BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, media online kini menjadi salah satu wadah bagi para politikus dan partai politik untuk menyampaikan pesan dan berkampanye dalam rangka untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Media online menjadikan informasi politik dapat disebarluaskan dengan cepat dan mudah ke pembaca. Tidak hanya itu, media online juga memudahkan para politikus dan partai politik untuk berhubungan dengan masyarakat secara langsung melalui interaksi online, salah satunya adalah melalui platform berita online .Media online juga membuat kampanye politik menjadi lebih terukur dan spesifik. Dalam kampanye politik yang terdahulu , para politikus dan partai politik hanya dapat memperkenalkan diri mereka melalui iklan media massa dan kampanye offline yang mengandalkan massa. Namun, media online memudahkan mereka untukmemanfaatkan teknologi sehingga dengan mudah dapat menyasar target audiens yang diinginkan.

Penggunaan media online dalam politik tentu juga memiliki risiko dan tantangan tersendiri. Salah satu risikonya adalah berkaitan dengan kebenaran informasi yang disampaikan melalui media online. Saat ini tidak jarang Media Online digunakan sebagai sarana black campaign yaitu dengan menyebarluaskan hoax tentangcalon, media online dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang salah dan menyesatkan, yang dapat mempengaruhi opini publik secara tidak adil.Tidak hanya itu, media online juga dapat dimanfaatkan untuk mempengaruhi hasil pemilihan dengan cara yang tidak adil. Misalnya, para politikus dan partai politik dapat menggunakan teknik manipulasi data dan pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat atau mengalihkan perhatian dari isu utama.Selain itu, penggunaan media online dalam politik juga berkaitan dengan privasi dan keamanan data. Sebagian besar

platform media online memungkinkan pengguna untuk membagikan data pribadi mereka, seperti preferensi politik dan kebiasaan belanja, yang dapat dimanfaatkan oleh politikus dan partai politik untuk memengaruhi pemilihsecara tidak langsung.

Contoh kasus nyata yang menunjukkan risiko penggunaan media online dalampolitik adalah skandal Cambridge Analytica pada tahun 2018. Cambridge Analytica adalah sebuah perusahaan konsultan politik yang bekerja dengan berbagai kandidat dan partai politik di seluruh dunia. Mereka memanfaatkan data pengguna Facebook untuk membuat profil psikologis pemilih, dan kemudian mengirimkan pesan yang sesuai dengan profil tersebut untuk mempengaruhi pemilih. Kontroversi muncul ketika terungkap bahwa data pengguna Facebook telah digunakan secara tidak sah dan tidak etis oleh Cambridge Analytica. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi yang tepat untuk mengatur penggunaan media online dalam politik. Regulasi harus memastikan bahwapara politikus dan partai politik menggunakan media online dengan cara yang benar dan etis, dan tidak mempengaruhi pemilih dengan cara yang tidak adil.

Selain itu, para pemilih juga perlu menyadari risiko penggunaan media online dalam politik dan berperan aktif dalam melakukan verifikasi dan pengecekan terhadap informasi yang diterima melalui media online. Mereka harus memastikan bahwa sumber informasi yang mereka terima dapat dipercaya dan benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Di samping itu, media online juga dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk memperjuangkan isu-isu politik tertentu. Melalui media sosial dan platform diskusi online, masyarakat dapat berkumpul dan membentuk kelompok yangmemiliki tujuan dan aspirasi politik yang sama. Mereka dapat melakukan kampanye dan penggalangan dukungan untuk isu-isu yang mereka perjuangkan, sehingga dapat mempengaruhi kebijakan politik yang diambil oleh para politikus dan partai politik. Media online dan framing media politik di Indonesia memiliki peran

yang sangat penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi proses politik di Indonesia. Sebagai negara dengan jumlah pengguna internet yang semakin meningkat, media online di Indonesia semakin memainkan peran yang signifikan dalam pembentukan pandangan publik, termasuk dalam politik.

Kusuma (2019) mengatakan bahwa "Media online memberikan kemampuan kepada para pengguna untuk membagikan, memproduksi, dan mengonsumsi informasi secara cepat dan mudah. Namun, media online juga dapat membentuk pandangan publik melalui proses framing, yaitu pemilihan, penonjolan, danpenekananpada aspek tertentu dari suatu isu. Framing media memainkan peranpenting dalam membentuk persepsi publik tentang politik dan politisi." Framingmedia politik di Indonesia adalah bagaimana cara media mengemas berita dan informasi politik, yang kemudian mempengaruhi cara orang memandang dan memahami politik. Framing dapat memengaruhi persepsi dan pandangan orang terhadap suatu isu, tokoh politik, partai politik, atau bahkan proses politik secara keseluruhan. Dalam konteks Indonesia, framing media politik dapat dibagi menjadi beberapa kategori, di antaranya adalah:

- Framing yang bersifat nasionalis

  Framing nasionalis menekankan pentingnya keutuhan dan kebanggaan bangsaIndonesia, dan menolak tindakan-tindakan yang dianggap merugikan kepentingan nasional. Framing nasionalis sering muncul dalam pemberitaan yang berhubungan dengan kebijakan luar negeri, hubungan Indonesia dengan negara lain, dan konflik-konflik di wilayah Indonesia.

- Framing yang bersifat populis

  Framing populis menekankan pada isu-isu yang menjadi perhatian masyarakatdan menekankan pada kepentingan rakyat. Framing ini dapat muncul dalam pemberitaan tentang

isu-isu sosial seperti kesejahteraan masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan keamanan.

- Framing yang bersifat partikularis

  Framing partikularis menekankan pada kepentingan kelompok tertentu atau partai politik tertentu, dan cenderung mengabaikan kepentingan umum. Framing ini sering muncul dalam pemberitaan tentang partai politik, kandidat politik, dan konflik antarpartai.

- Framing yang bersifat kritis

  Framing kritis menekankan pada keterbukaan dan akuntabilitas dalam proses politik, dan sering menyoroti kelemahan atau kekurangan dalam sistem politik. Framing ini dapat muncul dalam pemberitaan tentang korupsi, nepotisme, dan tindakan-tindakan politik yang dianggap tidak etis.

Dalam konteks media online di Indonesia, framing media politik dapat terjadi melalui berbagai platform, seperti situs berita online, media sosial, blog, dan forum online. Media online memungkinkan pengguna internet untuk dengan cepat danmudah mengakses berita dan informasi politik, dan memungkinkan orang untuk dengan mudah berpartisipasi dalam diskusi dan debat politik.Namun, media online juga memiliki tantangan tersendiri dalam framing media politik di Indonesia. Salah satunya adalah keberadaan berita palsu atau hoaks yang dapat dengan mudah menyebar melalui media online, dan mempengaruhi pandangan publik tentang politik.Berita palsu sering kali dibuat untuk memengaruhi opini publik dan memperkuat framing politik tertentu.

Saat ini Pemberitaan politik menjadi topik yang hangat diperbincangkan di Indonesia, terutama mengingat adanya pemilihan Presiden yang akan dilaksanakan pada tahun 2024. Salah satu pemberitaan yang mendapat perhatian luas dari media online di Indonesia adalah mengenai Ganjar Pranowo, yang

diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sebagai Calon Presiden pada pemilihan tersebut. Pada tanggal 21 April 2023, PDIP secara resmi mengumumkan pencalonan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden dari partai tersebut, yang kemudian menjadi sorotan utama dalam pemberitaan media. Secara umum, Ganjar Pranowo memiliki daya tarik tersendiri dalam menjadi topik atau pemberitaan di media online Indonesia. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, termasuk *track record* Ganjar sebagai gubernurJawa Tengah dan prestasi serta kontroversi yang pernah dibuat olehnya.

Indonesia memiliki banyak portal media online yang cukup populer di masyarakat, namun demikian, dalam penelitian ini, peneliti fokus pada dua media online, yaitu Detik dan Tribun. Hal ini karena kedua media tersebut menjadi dua media online yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Similar Web per April 2023, Detik menduduki peringkat ke-9 dalam daftar situs web yang paling sering dikunjungi di Indonesia, dengan jumlah kunjungan bulanan mencapai 217,59 juta kunjungan, sementara Tribun menduduki peringkat ke-12 dengan jumlah kunjungan bulanan sebesar 156,03 juta kunjungan. Dalam penelitian ini, kedua media online tersebut dipilih karena memiliki jumlah pembaca yang sangat besar, sehingga dapat memberikan gambaran yang representatif tentang framing media terhadap berita politik, termasuk tentang Ganjar Pranowo sebagai calon presiden pada Pemilihan Presiden 2024 mendatang.

1.2 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti adalah sebagaiberikut :

1. Fokus penelitian pada analisis framing pemberitaan pencalonan Ganjar Pranowosebagai calon presiden pada Pemilihan Presiden 2024 di mediaonline Indonesia.
2. Penelitian ini akan membandingkan framing berita yang dilakukan oleh Detik.comdan Tribunnews.com, dua media online terbesar di Indonesia.

3. Penelitian ini akan memperhatikan sudut pandang tertentu dalampenyampaian beritaatau isu, atau yang dikenal dengan istilah framing.
4. Sampel penelitian yang digunakan adalah berita-berita terkait pencalonan Ganjar Pranowo yang dipublikasikan oleh Detik.com dan Tribunnews.com pada periodeApril 2023.
5. Penelitian ini tidak membahas secara rinci tentang profil atau kinerja Ganjar Pranowo, melainkan hanya sebatas analisis framing berita yang terkait denganpencalonannya sebagai calon presiden pada Pemilihan Presiden 2024.
6. Penelitian ini hanya membatasi pada media online Indonesia, sehingga tidak membahas pemberitaan di media cetak atau media lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana framing berita tentang pencalonan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024 di media online Detik.com dan Tribunnews.com ?
2. Apa Perbedaan framing berita tentang pencalonan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024 antara Detik.com dan Tribunnews.com?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui framing berita tentang pencalonan Ganjar Pranowo sebagai calonpresiden 2024 di media online Indonesia.
2. Menganalisis Perbedaan framing berita tentang pencalonan Ganjar Pranowosebagaicalon presiden 2024 antara Detik.com dan Tribunnews.com

1.5 Manfaat Penelitian

1. **Manfaat teoritis**: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadappengembangan teori di bidang media dan politik. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.
2. **Manfaat akademis**: Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademis,seperti dapat dijadikan refrensi bagi mahasiswa yang mempelajari ilmu politik dan jurnalisme.
3. **Manfaat praktis:** Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi praktisi media dan politik. Dengan mengetahui framing yang digunakan oleh media dalam memberitakan isu politik tertentu, praktisi dapat mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pemberitaan serta strategi politik yang digunakan.
4. **Manfaat sosial:** Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Dengan mengetahui cara framing yang digunakan oleh media dalam memberitakan isupolitik, masyarakat dapat memperoleh informasi yang lebih objektif dan dapat membentuk opini yang lebih kritis dan rasional mengenai kandidat atau partai politik.