

Analisis Framing Pemberitaan Pemilu Presiden 2024 di Media Online Detik.com Periode Bulan Februari

Tondini Alief Harahap^{1a(*)} Aprilinda Harahap^{2b}

¹² Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

^a tondinaliefhrp@gmail.com

^b apriandaharahap@uinsu.ac.id

(*) Corresponding Author
ondinaliefhrp@gmail.com

How to Cite: Tondini Alief Harahap. (2024). Analisis Framing Pemberitaan Pemilu Presiden 2024 di Media Online Detik.com Periode Bulan Februari doi: 10.36526/js.v3i2.5023

<p>Received : 20-12-2024 Revised : 29-01-2025 Accepted : 06-02-2025</p> <p>Keywords: Framing, Framing Analysis, Online Media, Election, President</p>	<p>Abstract This study raises a study of the analysis of the framing of the 2024 election news, specifically the news of the presidential and vice presidential candidates which focuses on the framing of the news published by the detik.com media, furthermore, the writing of this article uses a qualitative research method that uses a research approach and analysis of news about the presidential candidates in February, in line with that the framing analysis included in the results of this study uses the framing analysis proposed by Robert M. Etnman which emphasizes four main aspects of analysis such as, problem definition, diagnosis of causes, moral assessment and recommendations for resolution. The final results of this study conclude that detik.com's news in February regarding the 2024 presidential election highlights statements from each candidate and also the campaign teams and several other aspects, and also provides positive moral assessments and sentiments in several aspects, and limits several issues that need to be limited, but not all news meets the four aspects of Robert M. Etnman's analysis method, such as not explaining the background of the problem and also recommendations for resolution. This study focuses on how the media has a central role in forming public assumptions in the 2024 presidential election.</p>
--	--

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang, terus menunjukkan kemajuan pesat di berbagai aspek kehidupan masyarakat, mencerminkan proses pertumbuhan yang berlangsung secara dinamis. Kemajuan ini terlihat jelas di berbagai sektor dan bidang, yang tidak terlepas dari pengaruh perkembangan global yang turut menjadi salah satu faktor pendorong utama. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan paling masif adalah teknologi dan informasi, yang kini berperan penting dalam mendorong modernisasi, meningkatkan produktivitas, serta mempercepat transformasi digital di berbagai lapisan masyarakat (Ahmad, 2013).

Perkembangan di sektor ini tidak hanya memberikan dampak positif pada perekonomian, tetapi juga membuka peluang baru di bidang pendidikan, komunikasi, dan inovasi yang terus berkembang di Indonesia. Yang dimana teknologi umumnya sebuah keahlian atau hal-hal yang juga berkaitan dengan pengetahuan (Ratna, 2012).

Kemudian, proses komunikasi melalui internet menawarkan kemudahan dan kecepatan akses, sehingga menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, internet telah membuka berbagai peluang baru dalam dunia komunikasi, menjadikannya sangat sulit untuk diabaikan atau dihindari. Internet, sebagai media baru, memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan media lainnya. Kehadirannya kini menjadi hal yang tak terelakkan bagi masyarakat, karena internet memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan dalam kehidupan sehari-hari (Kustiawan et al., 2022).

Perkembangan dan kemajuan informasi jelas memberikan perubahan di tengah tengah masyarakat Indonesia, salah satu hal yang terlihat dari adanya kemunculan internet. Hadirnya internet mempunyai dampak positif yang menguntungkan dalam berbagai bidang seperti; bisnis,

akademis, pemerintahan, organisasi, dan lain-lainya tidak terkecuali juga dalam penyebaran informasi. Saat ini dengan hadirnya internet tersebut memberikan kemudahan dalam hal mengakses informasi dengan sangat cepat, masyarakat diberikan kemudahan dan juga efisiensi dalam mengakses informasi secara praktis dan mudah (Gani, 2020).

Tidak hanya itu saja, Adapapun beberapa kelebihan Internet sebagai media informasi dan komunikasi dibandingkan dengan media lain yaitu Informasi yang didapatkan lebih mudah, cepat dan murah dengan jangkauan global. Hal ini didukung dengan fakta bahwa untuk menjangkau pengguna sebanyak 60 juta orang (Hutabarat & Siregar, 2024).

Kemudian setelah itu, pertumbuhan digital menghadirkan Media sosial yang seakan menjadi konsumsi prioritas bagi sebagian masyarakat, dan tidak jarang media sosial memberikan kenyamanan bagi penggunanya yang tidak didapatkan dalam dunia nyata, Sementara itu Media sosial dapat diartikan sebagai media online, yang mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Liedfray et al., 2022).

Perkembangan media sosial di Indonesia bisa ditandai dengan menjamurnya pengguna Facebook pada awal kemunculannya di Indonesia pada tahun 2014 yang lalu, tidak hanya itu media sosial twitter juga sempat merajai ruang digital Indonesia dimana berhasil menjadi referensi dan rujukan awal masyarakat saat mencari informasi saat itu, dilansir dari Katadata.co.id menunjukkan bawa pengguna twitter di Indonesia sebanyak 25,25 juta dan ditambah lagi saat ini masyarakat Indonesia juga menjadikan Instagram dan tiktok menjadi pilihan utama dalam menggunakan media sosial (Irwansyah, 2014).

Lebih lanjut, tidak hanya media sosial saja yang menjadi buah percepatan teknologi di Indonesia, munculnya media online juga menjadi sebuah bukti percepatan teknologi dan juga informasi di Indonesia, hadirnya media online jelas memberikan perubahan dalam konsumtif informasi dimana yang mulanya para masyarakat masih menjadikan media cetak sebagai pilihan utama dalam mendapatkan informasi namun dengan hadirnya media online semuanya mengalami pergeseran.

Kemunculan media online di Indonesia dipelopori dengan munculnya Republika Online yang dirilis pada tanggal 17 Agustus 1995, dan tidak lama setelah itu tepatnya pada Juli 1998 muncul media Detik.com media yang dipelopori oleh Budiono Darsono tersebut menjadi salah satu pelopor lahirnya media online di Indonesia (Santi, 2020).

Dengan munculnya media online tersebut memberikan berbagai dampak di tengah tengah masyarakat, walaupun pada awal kemunculannya media cetak masih menjadi pilihan utama dan media online masih menjadi pilihan alternatif dikarenakan masih belum masifnya perkembangan teknologi di Indonesia, dan masih belum mudahnya akses internet juga menjadi alasan media online masih belum menjadi pilihan utama saat itu.

Namun dengan perkembangan internet dan juga teknologi maka media online semakin bertransformasi dan berhasil menggeser media cetak yang menjadi media arus utama informasi, media online juga seakan memberikan perubahan dalam konteks penerimaan informasi bagi masyarakat. Yang dimana Informasi sendiri juga dapat diartikan sebagai unsur pokok yang secara implisit melekat dalam konsep pembangunan yang terencana (Sembiring, 2024).

Dan juga, distribusi informasi menjadi sangat efisien dengan perkembangan internet saat ini, hal itu dibuktikan dengan semakin menjamurnya informasi yang ditawarkan di berbagai platform di ruang digital, ada banyak pilihan yang ditawarkan kepada masyarakat guna mengakses informasi tentang apapun itu dewasa ini, percepatan teknologi juga menghadirkan sebuah kecepatan informasi yang bisa diterima masyarakat dalam hitungan detik saja.

Sebuah kemudahan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam menambah informasi, dengan kemudahan tersebut media sosial ataupun media massa bisa menyajikan informasi dengan kondisi terkini hanya dalam hitungan detik saja, hal itu menjadi sebuah keuntungan

bagi masyarakat dewasa ini dengan kecepatan distribusi informasi maka masyarakat akan semakin mudah mendapatkan informasi.

Namun, dibalik segala kemudahan dan juga keuntungan tersebut, ada faktor juga yang menghantui ruang digital tersebut dimana tidak bisa dipungkiri bahwa, Media massa memiliki dua fungsi yang berlawanan, seperti dua sisi mata pisau. Disatu sisi, media dapat memberikan dampak yang positif jika dimanfaatkan dengan baik, tetapi di sisi lain, dapat menimbulkan dampak negatif jika informasi yang disebarluaskan hoaks (Junawan & Laugu, 2020). Lebih lanjut, Hoax dapat diartikan pula sebagai informasi palsu atau bohong yang disebarluaskan dengan tujuan untuk menyesatkan dan memanipulasi pemirsa. Informasi ini biasanya dibuat untuk menciptakan ketidakpastian, menimbulkan kepanikan, atau mempengaruhi opini publik. Menurut para ahli di Indonesia, hoax sering kali muncul dalam bentuk berita palsu, gambar manipulatif, atau pesan yang tidak dapat dipercaya.

Tidak hanya itu, bahkan dalam perspektif islam sendiri hoax juga menjadi satu perilaku yang tidak terpuji, dalam al quran sendiri kebohongan termaktub dalam beberapa ayat diistilahkan dengan ifkun atau buhtan yang secara harfiah kedua-duanya berarti kebohongan. Inilah yang dalam bahasa Indonesia kita kenal dengan istilah fitnah (Aksin & Baedowi, 2020).

Senada dengan itu, Konten hoax kerap muncul dan dapat memicu berbagai konflik karena kebenarannya diragukan. Hal ini sering dianggap merugikan Individu, Institusi atau kelompok yang yang terkait dengan penyebaran hoaks oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab (Dyaloka, 2019).

Lebih lanjut, hoax juga semakin menjamur dengan menunggangi beberapa isu yang sensitif dan juga menarik atensi publik, salah satu contohnya adalah hoax dalam isu politik, politik menjadi salah satu topik yang sering sekali ditunggangi oleh berita bohong dan ditambah lagi juga dengan musim musim mendekati kontestasi demokrasi seperti Pemilihan umum (Pemilu), dan bertepatan dengan itu pada tahun 2024 nantinya Indonesia akan menyelenggarakan pesta demokrasi dan bisa dilihat bersama bagaimana media online menjadi panggung yang paling banyak menjadi sasaran para elite politik untuk membangun citra dan juga menciptakan persepsi untuk publik.

Disisi lain, Media online telah menjadi panggung utama dalam perhelatan politik, khususnya dalam konteks Pemilu di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya mencakup laporan berita faktual, tetapi juga melibatkan proses framing yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat, isu-isu politik, dan dinamika Pemilu secara keseluruhan.

Framing politik melalui media online mencakup pemilihan sudut pandang, penekanan pada aspek-aspek tertentu, serta penggunaan bahasa dan gambar tertentu untuk membentuk interpretasi kenyataan politik. Proses framing ini bisa berdampak signifikan pada cara masyarakat memahami dan menilai informasi politik. Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) yang dibingkai oleh media (Sovianti, 2019).

Pada konteks menuju pemilu ini, penulis memfokuskan pemberitaan pemilu pada media online detik.com terkhusus pada bulan Februari, dimana bulan tersebut menjadi sangat krusial dengan akhir masa kampanye pelaksanaan debat terakhir hingga pelaksanaan pemilu.

Sementara itu, detik.com sendiri memiliki konsep pemberitaan soal politik dan terlebih lagi dalam menuju pemilu 2024 ini laman website detik.com juga menawarkan kanal pemilu 2024, yang dimana kanal tersebut berfokus pada pemberitaan dan penyebaran informasi pada kontestasi demokrasi tersebut.

Tidak hanya itu, pemberitaan media jelas berbeda satu sama lain terkhusus pada konsensus pemilu 2024, ada berbagai faktor yang melandasi hal tersebut terkhusus detik misalnya yang juga memiliki kiblat dan ideologinya sendiri sebagai media dalam proses pemberitaan, dan juga penyampain informasi tentang pemilu 2024 ini, dimana media memiliki sudut pandang dan persepsinya sendiri terhadap pemilu 2024 ini.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas analisis framing dalam pemberitaan pemilu, tetapi masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diperjelas:

1. Fokus Waktu dan Media: Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada analisis framing pemilu di media cetak atau televisi, sementara analisis yang secara khusus membahas media online seperti Detik.com masih terbatas.
2. Konteks Pemilu 2024: Kajian terdahulu banyak membahas framing pemilu di tahun-tahun sebelumnya, namun karakteristik pemberitaan dalam Pemilu 2024 yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan pola konsumsi berita yang berubah belum banyak diteliti.
3. Pendekatan Analisis Framing: Banyak studi yang menggunakan model analisis framing dari Goffman atau Gansson & Modigliani, tetapi penelitian ini secara spesifik menerapkan pendekatan Robert M. Entman yang menekankan pada empat elemen utama: *problem definition*, *causal interpretation*, *moral evaluation*, dan *treatment recommendation*. Studi yang menyoroti penerapan metode ini dalam konteks media online di Indonesia masih sangat terbatas.
4. Peran Bias Media: Walaupun banyak penelitian yang membahas keberpihakan media dalam pemilu, penelitian yang secara spesifik menganalisis sejauh mana media seperti Detik.com memberikan ruang yang seimbang bagi masing-masing kandidat dalam pemberitaan masih minim.

Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing pemberitaan Pemilu 2024 oleh Detik.com dengan menggunakan pendekatan analisis framing Entman. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana media online mempengaruhi persepsi publik dalam konteks politik elektoral di Indonesia.

Media Online

Secara pengertian media online atau yang juga sering dikenal dengan sebutan media daring adalah penggunaan perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet. Secara teknis, media online merupakan platform yang memanfaatkan telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di antara media online adalah portal, website (situs web termasuk blog dan media sosial seperti twitter dan facebook), TV online, radio online, dan email

Lebih lanjut, media telah menjadi elemen penting dalam interaksi antarmanusia. Perkembangan semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan informasi. Kehadiran media online yang semakin hari menunjukkan kemampuan dalam mengurangi hambatan ruang dan waktu, memberikan pengaruh signifikan terhadap media cetak dan media elektronik seperti radio dan televisi yang hadir lebih dulu (Kartini et al., 2022).

Dengan demikian secara umum media online juga bisa diartikan sebagai segala jenis atau bentuk format media yang hanya bisa diakses lewat internet, format media tersebut berupa teks, foto beserta video dan audio.

Framing

Menurut pengertiannya framing berupa penyajian yang menggunakan pendekatan konstruktivis dengan tujuan untuk mengoreksi sudut pandang berita. Fokus utamanya terletak pada upaya mengonseptualisasi kekuatan berita dan mengoperasionalkan secara empiris melalui struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Sandi et al., 2022)

Kemudian, Framing juga dapat diartikan sebagai upaya membingkai suatu peristiwa, atau dengan kata lain, framing digunakan untuk memahami sudut pandang yang diambil oleh jurnalis atau media massa dalam memilih isu dan menyajikan berita.

Disisi lain, Framing adalah cara menyajikan realitas di mana kebenaran suatu peristiwa tidak dilingkari sepenuhnya, tetapi diubah secara halus dengan memberikan penekanan pada aspek tertentu. fokus pada aspek tertentu dari masalah penulisan fakta (Haqqu & Paramita, 2024).

Media Massa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Media massa adalah sarana dan saluran resmi yang berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan berita dan pesan kepada masyarakat secara luas melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet. Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini, menyampaikan berita, dan mempengaruhi persepsi publik terhadap berbagai isu yang terjadi di masyarakat. Dan juga, Media massa berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, menjadikannya lebih mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi (Ibrahim & Samsiah, 2022).

METODE

Pada Penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif menggunakan data tertulis dalam bentuk hasil tertulis atau lisan, dan studi kasus adalah jenis penelitian yang berfokus pada individu, kelompok, dan sebagainya. Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk mengeksplorasi (Hisan & Zuhriah, 2023).

