BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa memiliki fungsi yang sangat besar ditengah-tengah masyarakat. McQuail (2011) mengatakan bahwa pers memiliki peran untuk mengemukakan sesuatu dengan memiliki tujuan korelasi untuk menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna dari suatu peristiwa dan informasi yang dapat mempengaruhi cara pandang seseorang. Komunikasi massa, berupa media massa merupakan sarana yang dapat menyampaikan dan menyajikan informasi melalui berita-berita berupa fakta yang aktual dan baru untuk disajikan kepada khalayak. (McQuail, 2011)

Teknologi dan media komunikasi, termasuk media massa dan media sosial berkembang pesat. Saat ini, media merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia. Masyarakat membutuhkan media informasi hampir dalam setiap aspek kehidupan, baik secara individu maupun kolektif. (Musfialdy, 2015). Seluruh masyarakat setiap harinya selalu menggunakan media untuk mencari informasi yang diinginkan atau dibutuhkan. Dalam media massa menyajikan banyak sekali macam informasi dari berbagai aspek. Perkembangan media tersebut dipicu oleh banyaknya kebutuhan informasi yang cepat akurat, dan dan dapat dipercaya.

Tabroni mengatakan bahwa masyarakat sebagai konsumen media sekaligus objek untuk opini publik, sehingga seringkali terabaikan haknya untuk mendapatkan informasi yang seharusnya berimbang serta dapat mencerdaskan pembaca dan tentu dengan objektif (Tabroni, 2012). Media sebagai titik pertemuan antara banyak kekuatan dan kepentingan yang efektif untuk mempengaruhi masyarakat seperti kampanye politik, yang mana media akan melakukan self marketing dengan tujuan mencari suara atau membangun kekuatan politik yang diorientasikan dengan kekuasaan.

Media massa mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menyampaikan berita-berita terkini. Media massa selama ini dipercayai sebagai perantara yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak (Ramadhani & Wahyu D., 2022). Dengan adanya media massa masyarakat merasa terbantu jika membutuhkan informasi yang diinginkan, mudah dalam mengaksesnya sebagai salah satu alasan seseorang menggunakan media massa.

Terdapat empat peristiwa penting dalam momentum politik yang bersinggungan langsung dengan publik, yaitu pemilihan umum legislatif, pemilihan presiden (pilpres), pemilihan gubernur (pilgub), dan pemilihan bupati dan walikota. Semua pemilihan tersebut membutuhkan cara atau strategi agar masyarakat tertarik dan memilih serta menjadi bagian dari komunitas yang mendukung dari anggota dewan ataupun pemimpin masyarakat. Dalam hal ini media massa sangat penting untuk menjadi kepentingan komunikasi politik (Tabroni, 2012)

Perkembangan teknologi yang semakin canggih mempermudah masyarakat untuk mengakses segala yang diinginkan, termasuk informasi. Pemilihan umum (Pemilu) menjadi momen penting bagi seluruh masyarakat Indonesia. Kemudahan mencari informasi ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mempelajari terlebih dahulu mengenai kandidat yang ingin dipilihnya.

Merujuk pada penjelasan diatas peneliti beranggapan bahwa media massa sangat berperan bagi masyarakat dalam mengarahkan pandangan masyarakat dalam memilih kandidat calon presiden seperti yang terjadi saat ini melalui pemberitaan yang beredar saat menjelang pemilihan umum presiden dan wakil presiden Indonesia 2024. Media massa merupakan sebuah alat yang dipilih untuk berkomunikasi yang dapat menjangkau banyak orang serta dapat diterima dalam waktu yang relatif bersamaan (Yumeldasari, 2019). Media sebagai salah satu alat komunikasi yang mudah untuk dijangkau, serta cepat dalam memberikan informasi.

Tentunya dalam peristiwa pemilihan umum (Pemilu) 2024 mendatang ini merupakan peristiwa penting juga bagi seluruh media di Indonesia, yang mana mereka tentu akan menyuguhkan informasi terkait pemberitaan pemilu mendatang, baik pemberitaan terkait capres - cawapres, cagub-cawagub, bupati dan juga walikota yang maju dalam pemilu.

