

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti saat melakukan penelitian, langkah-langkah mendasar antara lain dengan mencari dan mempelajari tentang studi yang sudah dilakukan. Penelitian sebelumnya membentuk dasar penelitian ini yang mengkaji topik yang sedang dibahas dalam pbingkai media terhadap suatu fenomena atau isu politik. Tujuan hadirnya penelitian terdahulu adalah sebagai bahan rujukan dalam melakukan proses penelitian yang akan dilakukan.

1. Skripsi dengan judul “Analisis Framing Model Muray Edelman Pada Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di Serambinews.Com Dengan Republika.Co.Id” yang ditulis oleh Rayyan Sofyan. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry pada tahun 2020. mengungkapkan bahwa dalam kontestasi Pilpres sebelumnya, sejumlah pemilik media menunjukkan afiliasi terhadap salah satu pasangan calon. Hal ini mencerminkan kecenderungan media dalam membentuk agenda setting dan melakukan pbingkai informasi (framing) secara sistematis dan terarah. Pilihan isu yang diangkat wartawan juga menjadi lebih selektif dan dipengaruhi oleh perspektif media yang bersangkutan. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis, khususnya saat menggunakan model analisis. Analisis penulis dengan model framing Robert N. Entman digunakan, tetapi penelitian sebelumnya menggunakan model framing

Murray Edelman. Selain itu, ada perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini. yang menggunakan media online. Penelitian ini secara keseluruhan menggunakan Detik.com sebagai media online, sedangkan SERAMBI.COM dan REPUBLIKA.COM adalah media online yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Skripsi dengan judul “Analisis Framing Independensi Pemberitaan Media Online Detik.Com Pasca Pemungutan Suara Pemilihan Presiden 17 April 2019” yang ditulis oleh Nur Hidayat. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2019. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pasangan calon nomor urut 01, yaitu Joko Widodo dan Ma'ruf Amin, diusung oleh sejumlah partai politik seperti partai PDIP, Golkar, Hanura, PKP, PKB, Nasdem, Perindo, PPP, dan PSI. Sementara itu, pasangan calon nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, mendapat dukungan dari partai PAN, Demokrat, Gerindra, dan PKS. Perbedaan utama antara penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini terlihat pada tahap implementasi. Sebelumnya, penelitian ini dilakukan sesuai dengan pemilu pada tanggal 17 April 2019, sedangkan penelitian ini dilakukan dalam konteks pemilihan umum pada tahun 2024. Dengan waktu pelaksanaan yang berbeda sehingga calon presiden dan wakil presiden yang akan diusung berbeda.

3. Skripsi dengan judul “ANALISIS FRAMING DETIK.COM PADA PEMBERITAAN KAMPANYE TERBUKA CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2019-2024 EDISI 13 APRIL 2019” oleh Julia Puspita. Mahasiswa

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana media Detik.com meliput pasangan calon presiden dan wakil presiden pada tahun 2019 dalam edisi 13 April 2019. Penelitian ini menggunakan teori framing Zhondang Pan dan Gerald M. Koscki, yang menjabarkan empat unsur struktur dalam teks berita, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dan yang dilakukan peneliti, terutama pada aspek teori yang digunakan. Penelitian ini lebih berfokus pada teori Menurut Zhondang Pan dan Gerald M. Koscki, ada empat jenis struktur tekstual yaitu retorik, skrip, tematik, dan sintaksis. Sedangkan peneliti menggunakan teori Robert N. Entman.

4. Jurnal dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Politik Dinasti Jokowi Pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 Di Media Online Kompas.Com Dan Okezone.Com” oleh Abdul Aziz dan Umaimah Wahid. Mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2021. Hasil dari penelitian adalah bagaimana media memberitakan isu politik dinasti dalam pelaksanaan Pilkada 2020. Penelitian ini memakai pendekatan bingkai berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Robert N. Entman untuk menganalisis karakteristik konstruksi berita di Kompas.com dan Okezone.com. Perbedaan utama antara penelitian sebelumnya terletak pada fokus permasalahan dan media yang dianalisis. Penelitian sebelumnya menitikberatkan pada isu politik dinasti Jokowi dalam konteks Pilkada, serta mengkaji pemberitaan dari Kompas.com dan Okezone.com. sementara itu, penelitian yang akan diteliti berfokus pada bagaimana media online

Detik.com mengemas informasi terkait kemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden pada pemilu tahun 2024.