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan meliputi sintesis data yang telah diperoleh dan menganalisisnya dalam bentuk laporan penelitian. Dalam analisis penelitian kualitatif, peneliti menggunakan analisis deskriptif yang berfokus pada pengumpulan dan pengolahan data dengan (memilih sejumlah artikel di kanal Pemilu 2024 pada media Detik.com), kemudian Penulis menggunakan teknik pengumpulan data penelitian dokumenter yang mana penulis berperan sebagai instrumen sekaligus pengumpul data.

Lebih lanjut, dalam proses analisis framing pada pemberitaan pemilihan presiden di pemilu 2024, penulis menggunakan pendekatan analisis framing yang dikemukakan oleh Robert M. Entman, yang dimana di dalam metode analisis ini terdapat yang di dalamnya terdapat empat elemen yakni, pendefinisian masalah, memperkirakan penyebab masalah, membuat keputusan moral, dan menekankan penyelesaian (Santi, 2020).

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi informasi terkait politik pemilu 2024 dari rubrik Pemilu 2024 di Detik.com. Sumber referensi penelitian berupa buku referensi, artikel ilmiah pada jurnal ilmiah terbitan yang berisi konsep penelitian dan bahan referensi lainnya pada website yang dapat diakses melalui Internet. Setelah data terkumpul melalui teknik pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah menganalisis data dan menarik kesimpulan deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian yang dilakukan secara mendalam dengan menganalisis pemberitaan seputar pemilihan presiden pada bulan Februari 2024, yang mencakup dua peristiwa besar dalam proses pemilu, yakni pelaksanaan debat terakhir calon presiden (capres) dan penyelenggaraan pemilu itu sendiri. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana detik.com membingkai pemberitaan terkait kompetisi politik antar capres yang semakin memanas, menjelang pemilihan presiden yang akan dilaksanakan pada akhir Februari 2024.

Pada bulan ini, setelah debat terakhir capres-cawapres, ketegangan politik semakin memuncak, dengan berbagai dinamika kampanye yang sangat berpengaruh pada pilihan pemilih. Berita yang dipublikasikan oleh detik.com akan menyoroti sejumlah isu penting seperti penilaian terhadap performa debat, reaksi publik terhadap kandidat, serta isu-isu kritis yang mendominasi percakapan publik, baik terkait kebijakan politik maupun strategi kampanye (Hakim & Suryawati, 2023).

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana detik.com mengolah dan menyajikan berita seputar debat capres terakhir dan bagaimana mereka membingkai persaingan politik antar calon yang semakin intens menjelang pemilu. Melalui pendekatan analisis framing Robert N. Entman, penelitian ini akan menggali bagaimana media tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kompetisi politik di Indonesia pada masa kampanye dan hari-hari terakhir menjelang pemilu yang berfokus pada momentum debat, kampanye akbar serta setelah proses pemilihan.

Dari hasil pencarian berikut sampel pemberitaan pada media detik.com

No	Tanggal Berita	Judul Berita
1	4 Februari 2024	Anies Akan Percepat Sertifikasi Guru, Angkat PPPK Guru, Beasiswa Anak Guru-Dosen
2	4 Februari 2024	Ganjar: Kawan-kawan Buruh Minta Segera Review UU Cipta Kerja
3	4 Februari 2024	Ganjar: Pendidikan dan Kebudayaan Mesti Dibangun Bersama-sama
4	4 Februari 2024	Prabowo Janji Bangun 300 Fakultas Kedokteran untuk Atasi Kekurangan Dokter
5	4 Februari 2024	Prabowo Janji Mau Bangun 3 Juta Rumah untuk Rakyat di Desa, Kota, dan Pesisir
6	4 Februari 2024	Strategi Anies Agar RI Tak Tertinggal Kemajuan Telekomunikasi-Teknologi Informasi
7	9 Februari 2024	Survei Poltracking: Prabowo-Gibran 50,9%, AMIN 25,1%, Ganjar-Mahfud 18,4%.
8	10 Februari 2024	3 Janji Ganjar-Mahfud Jika Terpilih Pimpin RI
9	10 Februari 2024	Anies di Kampanye Akbar: Mengembalikan Etika Jadi Prioritas Penting
10	10 Februari 2024	Doa Prabowo di Kampanye Akbar: Beri Pekerjaan hingga Rumah Bagi yang Kesulitan
11	10 Februari 2024	Ganjar Minta Pendukung Jaga TPS: Suara Rakyat Adalah Suara Tuhan
12	10 Februari 2024	Prabowo: Yang Gak Setuju Makan Siang Gratis, Tidak Usah Gabung Kabinet
13	11 Februari 2024	Anies Singgung yang Suka Joget hingga Bansos Dipolitisasi
14	15 Februari 2024	Pesan Prabowo-Gibran Agar Pendukung Tak Euforia Meski Unggul Quick Count
15	15 Februari 2024	Real Count KPU 29,07%: Anies 24,02%, Prabowo 56,27%, Ganjar 19,71%
16	21 Februari 2024	Kompaknya Ganjar dan Anies soal Usulan Hak Angket Dugaan Kecurangan Pemilu
17	23 Februari 2024	Program Makan Siang & Susu Gratis Prabowo-Gibran Disebut Masuk APBN 2025
18	25 Februari 2024	Survei LSI: 38,1% Pemilih AMIN Setuju Pemilu Diwarnai Kecurangan

Media online Detik.com sebagai salah satu media arus utama dan juga salah satu media online yang paling sering dikunjungi masyarakat dalam mencari informasi, dalam momentum pemilu sendiri mengambil konsen yang sangat jelas, dibuktikan dengan adanya kanal detik pemilu pada masa masa pemilu 2024, kanal ini membantu masyarakat yang ingin mengakses informasi seputar pemilu 2024, dimulai dari sebelum pemilihan hingga setelah prosesi pemilihan, serta tidak luput informasi seputar jadwal jadwal penting proses pemilu 2024 (Amal et al., 2024).

Percepatan penyebaran informasi yang diberikan oleh detik.com juga menjadi salah satu sorotan dan menjadi daya tarik lebih bagi para pembaca, seperti namanya segala informasi dan kejadian seputar pelaksanaan pemilu dapat diakses hanya dalam hitungan detik saja.

Sementara itu, jika ditilik lebih jauh lagi media online juga menjadi salah satu wadah yang paling berpengaruh dalam proses penggiringan opini publik dan juga pembentuk perspektif publik terhadap satu isu yang sedang ramai termasuk soal pemilu 2024 ini, dan juga media merupakan sebuah alat penyampaian aspirasi dan juga kritik sosial yang bisa dipergunakan oleh masyarakat, sehingga bisa kita simpulkan bahwa peran media memiliki kedudukan yang cukup penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara (Apriliyanti et al., 2020).

Peran media online, khususnya detik.com, tidak hanya sebatas memberikan informasi secara cepat, tetapi juga menjadi alat strategis dalam membangun kesadaran kolektif masyarakat. Dalam konteks pemilu 2024, media memainkan peran penting sebagai jembatan antara para kandidat, partai politik, dan masyarakat luas, menghadirkan ruang diskusi yang dapat memengaruhi pilihan dan keputusan pemilih. Selain itu, media juga menjadi alat kontrol sosial yang mampu menyoroti isu-isu krusial, mengkritisi kebijakan yang kurang relevan, serta memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengekspresikan pandangan mereka secara bebas.

Dengan pengaruhnya yang besar, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mampu membentuk opini publik secara signifikan. Oleh karena itu, penting bagi media untuk tetap mengedepankan prinsip objektivitas dan akurasi, sehingga informasi yang disampaikan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan mendukung proses demokrasi yang sehat. Dalam hal ini, detik.com menjadi contoh bagaimana sebuah media dapat berkontribusi dalam menciptakan ekosistem informasi yang cepat, relevan, dan kredibel.

Pembahasan

Adapun pembahasan dari penelitian yang diperoleh dengan menelisik analisis Framing Model Robert M Entman sebagai berikut:

Definisi Masalah Pemberitaan

Dalam perspektif pemahaman dan penyampaian makna yang ingin disampaikan oleh para jurnalis Detik.com terlihat dari hasil berita yang dimuat pada berita pemilu 2024, sebagai contoh pada berita (1,2,3,4,5,6) terlihat menghadirkan pernyataan langsung oleh para calon pemimpin sebagai subjek utama dalam isi pemberitaan, terkhusus pada isu-isu yang strategis seperti persoalan kesejahteraan sosial, pendidikan hingga teknologi sehingga menjadikan berita memenuhi standar kode etik jurnalistik.

Sementara itu, dalam pendekatan pendefinisian masalah bisa ditinjau bersama bahwa narasi berita tersebut mencakup pernyataan para calon presiden di ruang publik terkhusus saat pelaksanaan debat terakhir seperti, janji kampanye Anies untuk mensejahterakan guru honorer dan PPPK, penyerapan aspirasi ganjar dari kalangan buruh yang disampaikan dalam bentuk pertanyaan di debat agar RUU Cipta Kerja ditinjau kembali, serta yang terakhir narasi pendefinisian masalah tekad Prabowo dalam menghapuskan kesenjangan sosial dengan berjanji membangun tiga juta rumah untuk rakyat di desa dan pesisir.

Tidak hanya itu, pada berita (11,12,13) bisa dilihat bagaimana narasi yang disampaikan oleh para jurnalis detik.com dalam proses pelaksanaan kampanye akbar ketiga calon presiden, kredibilitas berita menjadi satu aspek yang sangat penting sehingga narasumber utama ketiga calon presiden menjadi headline utama pada ketiga berita tersebut, dan juga ketiga berita tersebut memperlihatkan bagaimana ketiga calon menghadapi hari-hari menuju pemilihan.

Diagnosa Masalah Pemberitaan

Mendiagnosis atau mengidentifikasi penyebab suatu masalah adalah aspek yang sangat penting dalam membongkar peristiwa atau isu dalam dunia jurnalistik. Proses pembongkaran ini

bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiens mengenai akar permasalahan yang sedang dibahas. Namun, pada media detik. com, fenomena ini tidak selalu tercermin dengan jelas. Sebagian besar berita yang dipublikasikan di detik. com disajikan dalam bentuk berita langsung atau straight news, yang lebih menekankan pada pelaporan fakta secara objektif dan kronologis, tanpa memberikan ruang yang memadai untuk mendalami penyebab masalah atau isu yang dibahas.

Dalam bentuk pemberitaan ini, fokus utamanya adalah untuk menyampaikan peristiwa dengan jelas dan tepat waktu. Namun, seringkali tidak ada analisis atau penjelasan mendalam mengenai latar belakang dan penyebab di balik kejadian tersebut. Akibatnya, terdapat ketidakjelasan dalam penyajian penyebab masalah, padahal ini seharusnya menjadi salah satu komponen penting dalam pembedaan berita.

Fenomena serupa juga dapat ditemukan di media lain, seperti Jawapos. com dan Kompas. com, yang cenderung mengutamakan penyampaian fakta secara langsung tanpa mengeksplorasi atau menjelaskan penyebab isu secara eksplisit. Dalam berita-berita mereka, penyebab dari masalah yang diangkat tidak selalu disoroti secara mendalam atau dijelaskan dengan detail, meskipun isu yang dibahas dapat memiliki dampak yang luas dan signifikan bagi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model pemberitaan straight news, fokus lebih banyak diberikan pada kejadian itu sendiri, daripada mencari dan mengungkapkan faktor-faktor yang memicu atau menjadi akar permasalahan.

Penilaian Moral

Aspek penilaian moral tersebut menjadi salah satu pilar dalam analisis metode ini dikarenakan memiliki fungsi ada pengaruhnya terhadap interpretasi publik. Media tidak hanya melaporkan apa yang terjadi, tetapi juga sering mengarahkan audiens untuk menilai peristiwa berdasarkan standar moral tertentu. Entman menekankan bahwa dalam setiap berita, ada keputusan tentang bagaimana suatu isu disajikan, apakah itu ditekankan sebagai positif atau negatif, benar atau salah, adil atau tidak adil (Al Madinah & Wijayanti, 2024).

Pada sampel berita yang sudah dijabarkan tersebut bisa kita telisik bersama pada berita (13,14) pada konteks tersebut media detik.com memberikan sorotan pada pernyataan Anies Baswedan yang memberikan penilaian negatif terhadap gaya kampanye yang mengedepankan sensasi seperti joget dan sejenisnya, sementara itu pada berita yang lain terlihat adanya penilaian moral positif terhadap citra Gibran yang memberikan pesan pada para pendukungnya pada saat pidato kemenangan, pernyataan Gibran yang dituliskan memberi pesan agar para pendukung tidak larut dalam euforia mengimplementasikan citra positif.

Rekomendasi Penyelesain

Pada tahapan ini fokus yang menjadi sorotan adalah bagaimana penyampain jurnalis terhadap suatu penyelesaian isu, atau juga bagaimana bingkai pemberitaan menangkap persoalan isu yang dimuat dan ditayangkan oleh suatu media, begitu juga halnya dengan detik.com sendiri jika kita mengacu pada beberapa pemberitaan diatas seperti (2,4,16) pada berita tersebut bisa dilihat bahwa penyelesaian masalah dalam topik atau isu pemberitaan tersebut disampaikan secara tersirat dan tidak secara eksplisit seluruhnya, sementara itu juga di beberapa pemberitaan yang lain juga seperti pada berita (17,18) rekomendasi penyelesaian terlihat secara eksplisit dengan adanya pernyataan dari narasumber yang sejalan dengan judul pemberitaan tersebut, hal itu memudahkan dalam proses penyeleksian jenis berita yang berkembang ditengah tengah masyarakat.

Lebih lanjut, jika kita mengacu lebih dalam analisis dengan menggunakan empat komponen analisis framing yang dicetuskan oleh Robert M. Entman seperti yang sudah dijabarkan diatas maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh media detik.com terkhusus pada pemberitaan pemilihan presiden 2024 ini, berfokus pada pembuatan pernyataan yang disampaikan oleh para masing masing kandidat calon presiden dan wakil presiden, hal itu juga senada dengan

menimbulkan pembentukan citra yang hadir di tengah tengah publik, seperti di beberapa media timbulnya moral positif serta sentimen yang dilakukan oleh masing masing calon untuk kompetitoranya (Kurniawan et al., 2024).

Tidak hanya itu, dikarenakan fokus pemberitaan yang dipublikasikan berbentuk berita langsung atau straight news maka, terdapat beberapa sorotan seperti berita yang hanya meringkaskan peristiwa secara umum dan tidak terlalu mendalam, terkhusus pada beberapa topik seperti kesejahteraan sosial dan pendidikan berita hanya bersifat deskriptif pendapat suatu calon saja, tidak adanya latar belakang persoalan dan juga diagnosa masalah, dengan landasan tersebut maka dapat menimbulkan multi tafsir ditengah tengah masyarakat terkhusus pada isu isu tersebut yang dirasakan dan bersinggungan langsung oleh masyarakat.

Lebih lanjut, berita-berita yang dimuat oleh Detik.com terkait Pemilu 2024 menunjukkan upaya jurnalis dalam menghadirkan pemberitaan yang mematuhi standar kode etik jurnalistik. Hal ini terlihat dari penyajian pernyataan langsung para calon pemimpin sebagai subjek utama, terutama terkait isu-isu strategis seperti kesejahteraan sosial, pendidikan, dan teknologi. Pendekatan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai visi dan komitmen masing-masing kandidat kepada publik (Ikhwan, 2023).

Dalam pendefinisian masalah, pemberitaan Detik.com menyoroti pernyataan para calon presiden selama debat terakhir. Misalnya, janji Anies Baswedan untuk meningkatkan kesejahteraan guru honorer dan PPPK, komitmen Ganjar Pranowo untuk meninjau kembali RUU Cipta Kerja demi kepentingan buruh, serta tekad Prabowo Subianto dalam menghapus kesenjangan sosial dengan membangun tiga juta rumah di desa dan pesisir. Hal ini menunjukkan fokus pemberitaan pada substansi program kerja yang diusung para kandidat (Utama et al., 2023).

Sementara itu, Media seperti Detik.com cenderung menggunakan format pemberitaan straight news yang menitikberatkan pada penyampaian fakta secara objektif dan kronologis. Meskipun efektif untuk memberikan informasi yang cepat dan akurat, pendekatan ini seringkali kurang mendalami latar belakang atau penyebab suatu masalah. Akibatnya, audiens mungkin tidak memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai akar permasalahan yang dibahas.

Fenomena serupa juga terlihat di media lain seperti Jawapos.com dan Kompas.com, yang lebih memprioritaskan pelaporan langsung daripada analisis mendalam. Model pemberitaan ini berfokus pada kejadian itu sendiri tanpa mengeksplorasi faktor-faktor pemicu atau implikasi yang lebih luas.

Disisi lain, Aspek penilaian moral dalam pemberitaan memainkan peran penting dalam membentuk interpretasi publik terhadap suatu isu. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga secara halus mengarahkan audiens untuk menilai peristiwa berdasarkan standar moral tertentu, baik positif maupun negatif.

Dalam pemberitaan Detik.com, hal ini terlihat pada sorotan terhadap pernyataan Anies Baswedan yang mengkritik gaya kampanye sensasional seperti berjoget, yang disajikan dengan penilaian moral negatif. Sebaliknya, citra positif ditampilkan melalui pemberitaan tentang Gibran, yang dalam pidato kemenangannya memberikan pesan kepada pendukungnya untuk tidak larut dalam euforia, memperkuat kesan moral yang baik.

Terakhir, Penyajian penyelesaian isu dalam pemberitaan Detik.com bervariasi, tergantung pada konteks dan kebutuhan informasi yang disampaikan. Beberapa berita, seperti yang disebutkan pada contoh (2, 4, 16), menampilkan solusi atau penyelesaian masalah secara tersirat tanpa penjelasan eksplisit. Pendekatan ini memberikan ruang interpretasi bagi audiens untuk menganalisis isu yang dibahas.

Sebaliknya, dalam berita lain seperti (17, 18), penyelesaian masalah disajikan secara eksplisit melalui pernyataan narasumber yang mendukung judul berita. Pendekatan ini memudahkan audiens dalam memahami pesan utama dan rekomendasi yang diusulkan, sehingga lebih efektif dalam menyampaikan arah pemberitaan.

Sehingga, Detik.com menggabungkan pendekatan tersirat dan eksplisit dalam pemberitaannya, memberikan fleksibilitas dalam menyoroti solusi masalah sesuai kebutuhan topik

yang diangkat. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam kajian framing media online dengan beberapa poin utama:

1. Fokus pada Periode Kritis: Tidak banyak penelitian yang secara khusus membahas bagaimana media membingkai pemberitaan pada bulan Februari, yang merupakan periode krusial menjelang hari pemungutan suara.
2. Analisis terhadap Media Online Indonesia: Sebagian besar penelitian framing masih berfokus pada media cetak atau televisi, sementara penelitian ini menyoroti bagaimana Detik.com sebagai media daring membentuk narasi politik.
3. Pendekatan dengan Model Entman: Dengan menggunakan empat elemen utama analisis framing dari Entman, penelitian ini lebih komprehensif dalam memahami bagaimana media online menyusun dan menyampaikan berita politik.
4. Implikasi terhadap Persepsi Publik: Penelitian ini menunjukkan bahwa framing berita dalam media daring tidak hanya mempengaruhi preferensi politik tetapi juga dapat menentukan bagaimana suatu isu dipahami oleh masyarakat secara luas.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media online dalam membentuk persepsi pemilih, sekaligus menyoroti pentingnya keberimbangan dalam pemberitaan politik untuk mendukung demokrasi yang sehat di Indonesia.

PENUTUP

Sebagai penutup, dapat disimpulkan bahwa media, khususnya detik.com, memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik, termasuk dalam konteks pemilu 2024. Penyebaran informasi yang cepat, tepat, dan relevan menjadi salah satu kekuatan utama media dalam mendukung demokrasi, memastikan transparansi, dan memberi ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses politik. Namun, penting untuk diingat bahwa media harus bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi dengan objektivitas dan menghindari manipulasi yang dapat merugikan proses demokrasi. Oleh karena itu, peran media sebagai agen pembentuk perspektif publik perlu dijaga dan dikawal agar tetap memberikan kontribusi positif bagi kemajuan bangsa dan negara, serta terciptanya pemilu yang adil dan transparan.

Lebih lanjut, meskipun media memiliki potensi besar untuk memengaruhi proses politik, penting bagi seluruh pemangku kepentingan—termasuk pemerintah, masyarakat, dan lembaga pengawas media—untuk bekerja sama dalam memastikan keberlanjutan peran positif media dalam demokrasi. Pengawasan terhadap kualitas pemberitaan dan upaya untuk menjaga kebebasan pers merupakan langkah penting dalam menjaga agar media tetap dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang objektif dan akurat. Dengan demikian, keberadaan media yang independen dan bertanggung jawab akan memberikan dampak yang signifikan dalam mendorong kualitas demokrasi di Indonesia, terutama dalam pemilu 2024, yang akan menentukan arah masa depan bangsa. Semua pihak harus menyadari bahwa media bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pilar penting dalam menciptakan masyarakat yang cerdas, kritis, dan berdaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2013). Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam). *Jurnal Pekommas*, 16(3), 177–186. <https://doi.org/10.30818/JPKM.2013.1160305>
- Aksin, N., & Baedowi, S. (2020). Berita Bohong (Hoax) Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Informatika Upgris*, 6(1). <https://doi.org/10.26877/jiu.v6i1.6792>
- Al Madinah, S., & Wijayanti, Q. (2024). Analisis Framing Pemberitaan Calon Presiden 2024 dimasa Menuju Kampanye dalam Pemilu 2024 pada Media Jawapos.com dan Kompas.com Periode Bulan Oktober. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1), 12–20. <https://doi.org/10.62281/V2I1.33>

- Amal, I., Hayati, L. S., Kurniawati, N. K., & Gumelar, R. G. (2024). Analisis Framing : Berita Pasca Debat Pertama Calon Presiden 2024 pada Situs Media Online. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 144–155. <https://doi.org/10.35760/mkm.2024.v8i1.10411>
- Apriliyanti, F., Uljanatunnisa, U., & Azwar, A. (2020). Pengaruh Terpaan Kanal Detikpemilu Detik.com terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 146–156. <https://doi.org/10.15408/jsj.v2i2.17643>
- Dyaloka, P. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial terhadap Fenomena Hoax; di Kalangan Remaja Milenial (Studi di SMAN 1, Kecamatan Pleret, Bantul, Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.37631/psk.v1i1.35>
- Gani, A. G. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(2).
- Hakim, L., & Suryawati, I. (2023). News Framing Pro Contra Nasdem Capres Related to Anies Baswedan as a Presidential Candidate on Medcom.id and Detik.com. *PROPAGANDA*, 3(2), 74–82. <https://doi.org/10.37010/prop.v3i2.1234>
- Haquq, R., & Paramita, D. A. A. G. (2024). Framing Elektabilitas Calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2024 pada Kompas.com. *Network Media*, 7(2), 216–231. <https://doi.org/10.46576/jnm.v7i2.4657>
- Hisan, K., & Zuhriah, Z. (2023). Analisis Penggunaan Bahasa Jurnalistik pada Majalah Edisi 59 LPM Dinamika Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 635–643. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.264>
- Hutabarat, A. D., & Siregar, Z. (2024). Analisis Framing Berita Calon Presiden RI 2024 di Media Detik.com dan CNN Indonesia.com. *Judika: Jurnal Diseminasi Kajian Ilmu Komunikasi*, 2(1), 17–22.
- Ibrahim, I., & Samsiah, S. (2022). Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat di Desa Moibaken (Studi Fungsi dan Media Massa di Masyarakat Desa Moibaken). *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 38–49. <https://www.iyb.ac.id/jurnal/index.php/copisusu/article/view/226>
- Ikhwan, M. (2023). Politics Entertainment di Media Online: Analisis Pemberitaan Bakal Calon Presiden Pemilu 2024 di Detik. com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 151–172.
- Irwansyah, E. (2014). *Pengantar Teknologi Informasi*. Penerbit Deepublish.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kartini, K., Hasibuan, R. M. B., Sinaga, N. S., & Rahmadina, A. (2022). Metode Analisis Framing dalam Media Sosial. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 141–145.
- Kurniawan, S. F., Sujoko, A., & Wulandari, M. P. (2024). Relasi Media dan Politik (Analisis Framing pada Media yang Berafiliasi Politik terhadap Calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilu 2024). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(6).
- Kustiawan, W., Ja'far, J., Siregar, A. A., Purba, A. M., & Muhammad, M. (2022). Manajemen Media Online. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(2), 13–17. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i2.169>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(1), 1–13. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38118>
- Ratna, L. G. P. (2012). *Media Online Sebagai Pemenuh Kepuasan Informasi (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Mengenai Kepuasan Informasi bagi Kaum Wanita pada Media Online wolipop.com)*. Universitas Atma Jaya.
- Sandi, M. R., Herawati, M., & Adiprasetyo, J. (2022). Framing Media Online Detik.com terhadap Pemberitaan Korban Pengeroyokan oleh Bobotoh. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(2), 145. <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i2.28886>

- Santi, E. T. (2020). Representasi Citra Politisi Perempuan di Parlemen (Analisis Framing dalam Pemberitaan Voa Indonesia.com dan Mediaindonesia.com). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 22–32.
<https://doi.org/10.33592/dk.v7i2.357>
- Sembiring, D. A. A. (2024). *Analisis Framing Pemberitaan Politik tentang Debat Pertama Capres pada Pemilu 2024 dalam Berita Online Metrotvnews dan Detik.com*. Universitas Nasional.
- Sovianti, R. (2019). Analisis Framing: Pemberitaan Penangkapan Kasus Korupsi E-KTP Setya Novanto di Media Daring Detik.com dan Kompas.com. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 1(1). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v1i1.3258>
- Utama, P. A., Nugroho, A., & Hasfi, N. (2023). Sikap Detik.com terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Menjelang Pilpres 2024. *Interaksi Online*, 12(1), 420–437.
<https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>