Menurut Vardiansyah (2004) dalam konteks komunikasi banyak orang yang tersebar dalam area geografis yang relatif luas, tidak harus berada pada tempat yang sama, namun memiliki minat terhadap sesuatu serta kecenderungan terhadap suatu isu atau peristiwa (Vardiansyah, 2004). Biasanya pembaca mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya dan keterikatan pembaca terhadap isu atau peristiwa tertentu.

Cangara (2006) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa media merupakan suatu alat atau sarana penyampain pesan dari seorang komunikator kepada khalayak (Canggara, n.d.). Sedangkan media massa merupakan alat yang digunakan untuk penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi

Morissan dkk, dalam buku Teori Komunikasi Massa (2010), mengatakan bahwa media massa merupakan alat komunikasi yang berfungsi pada berbagai tingkatan, mulai dari skala terbatas hingga mencapai tingkat yang lebih luas untuk dapat menjangkau dan melibatkan semua orang dalam masyarakat. Media massa menyuguhkan berbagai informasi yang ditujukan kepada khalayak. Media massa ini mengacu pada sejumlah media seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, dan lainnya.

Dari berbagai pengertian diatas dapat diketahui bahwa media massa merupakan alat komunikasi dalam bentuk skala yang besar, maksudnya adalah perantara yang ditujukan kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan tersebar di area luas. Penerima atau komunikan terdiri dari atas unsur yang berlainan jenis, yang mana tidak hanya berasal dari satu kalangan atau kelompok tertentu namun menyeluruh, selain itu juga bersifat anonim yang mana tidak

mengenal satu dengan yang lainnya. Dan juga pesan yang disampaikan pun diterima dalam waktu yang relatif bersamaan.

Media massa adalah alat komunikasi yang digunakan setiap hari, kapan saja dan dimana saja. Setiap orang tentu akan memerlukan media massa untuk mempermudah mendapatkan informasi mengenai kejadian disekitar mereka, dan dengan adanya media massa juga akan mempermudah seseorang untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan sangat mudah (Yumeldasari, 2019).

Perkembangan teknologi komunikasi amat pesat dalam pengamatan Fidler (1997) disebut dengan "*mediamorfosis*" yang menurutnya bahwa media akan berkembang seiring dengan perubahan zaman. Fiddler mengartikan mediamorfosis adalah sebagai transformasi media komunikasi, hal ini biasanya terjadi sebagai akibat dari keterkaitan yang kompleks antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, persaingan dan tekanan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi (Fidler, 2003).

McQuails menyebutkan sebagai "new media" atau media baru. Bahkan McQuails mengatakan seluruh kajian komunikasi massa didasarkan pada premis bahwa media mempunyai pengaruh yang signifikan (McQuail, 2011). Hampir seluruh media memiliki pengaruh kepada khalayak pembaca mengenai informasi apa yang disajikan. Pengaruh tersebut dapat mengubah pola pikir pembaca terhadap informasi yang didapatkan.

Hal tersebut dapat diartikan bahwa media dapat memberikan dampak yang nyata kepada khalayak. Sejak awal tahun 90-an di Indonesia muncul internet yang makin hari berkembang dengan pesat. Hingga kini telah masuk ke desa-desa. Yang mana internet dapat mempermudah masyarakat untuk mencari informasi dengan cepat.

Bernard Hennessy (1990) dalam Buku Opini Publik salah satu yang dilakukan media massa mempengaruhi keputusan politik dengan membuat publikasi dan topik tertentu tersedia atau tidak tersedia bagi calon pembuat kebijakan. Jika menurut McQuails media dapat

mempengaruhi khalayak pembaca, termasuk dalam pemberitaan mengenai politik atau keputusan politik, maka pemberitaan mengenai isu politik juga dapat mengubah pola pikir pembaca, termasuk pemberitaan mengenai pemilihan umum (pemilu) baik pemilu calon dan wakil presiden, calon dan wakil gubernur, calon dan wakil walikota, maupun legislatif. (McQuail, 2011).

Media massa, terutama pada surat kabar untuk mempublikasikan isu tertentu tidak hanya melalui pemberitaan saja , tetapi juga melalui kolom editorial. Kolom editorial ini mencerminkan opini publik dan oleh karena itu dapat membantu berbagai pihak, terutama pada pembuat kebijakan, untuk memahami suatu isu tertentu. Pengambil keputusan politik biasanya mengikuti editoria di kolom surat kabar yang berpengaruh (Yumeldasari, 2019).

Kuatnya peran jurnalisme di media tidak terlepas dari kebutuhan informasi manusia. Peran jurnalisme dalam penyediaan informasi di media massa mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat. (Musfialdy, 2015). Kehidupan manusia saat ini tidak jauh dari internet, bahkan sudah menjadi hal yang wajib, sehingga dalam mencari atau menemukan berita sudah tidak perlu lagi dengan berlangganan koran, melainkan sekarang semua sudah ada dalam genggaman mereka. Dengan begitu mempermudah mereka untuk mengakses informasi apapun termasuk politik dengan sangat mudah.

Peran ini pun sangat terasa pada dimensi politik khususnya pada pemilihan umum. Pada saat ini sudah tidak perlu untuk kebingungan mencari informasi terkait kandidat yang ingin dipilih sebagai pemimpin, karena semua informasi sudah ada di media online serta mudah juga untuk diakses, selain itu juga tidak berbayar.

Surat Kabar adalah hasil kerja profesional maka seharusnya mampu untuk memberikan informasi yang akurat dan berimbang (Poentarie, 2015).Seharusnya media menyajikan informasi yang diberikan harus sesuai dengan fakta tanpa adanya pembingkaian media. Namun yang terjadi sekarang hampir seluruh media melakukan pembingkain di

dalamnya, karena adanya pemangku media yang masuk dalam dunia politik. Hal tersebut membuat media menyajikan sebuah informasi sesuai fakta tetap ada pembengkakan di dalamnya, yang mana hal ini dilakukan untuk kepentingan media tersebut tetap hidup.

Fungsi media yang menjadikan media sangat penting dalam masyarakat. Fungsi media antara lain (Musfialdy, 2015):

1. Individu, penganugerahan status (pencitraan) seseorang sering menjadikan media massa maupun media sosial sebagai alat untuk menganugerahkan status (pencitraan) guna kepentingan politik, ekonomi, sosial, dan agama mereka, menambah prestise, peringatan, dan instrumental.
2. Masyarakat, media berfungsi sebagai peringatan, instrumental, inisiasi.
3. Kelompok/organisasi, media berfungsi sebagai instrumental.
4. Kegunaan media informasi untuk kekuasaan, Deteksi: pengetahuan tentang perilaku yang menyimpang dan subversif, mengatur opini publik, memonitor, mengontrol, mengesahkan kekuatan penganugerahan status.
5. Budaya, media berfungsi sebagai meningkatkan kontak antar budaya, meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan budaya tersebut.

Peristiwa-peristiwa penting yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, terutama peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan pesta demokrasi adalah pemilihan umum atau pemilu, oleh sebab itu pemilu selalu menarik perhatian masyarakat.

Pemilu merupakan salah satu bentuk pendidikan politik secara langsung, terbuka dan meluas yang diharapkan dapat memberikan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran akan demokrasi (Poentarie, 2015).

Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini publik tentang calon presiden dan wakil presiden melalui pemberitaan yang dilakukan. Karena media massa dapat mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai calon presiden dan wakil presiden yang

dianggapnya penting.

Prinsip independensi dan netralitas berlaku dalam kegiatan jurnalistik, artinya media bebas mempratikkan ideologi jurnalistiknya. (Poentarie, 2015). Meski telah diketahui bahwa banyak politisi yang berasal dari pemilik media, sehingga media massa juga dapat memainkan perannya dalam mengawasi jalannya pemilihan presiden dan wakil presiden.

Media massa dapat mempublikasikan informasi tentang pelanggaran yang terjadi selama pemilihan umum, sehingga dapat mendorong terciptanya pemilihan yang bersih dan adil.

Dalam memberikan informasi media massa harus memastikan keakuratan, keseimbangan dan keadilan dalam pemberitaannya. Maka media massa harus menghindari sensasionalisme, diskriminasi, dan manipulasi informasi agar dapat membangun kepercayaan publik terhadap media tersebut, dan juga dapat memainkan peran yang konstruktif dalam memberikan informasi kepada publik.

Media massa tidak hanya menceritakan peristiwa sebagaimana adanya tetapi juga bergantung pada suatu kelompok dan pemilik yang mengendalikannya, ada unsur kepemilikan yang mempengaruhi peristiwa (Hamad Ibnu, 2004). Hampir seluruh media berpangku pada pemilik partai politik, sehingga dalam menyuguhkan berita sebuah media harus juga memikirkan pemangku media tersebut, atau nama baik dari pemangku serta partai politiknya.