5. Jurnal dengan judul “Framing Pemberitaan Calon Presiden Pada Media Online Cnnindonesia.Com Dan Kompas.Com” oleh Ayu Wardani, Dede Suprayitno dan Ratu Nadya Wahyuningratna. Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta tahun 2023. Mengungkapkan bahwa media online memiliki peran dalam menetapkan agenda pemberitaan, terutama mengenai pengangkatan Anies Baswedan sebagai presiden oleh Partai NasDem. Dalam penelitian ini, CNN Indonesia.com dan Kompas.com diketahui membingkai pemberitaan mengenai Anies Baswedan dengan pendekatan framing yang berbeda. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan pada situs web yang akan dianalisis. Awalnya, para peneliti menggunakan CNN Indonesia.com dan Kompas.com, sedangkan para peneliti menggunakan Kompas.com dan Detik.com sebagai media online.

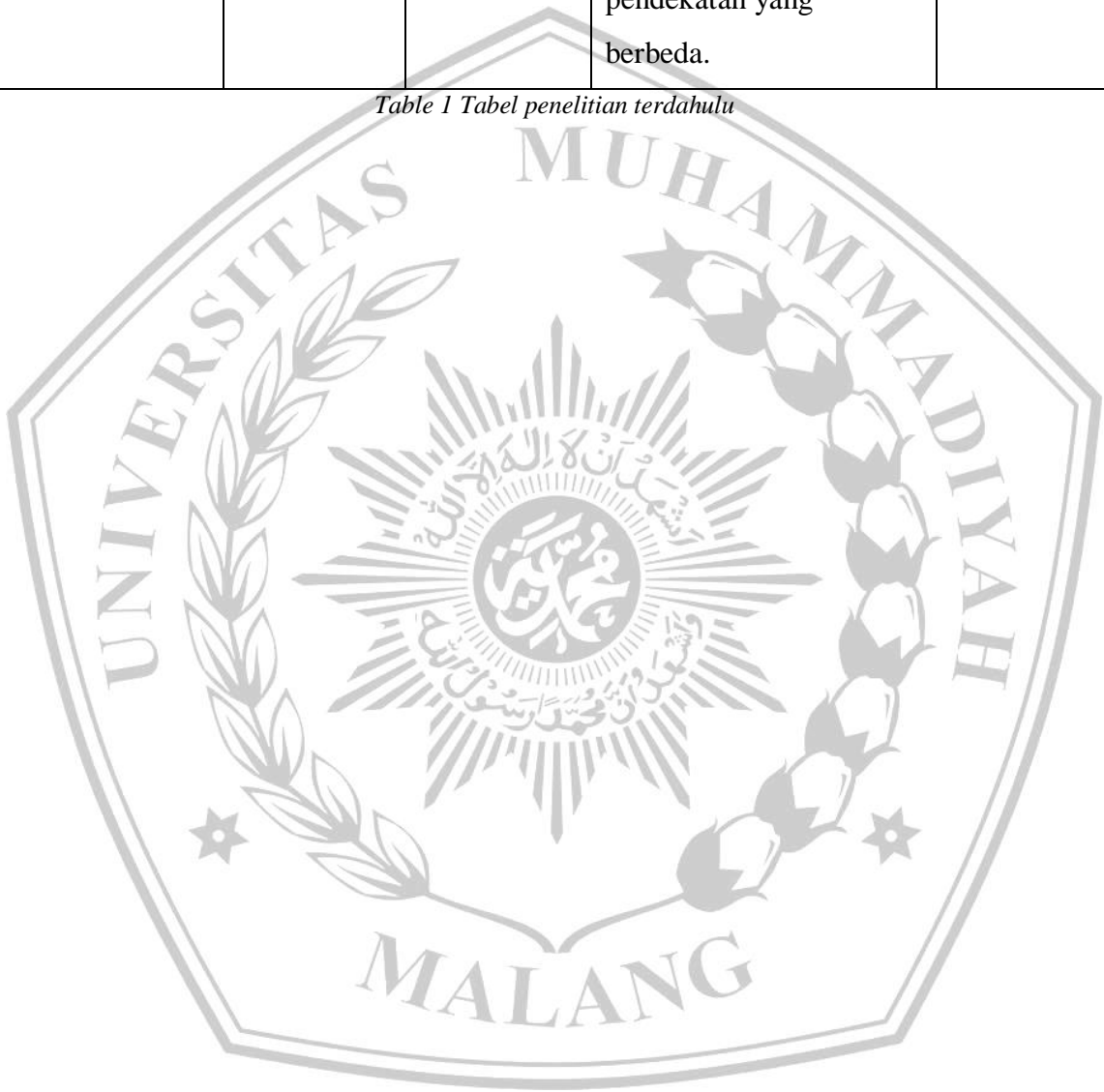
| Judul | Metode | Teori | Hasil | Persamaan/Perbedaan |
|---|-------------------|---|--|---|
| <p>Analisis Framing Model Muray Edelman Pada Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di Serambinews.Com Dengan Republika.Co.Id</p> | <p>Kualitatif</p> | <p>framing Muray Edelman</p> | <p>Perspektif wartawan dalam menganalisis isu-isu media berawal dari fakta bahwa banyak pemilik media pernah dekat dengan presiden. Seiring berjalannya waktu, semakin jelas bahwa media enggan menciptakan agenda dan membingkai berita, yang semakin serius dan terstruktur.</p> | <p>Terdapat perbedaan antara penelitian yang disebutkan di atas dan penelitian yang penulis sarankan menggunakan model analisis tersebut. Penelitian ini menggunakan model analisis Framing karya Robert N. Entman. Namun, penelitian ini juga menggunakan model framing Muray Edelman.</p> |
| <p>Analisis Framing Independensi Pemberitaan Media Online Detik.Com Pasca Pemungutan Suara Pemilihan Presiden 17 April 2019</p> | <p>Kualitatif</p> | <p>Framing Robert N. Entman</p> | <p>Temuan penelitian ini menunjukkan calon bernomor 01 Joko Widodo dan Maruf Amin merupakan anggota PDIP, Golkar, Hanura, PKP, PKB, Nasdem, Perindo, PPP, dan PSI. Sebaliknya, pasangan nomor urut 02 yang diusung Prabowo Subianto dan Sandiaga</p> | <p>Perbedaan utama antara studi ini dengan studi sebelumnya terletak pada waktu pelaksanaannya. Studi ini dilakukan pada 17 April 2019, hari pemilihan umum, sementara studi selanjutnya dilakukan pada tahun 2024. Akan terdapat perbedaan</p> |

| | | | | |
|--|------------|---------------------------|--|--|
| | | | Uno mendapat perbedaan pendapat dari Partai PAN, Demokrat, Gerindra, dan PKS. | dalam penentuan calon dan wakil presiden karena perbedaan waktu pelaksanaan. |
| Analisis Framing Detik.Com Pada Pemberitaan Kampanye Terbuka Calon Presiden Dan Wakil Presiden 2019-2024 Edisi 13 April 2019 | Kualitatif | Zhondang Pan dan Gerald M | Studi tersebut menemukan bahwa berita tentang calon presiden dan wakil presiden 2019 yang dimuat di detik.com pada 13 April 2019 disusun berdasarkan teori framing yang dikembangkan oleh Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang mengoperasionalkan tiga jenis struktur tekstual: skrip, tematik, retorik, dan sinopsis. | Perbedaan antara penelitian yang disebutkan di atas dan penelitian yang ditulis oleh para peneliti didasarkan pada teori yang berbeda. Studi ini berkonsentrasi pada gagasan Zhondang Pan dan Gerald M. Koscki tentang tiga kategori struktur sintaksis tekstual, skrip, tematik, dan retorik. Di sisi lain, para peneliti menggunakan teori Robert N. Entman. |
| Analisis Framing Pemberitaan Politik Dinasti Jokowi Pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Tahun 2020 Di Media | Kualitatif | Robert N. Entman. | Hasil penelitian ini meliputi karakteristik framing pembahasan politik Indonesia pada Pemilu 2020 di media online seperti | Perbedaan antara kajian tersebut dengan kajian yang akan ditulis secara cermat adalah kajian yang pertama akan lebih fokus pada isu-isu |

| | | | | |
|---|-------------------|-----------------------|---|---|
| <p>Online Kompas.Com Dan Okezone.Com</p> | | | <p>kompas.com dan okezone.com, yang dapat dianalisis menggunakan model framing Robert N. Entman.</p> | <p>seputar kepemimpinan Jokowi dalam pemerintahan negara ini dan akan menggunakan media daring seperti Kompas.com dan Okezone.com, sedangkan kajian yang kedua akan fokus pada bagaimana Detik.com akan digunakan untuk menulis tentang calon dan wakil presiden pada tahun 2024.</p> |
| <p>Framing Pemberitaan Calon Presiden Pada Media Online Cnnindonesia.Com Dan Kompas.Com</p> | <p>Kualitatif</p> | <p>agenda setting</p> | <p>Temuan studi menunjukkan bahwa media online telah menjadi sarana untuk membangun agenda terkait isu-isu tertentu, termasuk yang melibatkan Anies Baswedan, yang ditunjuk sebagai presiden oleh Partai Nasional Demokrat. Kisah Anies Baswedan dikonstruksi</p> | <p>Studi sebelumnya menggunakan media online CNNIndonesia.com dan Kompas.com, sedangkan studi ini akan menggunakan media online Kompas.com dan Detik.com.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <p>oleh CNNIndonesia.com dan Kompas.com menggunakan dua pendekatan yang berbeda.</p> | |
|--|--|--|--|--|

Table 1 Tabel penelitian terdahulu



2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Media Online

Media online ialah evolusi dari media massa tradisional yang menyediakan data dengan menggunakan teknologi internet, kepada masyarakat. Menurut Pavlik (2001), media online memiliki karakteristik utama seperti kecepatan, interaktivitas, personalisasi, dan multimedia. Dalam konteks politik, media online membentuk opini publik dan menyebarkan narasi politik kepada masyarakat luas dengan cepat.

Karakteristik tersebut memberikan keunggulan sekaligus tantangan tersendiri dalam konteks pemberitaan politik. Di satu sisi, media online dapat menyebarkan informasi secara luas dan cepat, namun di sisi lain juga berpotensi menyebarkan framing yang bias atau tidak berimbang karena tekanan waktu, *clickbait*, atau kepentingan pemilik media. Menurut McQuail (2010), media memiliki fungsi sebagai penyedia informasi, pembentuk opini, dan pengawas kekuasaan (*watchdog*). Dalam konteks pemilu, media online berperan tidak hanya sebagai pelapor hasil, tetapi juga sebagai pembentuk narasi politik termasuk narasi kemenangan pasangan calon presiden.

Situs web media seperti Detik.com dan Kompas.com merupakan contoh media daring primer. (*mainstream online media*) yang memiliki pengaruh besar dalam ruang publik digital Indonesia. Keduanya memiliki reputasi luas dan dipercaya oleh berbagai segmen masyarakat. Namun, meskipun bersifat

profesional, masing-masing media tetap memiliki kecenderungan framing tertentu dalam menyajikan berita, tergantung pada kebijakan redaksional, orientasi bisnis, dan segmentasi audiens.

Dalam penelitian ini, media online dipahami sebagai aktor komunikasi massa yang tidak netral sepenuhnya, karena setiap pilihan kata, narasumber, visual, dan alur narasi merupakan bagian dari proses konstruksi sosial terhadap realitas politik. Oleh karena itu, penting untuk menyelidiki cara media online seperti Detik.com dan Kompas.com digunakan untuk mengkonstruksi pemberitaan kemenangan. Paslon 02 dalam Pilpres 2024 melalui bingkai tertentu yang dapat dianalisis menggunakan teori framing.

2.2.2 Komunikasi

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam kehidupan manusia. Ia berfungsi sebagai sarana bagi individu maupun kelompok untuk saling menyampaikan informasi, gagasan, perasaan, dan pesan, baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi verbal menggunakan kata-kata atau tulisan untuk menyampaikan pesan, sedangkan komunikasi non-verbal menggunakan fitur seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, tatapan mata, dan nada suara. Komunikasi adalah bagian integral dari kehidupan manusia dan menjadi dasar dalam berbagai interaksi sosial, termasuk dalam konteks politik dan media. Secara umum, komunikasi dapat diartikan sebagai proses pengiriman pesan

komunikasi antara satu orang dengan orang lain untuk mencapai pemahaman bersama. Proses ini dapat dilakukan secara verbal (lisan dan tulisan) maupun nonverbal (ekspresi wajah, gestur, intonasi, dan simbol).

Menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid dalam Clara Sari (2018), komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih terlibat dalam komunikasi yang konstan, dan bertukar informasi sampai tercapai pemahaman bersama. Definisi ini menekankan bahwa komunikasi tidak hanya sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga menekankan pada pentingnya umpan balik dan pengertian bersama antara pengirim dan penerima pesan. Dalam konteks media massa, komunikasi mengalami transformasi besar dengan hadirnya media online. Komunikasi massa kini tidak lagi bersifat satu arah, tetapi menjadi lebih dinamis dan interaktif. Menurut Denis McQuail, komunikasi massa modern, terutama melalui media digital, memungkinkan distribusi pesan secara luas dalam waktu yang sangat singkat, dan dapat membentuk opini publik dalam skala besar (Hadi, 2020).

Media massa, termasuk media online seperti Detik.com dan Kompas.com, memainkan peran penting pada penyampaian pesan politik terhadap masyarakat. Komunikasi politik melalui media dapat membentuk persepsi publik terhadap peristiwa politik, termasuk hasil pemilu. Dalam proses inilah konstruksi pesan oleh media menjadi signifikan. Apa yang disampaikan, bagaimana disampaikan,

dan apa yang ditekankan atau diabaikan semuanya merupakan bagian dari strategi komunikasi yang dikenal sebagai framing. Dengan demikian, dalam penelitian ini, Komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses pengumpulan informasi, tetapi juga sebagai alat konstruksi realitas sosial dan politik melalui media. Pemberitaan kemenangan Paslon 02 dalam Pilpres 2024 oleh media online tidak bisa dilepaskan dari konteks komunikasi massa dan framing yang dilakukan oleh masing-masing media. Melalui kerangka teori komunikasi, peneliti dapat memahami bagaimana pesan politik dikonstruksi, dimaknai, dan diterima oleh masyarakat dalam ruang publik digital.

2.2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang dilakukan melalui media. untuk menjangkau khalayak luas, bersifat satu arah, dan umumnya dilakukan oleh institusi media. Dalam konteks modern, komunikasi massa tidak hanya dilakukan melalui media cetak, radio, atau televisi, tetapi juga melalui media online yang menjadi kanal dominan dalam menyampaikan informasi kepada publik saat ini. Menurut Denis McQuail (2010), Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan informasi kepada kelompok yang besar, beragam, dan anonim dengan tujuan menyediakan informasi. membentuk opini, menghibur, atau memengaruhi. Ciri utama dari komunikasi massa adalah sifatnya yang terorganisir, publik, dan memiliki

pengaruh luas terhadap masyarakat. Seiring dengan berkembangnya teknologi, media online seperti Detik.com dan Kompas.com menjadi bagian penting dari sistem komunikasi massa. Kecepatan, interaktivitas, dan jangkauan luas membuat media online menjadi saluran utama dalam menyebarkan informasi politik, termasuk pemberitaan terkait Pilpres 2024.

Dalam ranah pemberitaan politik, media massa tidak sekedar berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga turut berperan sebagai pihak yang membentuk persepsi serta opini publik. Media berperan dalam mengkonstruksi realitas politik, terutama melalui proses framing, yaitu bagaimana media memilih, menekankan, dan menyusun fakta untuk membentuk makna tertentu atas sebuah peristiwa. Menurut Littlejohn & Foss (2009), komunikasi massa bersifat ideologis karena media memiliki kekuatan untuk mengarahkan cara berpikir masyarakat melalui pemilihan isu, narasumber, dan sudut pandang tertentu (Anggoro, A. D. 2016), Dalam pemberitaan kemenangan Paslon 02, bagaimana media online mbingkai informasi sangat mungkin dipengaruhi oleh kebijakan redaksional, orientasi politik, dan kepentingan tertentu yang melekat dalam industri media.

Dengan demikian, komunikasi massa dalam penelitian ini tidak hanya dilihat sebagai proses teknis penyampaian informasi kepada publik, tetapi juga sebagai mekanisme penting dalam membentuk narasi politik. Melalui teori

komunikasi massa, peneliti dapat memahami peran media dalam mengarahkan opini publik dan mengkonstruksi realitas kemenangan politik dalam pemilu.

2.2.4 Komunikasi Politik

komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat, media, dan politisi. Dalam konteks pemilu, komunikasi politik menjadi jembatan antara kandidat dan publik, sekaligus menjadi arena pembentukan opini, legitimasi, hingga pencitraan. Komunikasi politik merupakan bagian integral dari dinamika demokrasi modern, di mana pesan-pesan politik dikonstruksi, disebarluaskan, dan diterima oleh publik melalui berbagai medium, salah satunya adalah media massa. Dalam konteks pemilihan umum, komunikasi politik menjadi alat utama untuk membentuk citra, mempengaruhi opini publik, serta membingkai isu-isu strategis yang berkaitan dengan kandidat maupun proses politik itu sendiri.

Menurut McNair (2003), komunikasi politik adalah proses yang mencakup semua bentuk komunikasi mengenai isu politik, baik yang dilakukan oleh orang-orang dalam politik (partai, kandidat, dan pemerintah), media, dan masyarakat. Komunikasi ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti pidato, debat publik, iklan kampanye, maupun melalui pemberitaan media.

Komunikasi politik tidak bersifat netral. Setiap pesan yang dikonstruksi mengandung muatan ideologis dan kepentingan tertentu. Dalam hal ini, media

berperan sebagai perantara sekaligus aktor politik yang memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik. Media menentukan isu mana yang dianggap penting, bagaimana isu tersebut diberitakan, serta bagaimana citra para aktor politik dibentuk melalui bahasa, visual, dan narasi.

Seiring berkembangnya teknologi digital, media online menjadi saluran komunikasi politik yang sangat dominan. Dalam konteks Pilpres 2024, pemberitaan media online seperti Detik.com dan Kompas.com menjadi ruang utama di mana informasi politik dikonsumsi oleh masyarakat secara cepat dan luas. Oleh karena itu, komunikasi politik dalam era digital tidak bisa dilepaskan dari proses framing yang dilakukan oleh media.

Menurut Nimmo dan Sanders (1981), komunikasi politik dalam sistem demokrasi berfungsi untuk menyampaikan informasi, mengedukasi pemilih, serta menjadi sarana akuntabilitas publik terhadap kekuasaan. Namun, dalam praktiknya, media seringkali membingkai informasi sesuai dengan orientasi politik, kepentingan pemilik media, atau target audiens. Di sinilah pentingnya menganalisis konstruksi framing dalam komunikasi politik media.

Dengan memakai model framing Robert N. Entman, Penelitian ini akan meneliti bagaimana media online memberikan kontribusi terhadap pemberitaan kemenangan Paslon 02 dalam Pilpres 2024, serta sejauh mana proses tersebut

mencerminkan kepentingan politik tertentu, membentuk opini publik, dan merekonstruksi realitas politik dalam ruang digital.

2.2.5 Framing (Analisis Framing Model Robert N. Entman)

Analisis framing adalah analisis untuk memahami bagaimana media menggambarkan realitas (peristiwa, aktor, kelompok, dll.). Konstruksi memberikan informasi ini. Memahami peristiwa membentuk realitas sosial dalam bentuk hasil perhatian media terhadap subjek atau interaksi dengan kerabat subjek. Semua elemen ini bukan hanya bagian dari teknik jurnalistik; mereka juga menunjukkan bagaimana sebuah tulisan disajikan dan dijelaskan (Eriyanto, 2002:8).

Dalam studi komunikasi massa, konsep pembingkai sangat penting. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana media memengaruhi realitas sosial atau politik dengan menggunakan metode seperti mengubah dan menampilkan informasi secara menceraikan. Rober N. Entman, yang menjelaskan bahwa framing adalah proses memilih elemen tertentu dari realitas untuk difokuskan dalam pemberitaan, sehingga mempengaruhi cara publik melihat dan menafsirkan suatu masalah, menjelaskan bahwa konsep ini berkembang pesat karena media juga berfungsi sebagai penyampai fakta. Dengan demikian, framing dapat dikenali dari kata-kata dan gambar tertentu yang memberi makna khusus pada teks berita. Kosakata dan Gambar ditegaskan dalam

teks agar terlihat jelas, Hal ini dapat diungkapkan melalui penempatan, pengulangan, atau keterhubungan yang strategis dengan bagian-bagian teks lainnya. Dalam artikel *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* (1993), Entman menyatakan bahwa framing memiliki tujuan-tujuan berikut:

1. **Diagnose causes** Mengidentifikasi penyebab dari isu yang diberitakan.
2. **Make moral judgments** Memberikan penilaian moral terhadap aktor atau kejadian yang terkait.
3. **Suggest remedies** Menawarkan solusi atau tindakan yang seharusnya dilakukan.

Empat elemen ini menjadi dasar analisis framing dalam mengkaji bagaimana media menyusun struktur narasi, memilih kutipan, menyusun judul, dan menggunakan gambar atau visual. Dalam konteks media online, framing menjadi semakin kompleks karena kecepatan penyebaran informasi dan fleksibilitas format pemberitaan (teks, foto, video, hingga komentar pengguna). Media seperti Detik.com dan Kompas.com, meskipun sama-sama tergolong media arus utama, dapat menyajikan konstruksi makna yang berbeda terhadap peristiwa politik, seperti kemenangan pasangan calon presiden dalam Pilpres 2024.

