

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Era reformasi menghembuskan angin segar bagi masyarakat untuk mengambil peran dalam dunia politik, dimana selama orde baru keinginan berpolitik terbelenggu dan tidak mendapatkan kebebasan (Romli & Khomsahrial, 2011). Besarnya keinginan berpolitik masyarakat dapat dibuktikan dengan banyaknya bermunculan pendukung-pendukung partai politik yang didirikan oleh tokoh politisi. Politik bukanlah hal baru didalam kehidupan kita saat ini. Sadar atau tidak, manusia tidak dapat terhindar dari politik dalam mencukupi kebutuhan hidupnya. Politik di Indonesia tidak terlepas dari adanya partai politik, terutama dalam menentukan pemimpin yang memiliki keterkaitan dengan struktur demokrasi yang diterapkan di Indonesia.

Perkembangan politik yang semakin pesat menyebabkan berbagai partai politik mengumpulkan massa dengan berlomba-lomba memberikan janji untuk memperluas ruang lingkup partai dan mendapatkan kepercayaan masyarakat Indonesia (Umam, 2009). Berbagai partai politik berlomba-lomba memberikan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia, ide-ide dan fokus setiap partai pun berbeda. Partai politik memiliki tujuan untuk sukses menjadi elit di negeri ini melalui calon yang diusungnya, salah satunya menjadi orang nomor satu di Indonesia yaitu Presiden. Pemilihan presiden dianggap sebagai pesta demokrasi Indonesia yang dimana melibatkan setiap warga negara yang sudah memiliki hak untuk menentukan siapa presiden dan wakil presidennya sendiri. Hal ini dapat dilakukan karena Indonesia merupakan negara demokrasi.

Sebagai negara demokrasi, berbagai tahapan telah dilakukan dalam proses pemilihan presiden, mulai dari masa kampanye, debat, dan berakhir dengan pemilihan langsung ditempat pemungutan suara. Pada pemilihan presiden tahun 2024 terdapat tiga pasangan calon (paslon) presiden dan wakil presiden, yaitu paslon 1 Anies Baswedan dengan wakil Cak Imin, paslon 2 Prabowo Subianto dengan wakil Gibran Rakabuming, dan paslon 3 Ganjar Pranowo dengan wakil Mahfud M.D. Berbagai cara dilakukan oleh para paslon selama masa kampanye berlangsung untuk menarik hati pemilih. Mulai dari perang social media, tagar, kampanye terbuka, hingga debat langsung antara capres-cawapres yang sangat ditunggu-tunggu oleh seluruh masyarakat Indonesia. Tahapan-tahapan yang dilakukan tidak terlepas dari adanya komunikasi politik.

Komunikasi politik memiliki pesan kampanye atau informasi yang kaya akan isu-isu politik dan bagaimana isu tersebut dibingkai selama kampanye berlangsung (Rizaldi, 2018). Debat

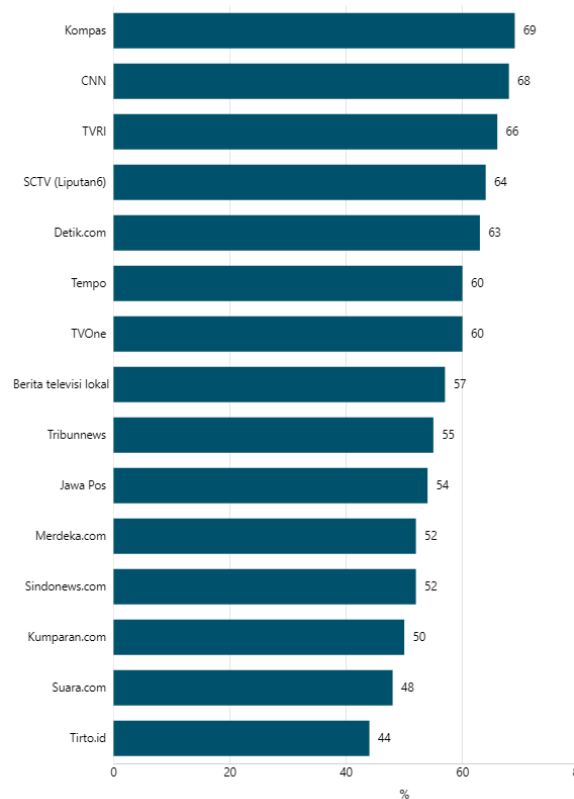
dianggap sebagai salah satu cara pemanfaatan komunikasi politik yang tepat, karena debat dianggap hal yang sangat penting karena menjadi sarana yang digunakan para paslon untuk menyampaikan pesan politik, pendapat, ide, gagasan, dan argumen, program debat menjadi referensi untuk menilai kapasitas dan kualitas paslon yang pantas menjadi pemimpin (Simarmata & Sulastri, 2018). Debat capres pertama diselenggarakan pada pemilu tahun 2004 sebagai tanda terbukanya pintu demokrasi langsung dalam pemilihan presiden. Jika sebelumnya debat capres-cawapres hanya digunakan sebagai program untuk mendiskusikan tentang suatu topik yang dihadapi bangsa Indonesia dan berdiskusi untuk mencari solusi, seiring berjalannya waktu debat capres-cawapres berkembang menjadi strategi komunikasi politik bagi para paslon untuk ajang pencitraan, kampanye, dan lobi politik.

Debat capres-cawapres menjadi salah satu media yang digunakan tidak hanya untuk mendalami program-program yang ditawarkan para kandidat calon presiden dan calon wakil presiden tetapi juga dimanfaatkan untuk konsumsi politik (Firmanzah, 2012). Debat capres dimanfaatkan sebagai media komunikasi politik yang dilakukan oleh masing-masing paslon untuk menarik hati simpatisan. Pada periode pemilihan Presiden dan Wakil Presiden periode 2024 terdapat lima program debat, salah satunya debat capres pertama telah dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2023 yang bertempat di Gedung Komisi Pemilihan Umum (KPU) Jakarta. Momentum tersebut tidak luput dari pemberitaan-pemberitaan yang ada di media massa baik media tradisional hingga elektronik.

Isu-isu dan opini dari media massa kepada masyarakat tidak dapat dibendung lagi, ditambah dengan adanya modernisasi yang hadir dalam dunia jurnalistik membuat siapapun dapat dengan mudah dan cepat menemukan informasi sehingga membuat informasi tidak bisa disaring sepenuhnya dan menghasilkan berita tidak bersumber yang dikenal dengan sebutan *hoax* (berita bohong). Dalam konteks persaingan politik yang semakin ketat dan isu-isu yang semakin beragam, media massa memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media massa dapat mempengaruhi opini publik dan menentukan pilihan masyarakat dalam pemilihan umum.

Perkembangan media massa menjadi cerminan dari adanya evolusi budaya, teknologi, dan komunikasi dalam masyarakat modern. Sejak zaman percetakan hingga digital, media massa memiliki kekuatan yang mempengaruhi bagaimana cara kita mendapatkan informasi, memahami dunia disekitar kita, dan berinteraksi satu dengan lainnya. Pada awalnya media massa hadir dalam

bentuk koran, majalah, dan buku cetak. Berkembangnya teknologi, radio, dan televisi menjadi pilar-pilar penting dalam menyebarkan berita, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Revolusi digital yang dimulai pada akhir abad ke-20 telah mengubah segalanya dengan menghadirkan internet memudahkan dalam mengakses berbagai jenis konten dan media sosial untuk berbagi informasi, pandangan, dan pengalaman dengan cepat dan lebih luas.



Gambar 1.1 Media yang paling dipercaya warga Indonesia di tahun 2023

(sumber : databoks.co.id)

Databoks merupakan platform data agregator dan visualisasi yang diolah oleh katadata.co.id, menampilkan data statistik dalam bentuk grafik, tabel, dan infografis. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh databoks, Kompas.com menjadi media daring pemberitaan no 1 yang paling dipercaya warga Indonesia ditahun 2023 dan detik.com menempati posisi no 5.

Media massa yang berkembang telah mengalami tranformasi yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Media massa yang didalamnya termasuk media online, berperan sebagai perantara antara kandidat presiden dan pemilih sehingga dapat membantu membentuk persepsi dan opini publik. Bagaimana media memberitakan, membingkai, dan memberikan sorotan terhadap calon

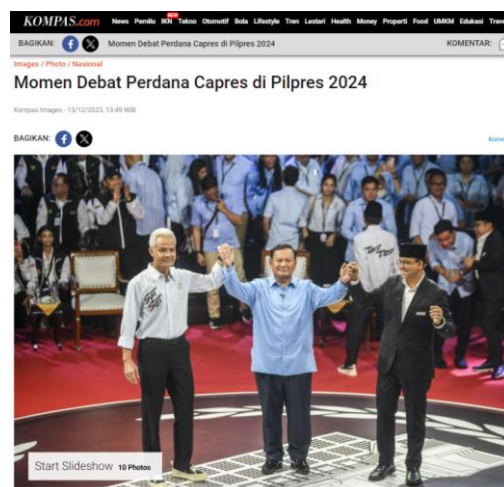
presiden berdampak besar pada keberhasilan kampanye, popularitas calon presiden, dan hasil pemilu.

Media berperan dalam memeriksa kebijakan dan tindakan calon presiden hingga memberikan informasi kepada para pemilih untuk mengambil keputusan yang berdasar dan bijak. Dengan demikian, analisis framing pemberitaan Calon Presiden Indonesia 2024 pada debat capres pertama di media online Detik.com dan Kompas.com adalah upaya untuk memahami peran media dalam konteks pemilihan presiden dan pengaruhnya terhadap proses politik.

No	Media	Frekuensi
1	Metro TV	10
2	Kompas. Com	12
3	CNN	8
4	Kumparan	6
5	INews	6
6	Pikiran Rakyat	6
7	Detik. Com	14

Tabel 1.1 Frekuensi Pemberitaan Debat Pertama Capres Pemilu 2024

(Sumber : Olahan Peneliti 2023)



Gambar 1.2 Momen Debat Perdana Capres di Pilpres 2024

(sumber : Kompas.com)

Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan jadwal pelaksanaan debat sebanyak lima kali yang terdiri dari tiga debat calon presiden dan dua debat calon wakil presiden dengan tanggal dan tema yang telah ditentukan oleh Komisi Pemilihan Umum. Debat pertama dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2023, pada debat perdana ini dimulai oleh debat calon presiden dengan tema pemerintahan, hukum, HAM, pemberantasan korupsi, penguatan demokrasi, peningkatan layanan publik, dan kerukunan warga.

Debat kedua pada tanggal 22 desember 2022 pada debat kedua ini porsi nya untuk calon wakil presiden dengan tema ekonomi kerakyatan, ekonomi digital, investasi pajak, perdagangan, pengelolaan APBN- APBD, infrastruktur dan perkotaan. Debat ketiga pada tanggal 7 Januari 2024 menjadi porsi calon presiden dengan tema pertahanan, keamanan, hubungan internasional dan geopolitik. Debat keempat pada tanggal 21 Januari 2024 menjadi porsi calon wakil presiden dengan tema Pembangunan berkelanjutan, sumber daya alam, lingkungan hidup, energi, pangan, agrarian, Masyarakat adat dan desa. Debat kelima pada tanggal 4 Februari 2024 menjadi debat terakhir yang dilaksanakan komisi pemilihan umum pada debat terakhir ini akan menjadi porsi calon presiden dengan tema kesejahteraan sosial, kebudayaan, Pendidikan, teknologi informasi, Kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi. Komisi Pemilihan Umum juga sudah menyiapkan tim panelis dari masing-masing tema debat yang telah ditetapkan.



Gambar 1.3 Debat Capres Pertama: Saling Serang Tak Terelakan

(sumber: detik.com)

Komisi Pemilihan Umum telah menetapkan jadwal pelaksanaan debat capres dan cawapres untuk pemilihan presiden (pilpres) 2024 mendatang. Total terdapat lima jadwal debat yang telah dirilis oleh KPU dan akan dilaksanakan dalam waktu tiga bulan ke depan, dimulai dari bulan desember 2023 hingga februari 2024.

Urgensi dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah Detik.com dan Kompas.com membingkai pemberitaan tentang pemilu dengan memihak salah satu kubu atau bersikap netral. Bagaimana media Kompas.com dan Detik.com mengkonstruksi dan memproduksi teks terkait debat pertama capres 2024 serta perbandingan pandangan dari kedua media mengenai debat pertama calon Presiden 2024, mengetahui media dalam membingkai berita ini, dan bagaimana Kompas .com dan Detik.com mengemas hingga menyajikan berita yang ingin disampaikan kepada khalayak periode tanggal 13 Desember – 21 Desember 2024. Peneliti memilih media Kompas.com karena Kompas.com menjadi media pemberitaan yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia dan menjadi media yang melakukan survey responden pasca debat pertama berlangsung. Sedangkan Detik.com dipilih oleh penulis karena Detik.com menjadi media pemberitaan daring yang memposting mengenai debat pertama terbanyak dibandingkan media lainnya berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti. Keberpihakan media online dalam memberitakan salah satu calon presiden menimbulkan pertanyaan tentang kepatuhan mereka terhadap kode etik seorang jurnalis, yang menuntut objektivitas, keadilan, dan kebenaran dalam menyajikan informasi kepada publik. Hal ini menggaris bawahi pentingnya integritas media dalam menjalankan fungsi jurnalisme yang bertanggung jawab dan independen, serta mendorong perlunya evaluasi dan penegakan standar profesionalisme yang ketat dalam industri berita daring.

Berbagai kajian terdahulu telah membahas mengenai Analisis Framing pada suatu pemberitaan. Seperti riset yang dilakukan oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi & Nalal Muna yang membahas mengenai Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Nexen Alexandre Pinontoan & Umaimah Wahid mengenai Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 di Harian Kompas.Com dan Jawapos.Com. Dan penelitian yang dilakukan oleh Gina Kusnia yang membahas mengenai Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Terakhir Calon Presiden Pada Pilpres 2019 di Media Massa Online.

Sehingga peneliti menemukan perbedaan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya membahas mengenai Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online dan Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 di Harian Kompas.Com dan Jawapos.Com, namun penelitian tersebut menggunakan Analisis Framing Milik Robert N. Entman. Sedangkan peneliti akan membahas mengenai Analisis Framing Pemberitaan Debat Pertama Capres Pemilu 2024 di Detik.com dan Kompas.com menggunakan Analisis Framing milik Zhongdang Pan & Kosicki. Penelitian Analisis *Framing* Pemberitaan Debat Terakhir Calon Presiden Pada Pilpres 2019 di Media Massa Online, sedangkan peneliti akan membahas Analisis Framing Pemberitaan Debat Pertama Capres Pemilu 2024 di Detik.com dan Kompas.com.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik ingin mengetahui bagaimana media dalam membingkai berita ini dan bagaimana Kompas.com dan Detik.com mengemas dan menyajikan berita yang ingin disampaikan kepada khalayak. Oleh karena itu peneliti ingin membahas secara mendalam melalui penelitian tesis yang berjudul **“Framing Media Terhadap Debat Pertama Capres Pemilu 2024”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini terdapat rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana konstruksi realitas media daring terhadap pemberitaan Debat Pertama Calon Presiden pada Pemilu 2024?
2. Bagaimana penonjolan pemberitaan Debat Pertama Calon Presiden Pemilu 2024 oleh media online Detik.com dan Kompas.com periode 13 desember – 21 desember 2023?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini terdapat tujuan penelitian, yaitu :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi realitas media daring Kompas.com dan Detik.com pada pemberitaan politik tentang Debat Pertama Capres pada Pemilu 2024.
2. Mengetahui esensi penonjolan pemberitaan politik dan sikap Detik.com dan Kompas.com tentang debat pertama Capres pada Pemilu 2024.

1.4.Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini terdapat manfaat teoritis dan praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu komunikasi, khususnya di bidang media online dan media teks (*framing*).
- b. Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang peran media dalam pemilu. Dengan menganalisis framing berita politik pada dua media online terkemuka di Indonesia, penelitian ini mengungkap bagaimana media dapat mempengaruhi opini publik dan perilaku pemilu.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan dan pengalaman untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan.
- b. Bagi civitas akademika, penelitian ini bermanfaat untuk menambah informasi dan pengetahuan maupun bahan referensi serta perbandingan untuk membuat penelitian selanjutnya.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan menjadi bahan masukan dalam menindaklanjuti pemberitaan yang akan disebarluaskan.

1.5.Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dibuat agar penulisan laporan penelitian dapat tersusun secara runtut dan rapi. Berikut merupakan sistematika penulisan penelitian :

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab

ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian