyak – banyaknya. Pada 13 November 2023, Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Hasyim Asy'ari menetapkan tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden yang berkontestasi di pilpres tahun 2024. Kontestasi pemilihan presiden 2024 menghadirkan tiga pasangan calon presiden yaitu Anies Rasyid Baswedan dan Abdul Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, serta Ganjar Pranowo dan Mahfud MD. Kekuatan politik yang diperlihatkan oleh masing – masing pasangan membuat politik nasional berlangsung secara ketat dalam memperebutkan kursi Presiden Republik Indonesia ke 8 pada tahun 2024.



*Gambar 1. 1 Capres yang berlaga di Pilpres 2024*

*sumber : kompas.com*

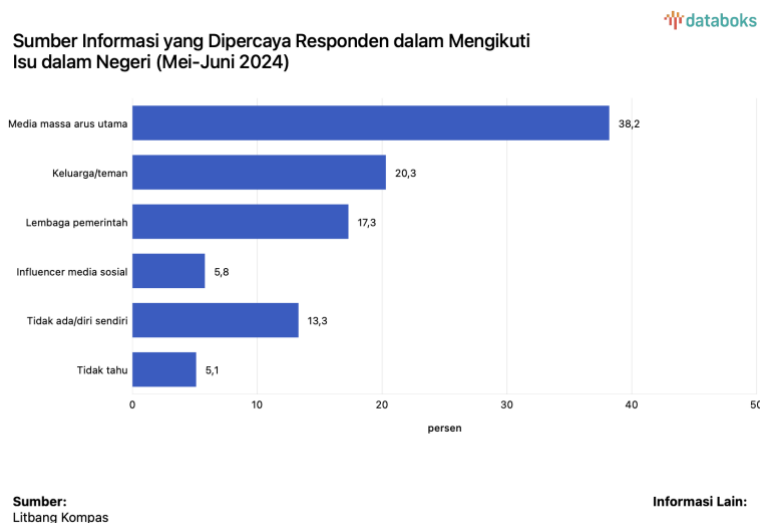
Saat Pilpres 2024, media internasional beramai - ramai melakukan pemberitaan pesta demokrasi yang diikuti lebih 200 juta pemilih. Tak terkecuali media dari Amerika Serikat, Eropa, China, dan Timur Tengah melakukan liputan pemungutan suara yang berlangsung dalam sehari pada tanggal 14 Februari 2024. Bahkan salah satu media terkenal yang berpusat di Qatar melakukan *live update* pemilihan Presiden Republik Indonesia yang menyoroti terkait pengganti Presiden Joko Widodo saat ini. Liputan tersebut diberi judul “Dalam pemberitaan bertema

*"Indonesia election 2024 live news: Voters to decide on successor to Jokowi"*, disebut bagaimana pemilu di RI menjadi "prestasi demokrasi yang luar biasa yang terjadi di negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia" (CNBC Indonesia, 2024).

Media berperan penting dalam membangun opini publik. Khususnya dalam penyelenggaraan pemilu, media dan politik sangat sukar untuk dipisahkan. Hubungan antara media dan politik sudah terjalin dengan baik. Hal tersebut terjadi sebab media menjadi wadah eksistensi para aktor politik untuk mendapatkan efek elektoral. Kampanye politik tidak bisa melepaskan diri dari pengaruh media massa, baik media yang berbentuk cetak maupun elektronik (Nurul, 2012). Beberapa pemberitaan media saat pemilu yang dianggap berat sebelah salah satunya saat pemilu tahun 2014 dimana beberapa media televisi membela salah satu pasangan calon yang menyebabkan berita menjadi bias dan berpihak.

Penelitian tentang framing pemberitaan Pilpres Indonesia 2024 di media internasional mengangkat isu penting mengenai bagaimana peristiwa politik di Indonesia dipersepsikan dan diberitakan oleh media internasional. Media internasional memiliki kekuatan untuk membentuk opini global tentang politik Indonesia, yang dapat mempengaruhi persepsi publik internasional dan hubungan diplomatik antar negara. Namun, sering kali terdapat perbedaan dalam cara media tersebut menyajikan berita, tergantung pada kepentingan politik dan ekonomi masing-masing negara. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana framing yang digunakan media internasional dapat mempengaruhi citra Indonesia di mata dunia dan bagaimana hal itu berdampak pada persepsi internasional terhadap stabilitas politik dan demokrasi di Indonesia.

Dalam konteks Pilpres 2024, isu-isu seperti kandidat yang diunggulkan, kebijakan yang diperdebatkan, dan dinamika politik dalam negeri bisa diberi penekanan berbeda oleh media luar negeri. Perbedaan framing ini bisa memberikan gambaran yang tidak seimbang atau bahkan menyimpang dari realitas politik yang terjadi di Indonesia yang memerlukan analisis mendalam untuk memahami motif dan implikasinya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi framing yang dibuat dan mengeksplorasi persepsi Masyarakat global mengenai proses Pilpres di Indonesia.



Gambar 1. 2 Infografis Litbang Kompas  
sumber : [databoks.katadata.id](http://databoks.katadata.id)

Penelitian ini peneliti memilih media online sebagai subjek yang akan diteliti. Pemilihan media online bukan tanpa alasan, dalam laporan survei Litbang Kompas, sebanyak 38,2% masyarakat Indonesia menjadikan media massa baik online atau konvensional sebagai sumber informasi yang terpercaya (databoks.katadata.id., 2024). Selain itu, kelebihan media online dibandingkan media lainnya yakni dapat diakses kapan saja, dimana saja dengan ketentuan tersambung dengan internet (A. S. M. Romli, 2015). Media massa baik yang ada di Indonesia maupun internasional memiliki keunikan yang berbeda – beda. Peneliti memilih media internasional yang terlibat dalam peliputan Pilpres 2024. Peneliti menemukan dua media internasional yang memiliki reputasi baik di mata Internasional dan jejak yang baik dalam pemberitaan politik, yakni media Washington Post dan Al Jazeera. Kedua media tersebut terlibat dalam pemberitaan Pilpres 2024 yang tentu negara – negara lain memiliki kepentingan. Kedua media tersebut ikut memberitakan mengenai pemilu 2024 dengan perspektif yang berbeda.