2.2.6 Pemberitaan Politik dan Pemilu

Pemberitaan politik, terutama terkait pemilu, merupakan salah satu konten utama yang disorot oleh media massa. Media membentuk opini publik dan membingkai narasi politik, serta menciptakan persepsi terhadap kandidat dan partai politik. Dalam era digital, pemberitaan politik mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya media online yang menyajikan informasi secara real-time, interaktif, dan beragam format. Detik.com dan Kompas.com merupakan dua media online arus utama (mainstream) di Indonesia yang memiliki jangkauan audiens luas dan kredibilitas tinggi. Keduanya aktif meliput isu-isu politik, termasuk dinamika Pemilu Presiden (Pilpres) 2024. Walaupun keduanya tergolong media berita umum, perbedaan dalam gaya pemberitaan, pilihan narasumber, hingga struktur framing dapat ditemukan saat membahas isu-isu politik.

Media online sering kali tidak sepenuhnya netral dalam pemberitaan politik, terutama menjelang pemilu. Pilihan diksi, foto yang ditampilkan, penempatan headline, hingga frekuensi pemberitaan terhadap paslon tertentu dapat menjadi bagian dari strategi framing yang disengaja maupun tidak. Hal ini menjadikan media online sebagai aktor penting dalam proses pembentukan persepsi terhadap kandidat di tengah masyarakat. Detik.com, yang dikenal dengan gaya penyampaian berita cepat dan to the point, cenderung mengedepankan

kecepatan informasi. Namun, gaya penyampaian ini juga dapat berpengaruh terhadap kedalaman analisis dalam pemberitaan politik. Sementara itu, Kompas.com, sebagai bagian dari Kompas Group yang memiliki latar sejarah sebagai media cetak, cenderung menyajikan berita dengan bahasa yang lebih formal, narasi panjang, dan mencoba mempertahankan citra netralitas.

Dalam pemberitaan kemenangan Paslon 02 pada Pilpres 2024, sangat mungkin terdapat konstruksi framing yang berbeda antara keduanya. Pemilihan aspek tertentu untuk disorot misalnya reaksi elite politik, tanggapan masyarakat, ucapan selamat dari luar negeri, atau evaluasi proses demokrasi menunjukkan bagaimana media menyusun narasi politik dan membentuk citra kemenangan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman akan mengeksplorasi lebih jauh bagaimana kedua media ini membingkai peristiwa politik besar tersebut dan bagaimana pilihan-pilihan editorial mereka merefleksikan konstruksi makna politik yang berbeda.

2.2.7 Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi realitas sosial berangkat dari pemikiran bahwa realitas yang kita pahami dalam kehidupan sehari-hari tidak bersifat objektif sepenuhnya, melainkan dibentuk melalui proses sosial, termasuk melalui bahasa, interaksi, dan media. Teori konstruksi sosial realitas yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka yang berjudul *The Social*

Construction of Reality (1966) adalah salah satu teori yang paling penting dalam penelitian ini. Melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, individu membentuk realitas secara intersubjektif.

Ketika media memilih, menyusun, dan menyampaikan informasi kepada publik, proses konstruksi realitas terjadi. Informasi yang telah dipilih untuk disampaikan, cara penyampaiannya, narasumber yang digunakan, hingga pilihan bahasa dan visual, semuanya berkontribusi dalam menciptakan realitas tertentu yang dipercaya oleh masyarakat. Oleh karena itu, media bukan hanya “cermin” dari kenyataan, tetapi juga produsen realitas sosial. Menurut Stuart Hall (1997), media berperan dalam produksi makna melalui representasi. Representasi ini melibatkan proses encoding (penyusunan makna oleh media) dan decoding (pemaknaan oleh audiens), yang seringkali membentuk pemahaman kolektif tentang suatu peristiwa. Dalam hal ini, media memiliki kekuatan ideologis untuk menentukan bagaimana publik melihat dan memahami dunia sosial, termasuk fenomena politik.

Dalam konteks pemberitaan kemenangan Paslon 02 pada Pilpres 2024, media seperti Detik.com dan Kompas.com turut berperan dalam membentuk makna atas kemenangan tersebut. Proses framing yang dilakukan media merupakan bagian dari konstruksi realitas sosial, karena media menentukan elemen mana yang dianggap penting, siapa yang ditampilkan sebagai aktor utama,

serta bagaimana publik diarahkan untuk memahami dan menanggapi kejadian tersebut. dimungkinkan untuk menganalisis secara terstruktur konstruksi realitas sosial yang dibuat oleh media dengan menggunakan model framing model Robert N. Entman. Empat elemen dasar Entman: mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebabnya, membuat kesimpulan moral, dan menyarankan solusi. berfungsi sebagai mekanisme utama dalam pembentukan realitas disusun dan disampaikan kepada publik. Oleh karena itu, realitas politik yang berkembang di masyarakat tidak sepenuhnya merupakan cerminan fakta objektif, melainkan hasil konstruksi naratif yang dibentuk oleh media.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana realitas politik tentang kemenangan Paslon 02 dikonstruksi melalui pemberitaan media online, serta sejauh mana proses tersebut mencerminkan kepentingan, ideologi, atau kecenderungan redaksional dari masing-masing media.

2.3 Kerangka Berfikir

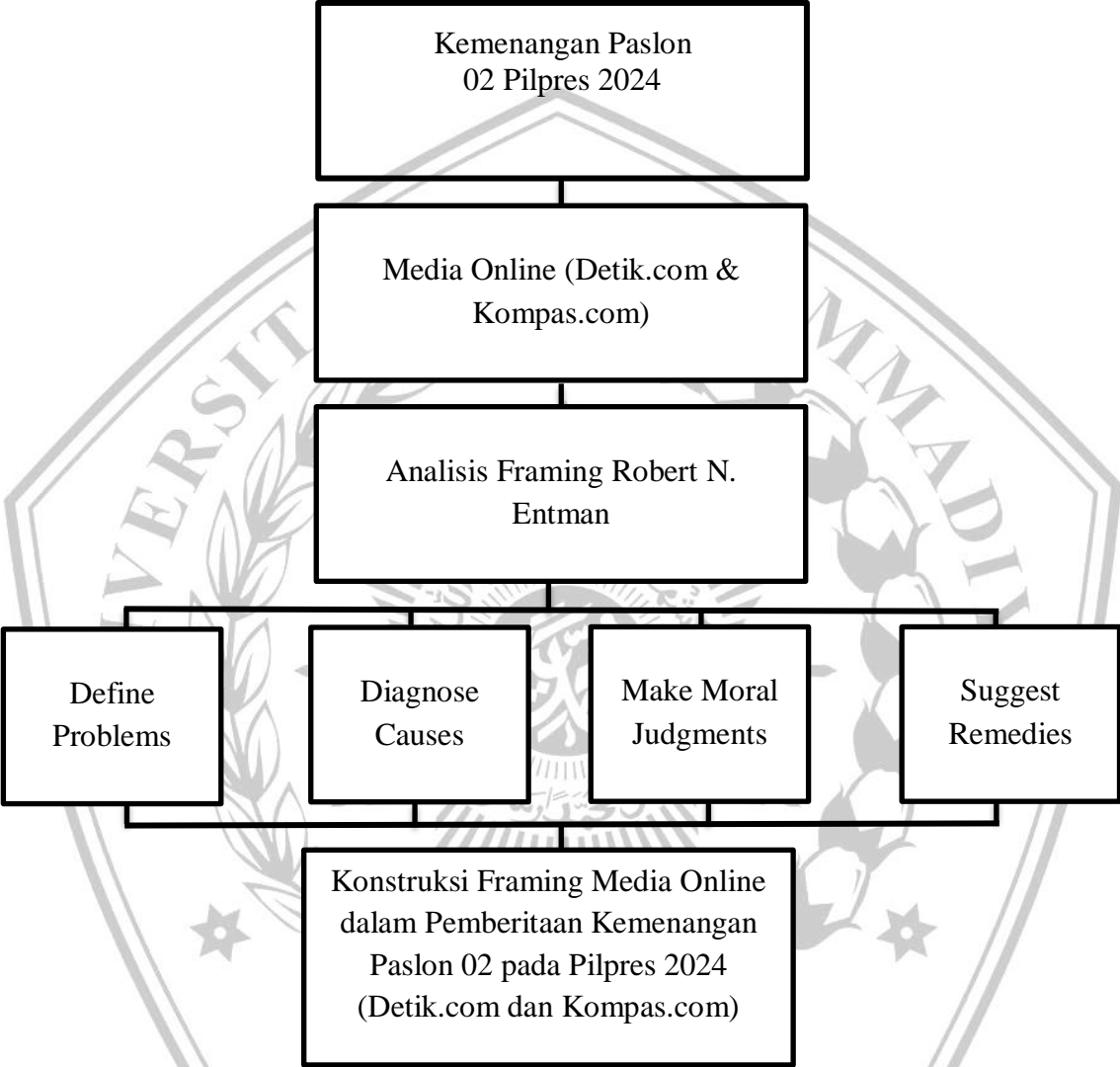


Table 2 Kerangka berfikir