Curran dan Gurevitch (1982), ada kekhawatiran kepentingan pemilik media mempengaruhi pesan yang disampaikan media, hegemoni ideologi media dan pada akhirnya mempengaruhi khalayak. Pengaruh media juga dapat mempengaruhi liputan konten media. Maka tentu dalam menyajikan informasi pembingkain tersebut juga dapat mempengaruhi khalayak pembaca.

Dengan adanya interferensi dari kepemilikan media, maka secara tidak disadari bahwa ,masyarakat telah dipilihkan dalam membaca suatu berita (Subiakto, 2012). Secara tidak

disadari media mendorong khalayak untuk mengikuti dan memilih pemimpin yang dikehendaki media tersebut. Apalagi jika berita yang disuguhkan berkaitan langsung dengan kegiatan sang pemilik media.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemilihan presiden dan wakil presiden merupakan salah satu peristiwa penting bagi masyarakat, karena memiliki dampak yang besar bagi masyarakat dan negara. Pemberitaan media dalam konteks ini sangat relevan dan dibutuhkan masyarakat dalam mempelajari siapa yang akan dipilih dalam pemilu, media juga memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan mengawasi jalannya pemilihan presiden dan wakil presiden.

Media harus menyuguhkan berita-berita yang bagus dan objektif, melainkan media juga memiliki kepentingan agar medianya tetap berdiri, hal ini biasanya para media melakukan pembingkaian (*framing)* dengan berita yang disuguhkan kepada masyarakat. Setiap media tentunya memegang salah satu kandidat dari capres-cawapres yang memiliki hubungan dengan medianya. Maka tidak heran jika antar media menyuguhkan berita dengan tema yang sama namun *angel* yang berbeda, baik yang pro ataupun kontra terhadap capres-cawapres yang diberitakan.

Presiden Joko Widodo mengingatkan para kontestan 2024 agar menjalankan kampanye yang sehat dan berkualitas “Kita harus mengingatkan para kontestan pemilu agar menjalankan kampanye yang semakin berkualitas dan menyehatkan demokrasi, bukan kampanye yang gontok-gontokan, bukan kampanye yang merusak tatanan bangsa.” Hal ini menunjukan bahwa pemilu 2024 diharapkan dapat berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang positif kepada masyarakat.

Pemilu 2024 akan berlangsung pada 14 Februari 2024 secara serentak diseluruh Indonesia. Di lansir dari tempo.co anggota Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI August Mellaz mengatakan bahwa pemilu 2024 akan didominasi oleh *young voters* mencapai 60% dari total

pemilik suara yang sah, *young voters* kisaran berusia 17 - 40 tahun. Data ini menunjukan bahwa pemilih muda memiliki peran yang penting dalam menentukan hasil Pemilu 2024 (Fajri, 2023).

Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Mahfud MD memprediksi situasi politik dan keamanan dalam Pemilu akan lebih baik dari Pemilu sebelumnya (2019) (Kominfo, 2023). Oleh karena itu Mahfud MD mengajak pemilik media baik Lembaga Penyiaran Publik (LPP) dan Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) agar ikut serta dalam mengantisipasi munculnya kampanye politik identitas di tengah masyarakat.

McChesney (2004) menyatakan pemilik media cenderung mempengaruhi isi pemberitaan. Faktor pemilik media semakin kuat dalam proses *framing* karena perubahan sistem pers dan sistem penyiaran (Dunan, 2014). Pemangku media yang juga sekaligus pemilik partai yang membuat adanya pembingkaian terhadap informasi yang disajikan.

Menurut Curran dan Gurevitch (1991) peran media sebagai pengawas pemerintah tidak hanya untuk kepentingan publik, namun juga kepentingan pemilik media. Kepentingan pemilik media sangat berpengaruh dalam isu politik atau pemerintahan, terutama pada isu pemilu.

Media sebagai bagian dari sistem ekonomi yang memiliki hubungan terhadap sistem politik ((Dunan, 2014); Baran & Davis, 2006; Herman & Chomsky, 2002; McQuail, 2000). Keuntungan media selain dari iklan, juga dari pemangku media tersebut, yang biasanya para elite politik.