Washington Post merupakan salah satu media Amerika Serikat yang telah berdiri sejak tahun 1877, media ini menjadi salah satu media tertua di Amerika Serikat (Washington Post, 2015). Dalam laporan *pressgazette.co.uk*, Washington Post termasuk dalam “top 25 news website in the world” dengan jumlah 132,8 Juta pengguna (*user*) dan menempati urutan ke 17 (*Pressgazette*, 2024) merupakan media yang independent, memiliki kebebasan keredaksian untuk mengatur dan



memenuhi kebutuhan perusahaan secara mandiri. Kepemilikan media dan campur tangan dalam perusahaan merupakan faktor yang memengaruhi otonomi media (Washington Post, 2015). Dalam laporan Press Gazette, Washington Post masuk dalam 50 website berita yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia (Pressgazette, 2024). Sementara itu, Al Jazeera merupakan media yang berdiri sejak tahun 1996 tepatnya di Doha, Qatar. Media ini mampu memberitakan peristiwa di seluruh dunia selama 24 jam sehari melalui televisi dengan 35 juta penonton pada tahun 2001 (Baden, C., & Tenenboim Weinblatt, K., 2017). Al Jazeera menjadi anomali media internasional yang memengaruhi dunia sejak munculnya TV (Evans, 2016).

Penelitian ini dilakukan pada dua media asing yaitu Washington post dan Al Jazeera. Alasan peneliti memilih dua media asing ini karena kedua media tersebut memiliki sejarah prestisius dalam memberitakan sebuah peristiwa. Salah satu karya jurnalistik Washington Post pada tahun 1970 yang dikenal dengan skandal “*Watergate*”. Pada saat itu jurnalis dari Washington Post melakukan liputan investigasi yang berujung pada mundurnya Presiden ke-37 Amerika Serikat Richard Nixon pada 8 agustus 1974. Sedangkan untuk media Al Jazeera pada tahun 2011 memiliki pemberitaan yang berpengaruh di dunia khususnya di Kawasan Timur Tengah. Al Jazeera berpengaruh dalam membantu negara – negara di Timur Tengah dalam mewujudkan demokratisasi dan transformasi politik saat terjadinya revolusi “*Arab Spring*” yang pada saat itu terjadi gejolak kerusuhan antara masyarakat dan pemerintah otoriter (Minardi, 2023). Masalah yang akan dikaji yakni bagaimana pembingkai berita (*framing*) yang dilakukan oleh media tersebut tentang pilpres 2024 yang berlangsung pada tanggal 14 februari 2024. Dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan bahwa peneliti mengambil judul **“Analisis Framing Pemberitaan Pilpres 2024 di Media Internasional The Washington Post dan Al Jazeera”**.

Peneliti ingin mengetahui lebih dalam terkait bagaimana Washington Post dan Al Jazeera membingkai pemilu 2024 melalui pemberitaan dengan sudut pandang berbeda – beda. Sudut pandang dari penyajian berita tersebut semakin menarik perhatian khalayak. Dengan memanfaatkan analisis framing dalam menganalisis sebuah realitas yang dituangkan menjadi berita. Penerapan teknik analisis framing

menunjang peneliti untuk mengkomparasikan media tersebut dalam membingkai sebuah peristiwa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Batasan Masalah**

Untuk menghindari lebarnya pembahasan, peneliti memberikan suatu batasan masalah. Ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada teks berita terkait pemberitaan pemilihan presiden di media Washington Post dan Al Jazeera edisi 11 – 16 Februari 2024.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, berikutnya dihasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Washington Post dan Al Jazeera melakukan *framing* pemberitaan Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2024 edisi 11 – 16 Februari 2024?
2. Apa perbedaan *framing* pemberitaan yang dilakukan oleh The Washington Post dan Al Jazeera dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2024?
3. Nilai apa yang ditonjolkan oleh Washington Post dan Al Jazeera dalam pemberitaan Pemilihan Presiden Republik Indonesia edisi 11 – 16 Februari 2024?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini merujuk pada rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana media Washington Post dan Al Jazeera melakukan *framing* pemberitaan Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2024 edisi 11 – 16 Februari 2024.
2. Untuk mengetahui perbedaan *framing* yang dilakukan oleh The Washington Post dan Al Jazeera dalam Pemilihan Presiden Republik Indonesia 2024
3. Untuk mengetahui nilai yang ditonjolkan oleh Washington Post dan Al Jazeera dalam pemberitaan Pemilihan Presiden Republik Indonesia edisi 11 – 16 Februari 2024

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diklasifikasikan dalam dua hal, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis yang diuraikan sebagai berikut :

### **1.4.1 Praktis**

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada masyarakat terkait pemberitaan politik dalam sebuah media terlebih lagi menjelang pemilihan umum. Sedangkan bagi penulis untuk seluruh hasil rangkaian dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kegiatan media massa yang efektif serta memantapkan fungsi keilmuan selama mengikuti perkuliahan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

### **1.4.2 Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kemiripan dengan tema penelitian ini. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan civitas akademik yang berguna serta menjadi referensi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang komunikasi massa dalam terkait *framing*.