Ukuran media, kepemilikan media, dan pemasangan iklan merupakan faktor yang mempengaruhi produksi berita ((Dunan, 2014); Herman & Chomsky 1998; Bogart 1995). Maka tak heran jika informasi yang disajikan melakukan pembingkain terlebih dahulu, agar medianya berkembang dan terus hidup.

Parenti (1993) menemukan bahwa pemilik media terhadap isi berita cukup signifikan.

Bogart ((Dunan, 2014); 1995) menemukan bahwa periklanan sebagian besar bertanggung jawab atas penyimpangan isi berita . Bahkan dalam pemilihan iklan pun harus menguntungkan bagi pemangku media, tidak asal pilih saja. Jika iklan tersebut merugikan bagi pemilik atau pemangku media, meski nominal yang diberikan besar, tetap tidak diterima oleh media.

Tuchman ((Dunan, 2014);1980) menjelaskan bahwa penggunaan simbol atau bahasa yang tertentu dapat menentukan format naratif dan makna tertentu. Pemilihan kata dalam sebuah berita yang disajikan merupakan hal yang penting pula, karena setiap kata terdapat makna terkandung yang ingin disampaikan oleh media kepada khalayak.

Pada dasarnya *frame* melibatkan pemilihan dan penonjolan. Penggunaan *frame* dalam media membantu menafsirkan dan menarik perhatian pada topik tertentu, namun mengaburkan topik lainnya ((Dunan, 2014); Entman, 1993). Menurut Dunan manfaat dari *frame* adalah untuk mempermudah pembaca dalam memaknai sebuah isu atau menghilangkan isu yang sedang ramai diperbincangkan khalayak. Mengaburkan isu tersebut jika berhubungan dengan media atau pemangku media tersebut.

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Amri Dunan dengan judul "Framing dalam Pemberitaan Televisi Indonesia", menunjukan bahwa media massa memiliki kebijakan dalam membingkai sebuah peristiwa terhadap isu tertentu. Framing berita dapat dilihat dari isi berita seperti formula 5W+1H, bentuk kalimat, kata ganti, bahkan grafis sengaja dibuat untuk lebih menonjol terhadap suatu informasi. Framing setiap media tergantung kepada bagaimana perspektif wartawan atau media massa pada saat menyeleksi isu dan menulis berita.

Framing sebenarnya merupakan hal yang lumrah dalam industri media dan masih berdasarkan fakta yang ada, sehingga bukan merupakan distorsi terhadap berita (Triandika, 2020). Dalam penulisan sebuah berita tentu wartawan tidak asal dalam menyajikan berita, tetap menulis sesuai dengan fakta yang ada, namun hanya saja *angel* yang diambil dalam

menyajikan berita harus sesuai dengan ketentuan dari medianya.

Framing berita terkadang dilakukan dengan trik-trik halus seperti *headline, lead, pull quote,nut graph* (Triandika, 2020). Biasanya pembaca akan fokus pada *headline* atau judul dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menarik pembaca, dari judul yang ditulis terkadang bisa dilihat kecondongan media terhadap isu atau peristiwa. Begitu juga dengan *lead* dan isi dalam berita.

Oleh sebab itu, *framing* dapat mempengaruhi publik dalam menafsirkan isu (Saverin, 2014) tentu adanya tujuan khusus untuk kepentingan politik. Hal ini dikarenakan media yang menyajikan berita dapat menarik perhatian dan mengubah pola pikir pembaca.

Framing merupakan proses konstruksi, adanya realitas yang dimaknai dan direkonstruksikan dengan cara dan makna tertentu (Kriyantoro, 2006) sesuai dengan keinginan media yang menyuguhkan berita. Dalam membingkai suatu isu atau peristiwa sebuah media tidak asal, melainkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari media tersebut.

Sehingga bagian-bagian mempunyai makna lebih, lebih menarik perhatian, dianggap lebih penting, dan lebih disukai pembaca. (Kriyantoro, 2006) Dalam satu berita tidak seluruhnya terdapat pembingkain, hanya bagian-bagian tertentu saja yang penting, dan dilihat oleh pembaca. Hal ini dilakukan agar pesan dapat tersampaikan kepada khalayak dengan baik.

Menjelang pilpres 2024 berbagai cara untuk menggalang suara sudah dimulai. Kontestasi politik ini sudah mulai mendominasi dunia media online. Sehingga media online memiliki peranan yang penting dalam membingkai suatu berita mengenai kontestasi politik pilpres 2024.

Metrotvnews.com dan Kumparan.com memilih dan mengemas berita mengenai calon presiden 2024 dengan menggunakan judul yang menarik pembaca untuk membacanya. Selain itu kedua media online tersebut juga memilih foto atau gambar yang menarik perhatian

pembaca. Foto atau gambar yang menarik bisa menarik perhatian seseorang untuk membacanya. Sudah diketahui terkadang pembaca membaca sebuah berita karena tertarik oleh foto atau gambar yang muat. juga mengemas berita mengenai calon presiden 2024 dengan menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami oleh pembaca.

Metrotvnews.com dan Kumparan.com merupakan salah dua dari media online bertaraf nasional. Keduanya dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan cepat. Cara metrotvnews.com dan kumparan.com memilih dan mengemas suatu berita mengenai calon presiden 2024 mendatang, dapat berdampak yang signifikan pada persepsi masyarakat terhadap kandidat dan isu-isu terkait.

Kabar deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, yang dilaksanakan pada Sabtu, 2 September 2023 di Hotel Majapahit, Surabaya. Yang rencananya Anies Baswedan akan dipasangkan dengan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY), ketua umum partai Nasdem Surya Paloh meminang Muhaimin untuk menjadi Cawapres mendampingi Anies beberapa hari sebelum deklarasi Anies-Muhaimin yang menuai pro-kontra. Baik dalam partai Koalisi Perubahan untuk Persatuan, dan juga diluar koalisi tersebut.

Sebelumnya PKB masuk dalam koalisi Gerindra, yang juga rencanya akan dipasangkan dengan Prabowo Subianto sebagai calon presiden, dan Muhaimin Iskandar sebagai calon wakil presiden. Namun belum ada deklarasi mengenai Muhaimin Iskandar sebagai calon wakil presiden dari pasangan Prabowo Subianto. Menurut Muhaimin tawaran dari ketua umum partai NasDem adalah tawaran emas dan menjanjikan baginya, hingga Muhaimin serta partainya PKB menerima tawaran tersebut sehari sebelum deklarasi Anis Baswedan - Muhaimin Iskandar. Oleh karena itu saat deklarasi dilaksanakan banyak sekali berita yang beredar dari berbagai media. di Indonesia, termasuk media online salah duanya adalah Metrotvnews.com dan Kumparan.com

Metrotvnews.com mengeluarkan berita pada edisi 2 September 2023 yang bertepatan

dengan hari deklarasi Anies-Muhaimin " Anies - Cak Imin Jadi yang Pertama Dideklarasikan sebagai Bacapres - Bacawapres." sedangkan kumparan.com dihari yang sama juga menguluarkan berita dengan judul "PKS Batal Hadiri Deklarasi Anies-Cak Imin, Soroti Mekanisme KPP Tak Smooth."

Dari kedua judul berita di atas terdapat perbedaan, maka adanya framing sangat mungkin terjadi sesuai dengan latar belakang dari kedua media tersebut. Dengan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengeidentifikasi framing media Metronews.com dan Kumparan.com dalam membingkai pemberitaan mengenai calon presiden 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Metrotvnews.com dan Kumparan.com mengkonstruksi pemberitaan mengenai deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sebagai capres dan cawapres 2024?
2. Apa makna dibalik pembingkaian dalam berita mengenai deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sebagai capres dan cawapres 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memahami bagaimana Metrotvnews.com dan Kumparan.com dalam membingkai pemberitaan mengenai deklarasi Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar sebagai capres dan cawapres 2024.

1.4 Manfaat Penelitianan

1.4.1Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa ilmu komunikasi. Selain itu juga diharapkan dapat membantu memperkaya literatur untuk mahasiswa yang juga melakukan penelitian mengenai

analisis framing media.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat langsung kepada mahasiswa ilmu komunikasi terutama jurnalistik.
2. Hasil dari penelitian ini dapat membuka peluang untuk penelitian lanjutan dan eksplorasi lebih mendalam tentang bagaimana media massa mempengaruhi pemahaman politik dan opini publik.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG