

**ANALISIS FRAMING ROBERT N.ENTMAN PADA PEMBERITAAN KAMPANYE
#2019GANTIPRESIDEN DI KOMPAS.COM**

***ROBERT N. ENTMAN'S FRAMING ANALYSIS ON NEWS #2109GANTIPRESIDEN
CAMPAIGN AT KOMPAS.COM***

1 2
Oktafira Damayanti , Ruth Mei Ulina Malau, S.I.Kom., M.I.Kom
Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University
 1 2
oktafiradamayanti96@gmail.com ,ruthmeimalau@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul : Analisis Framing Robert N. Entman Pada Pemberitaan Kampanye #2019GantiPresiden di Kompas.com. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana Kompas.com mengkonstruksi realitas yang ada pada pemberitaan mengenai kampanye #2019GantiPresiden . Penelitian ini menggunakan analisis *framing* Robert N.Entman dengan metode penelitian kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Objek penelitian ini adalah berita-berita mengenai kampanye #2019GantiPresiden. Unit analisis data pada penelitian ini adalah teks berita mengenai kampanye #2019GantiPresiden pada Kompas.com melalui keenam berita yang dipilih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com memiliki sudut pandang yang cenderung netral dan objektif terhadap kampanye #2019GantiPresiden. Nilai berita yang terkandung dalam pemberitaan kampanye #2019GantiPresiden di Kompas.com menunjukkan bahwa gerakan ini menimbulkan konflik dan perpecahan dikalangan masyarakat yang berbeda pilihan dalam Pemilu 2019.

Kata Kunci: Framing, Robert N. Entman, #2019GantiPresiden, Kompas.com

Abstract

This research titled: Robert N. Entman's Framing Analysis on News Campaign #2019GantiPresiden at Kompas.com. The purpose of this study was to find out how Kompas.com framed the news about campaign #2019GantiPresiden. This study used Robert N. Entman framing analysis with qualitative research methods and constructivism paradigms. The object of this research is the news about campaign #2019GantiPresiden. The unit data analysis in this research is the text of the news about campaign #2019GantiPresiden at Kompas.com through the six selected news. The result of this research indicate that Kompas.com has a perspective that tends to be neutral and objective towards campaign #2019GantiPresiden. The value of the news contained in the # 2019 campaign report on the Presidential Presidency at Kompas.com shows that this movement caused conflicts and divisions among the people of different choices in the 2019 Election.

Keywords: Framing, Robert N.Entman, #2019GantiPresiden, Kompas.com

1. Pendahuluan

Kampanye #2019Ganti Presiden sedang hangat dibicarakan jelang pesta demokrasi yang akan dilaksanakan pada bulan April 2019. Pro dan kontra yang muncul menjadi topik yang patut diperbincangkan karena masyarakat berlomba-lomba memberikan asumsi dan opini mengenai pemimpin yang mengikuti pesta demokrasi pada April 2019. Kampanye tersebut dibentuk oleh sebuah oposisi yang menolak Joko Widodo selaku Presiden Republik Indonesia periode 2014-2019 untuk melanjutkan periode kepemimpinannya di Indonesia.

Dengan adanya kubu pro dan kontra terhadap kampanye #2019GantiPresiden menjadi sebuah fenomena sosial di masyarakat. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus yaitu gerakan-gerakan yang dilakukan kubu pro yang mempunyai slogan #2019GantiPresiden melakukan kampanye di beberapa wilayah di Indonesia.

Kampanye #2019GantiPresiden jelas menargetkan seseorang untuk dijatuhkan yaitu Joko Widodo sebagai Presiden RI periode 2014-2019 untuk tidak menang dalam Pemilu 2019. Para pendukung kampanye #2019GantiPresiden selalu menyangkutpautkan peristiwa-peristiwa negatif yang terjadi di Indonesia adalah salah Joko Widodo. Contohnya yang terjadi pada saat rupiah melemah pada awal bulan September, beberapa artikel di media massa menjatuhkan Joko Widodo karena dianggap tidak dapat menggerakkan laju ekonomi Indonesia.

Harian Kompas situs berita yang dikelola oleh PT Kompas Media Nusantara, situs berita ini menyajikan berita –berita seputar politik, ekonomi, *lifestyle*, otomotif dan masih banyak lagi, selain itu *Harian Kompas* juga memuat berita mengenai peristiwa yang terjadi di nasional, regional, dan internasional. *Harian Kompas* adalah salah satu dari dua surat kabar di Indonesia yang memiliki audit dari *Audit Bureau of Circulations (ABC)*. *Audit Bureau of Circulations (ABC)* sendiri adalah sebuah organisasi dunia yang dibentuk oleh beberapa perusahaan di bidang publikasi koran, agensi iklan, dan periklanan. Organisasi ABC menyediakan informasi yang terverifikasi dan kredibel mengenai belanja iklan media massa dan proses penjualannya. *Harian Kompas* tidak hanya memiliki surat kabar cetak konvensional tetapi juga tersedia dalam bentuk elektronik yang dapat diakses melalui website *kompas.com*. Pada situs berita *Kompas.com* terdapat pemberitaan mengenai kampanye #2019GantiPresiden yang sedang menjadi perbincangan di masyarakat Indonesia.

Dengan kemunculan kampanye #2019GantiPresiden banyak sekali media massa yang memberitakan tentang hal tersebut dan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan kampanye #2019GantiPresiden. Dalam hal ini *Kompas.com* berperan sebagai salah satu media massa yang memberitakan peristiwa-peristiwa yang terkait dengan kampanye #2019GantiPresiden dari berbagai sisi. *Kompas.com* memberitakan peristiwa-peristiwa yang muncul akibat kampanye #2019GantiPresiden agar dapat memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat yang ingin mengetahui perkembangan kampanye tersebut. Oleh karena itu peneliti memilih *Kompas.com* sebagai salah satu media yang kredibel mengenai pemberitaan kampanye #2019GantiPresiden dimana kampanye tersebut menimbulkan pertentangan, dampak yang luas dan juga sangat penting.

2. Dasar Teori

2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah seni penyampaian informasi dalam bentuk pesan, ide, sikap dan gagasan, dari komunikator kepada komunikan. Proses penyampaian informasi dari komunikator ke komunikan memiliki banyak manfaat dalam proses kehidupan individu dan masyarakat luas (Suryanto, 2015:54). Ilmu komunikasi adalah pengetahuan tentang peristiwa komunikasi yang diperoleh melalui suatu penelitian tentang sistem, proses dan pengaruhnya yang dilakukan secara rasional dan sistematis (Berger dan Chaffe, 1987). Pengertian ilmu komunikasi yang dijelaskan Berger dan Chaffe mempunyai 3 pokok pikiran. Pertama, yang menjadi fokus perhatian dalam ilmu komunikasi adalah produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang di kehidupan manusia. Kedua, pokok-pokok pikiran yang ada dalam ilmu komunikasi harus bersifat umum. Ketiga, ilmu komunikasi memiliki tujuan untuk menjelaskan peristiwa-peristiwa sosial yang berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) didefinisikan sebagai suatu tipe komunikasi manusia yang kemunculannya bersamaan dengan mulai digunakannya alat komunikasi yang dapat menyampaikan pesan secara serentak (Wiryanto, 2000:1). Di Indonesia sendiri mempelajari komunikasi massa di perguruan tinggi sekitar tahun 1950-an. Pada dekade sebelum abad ke-20, munculnya alat komunikasi massa diawali dengan adanya alat-alat percetakan yang menghasilkan surat kabar, buku, majalah, dll. Selanjutnya berkembang seiring berjalannya waktu pada awal abad ke-20 muncullah film dan radio digunakan secara luas. Kemudian disusul dengan munculnya televisi dan saat ini kita sudah memasuki era telekomunikasi dengan menggunakan internet yang terhubung pada alat elektronik kita.

2.3 Media Baru

Martin dan Creeber (2009:2) mendefinisikan *new media* sebagai suatu produk yang menjadi perantara teknologi komunikasi dengan komputer digital. Media baru ini memberikan ruang dalam dinamika sosial masyarakat yaitu : telematika, budaya, sosiologi, komunikasi dll. Media baru juga hampir memiliki semua kebutuhan sosial masyarakat mulai dari informasi, radio, TV, media teks dll.

2.4 Jurnalisme Online

Jurnalisme *online* merupakan generasi baru dari jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (radio dan televisi). Menurut Romli (2014: 11-12) jurnalistik *online* dapat juga disebut sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet atau website. Jurnalisme *online* harus memperhatikan keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat untuk mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara untuk membuat kisah tersebut menjadi saling berkaitan dengan arsip-arsip, sumber-sumber dan lainnya melalui hyperlinks (Deuze dalam Santana, 2005: 137).

2.5 Berita

Jutaan peristiwa terjadi setiap harinya di dunia ini, dan semua peristiwa itu berpotensi untuk menjadi suatu berita. Berita adalah proses akhir dan kompleks dari penyortiran peristiwa-peristiwa yang terjadi kedalam suatu tema tertentu dan dalam satu kategori tertentu (Eriyanto, 2012: 119). Berita merupakan refleksi dari nilai-nilai yang dibawa setiap media. Dengan membaca berita-berita yang disajikan setiap media tentunya memiliki cara masing-masing dalam proses penyampaian informasinya sesuai karakteristik media tersebut. Berita adalah suatu informasi yang sudah diproses dan diolah oleh wartawan dan mempunyai keunggulan relatif, kadang dapat bersifat subjektif dan kadang bersifat objektif. Pada dasarnya berita adalah sebuah laporan mengenai fakta dan opini yang menarik atau penting untuk disampaikan kepada publik dan disampaikan tepat waktu (Wibowo, 2006: 39-40).

2.6 Konstruksi Realitas Media

Konstruksi realitas pertama kali disampaikan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1996). Mereka menggambarkan proses sosial melalui sebuah tindakan dan interaksi, dimana setiap individu menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara terus menerus dan subjektif (Bungin, 2008:13). Substansi dari teori konstruksi sosial adalah pada penyampaian informasi yang cepat dan sangat luas sehingga proses konstruksi sosial berlangsung secara cepat dan merata. Jadi berita merupakan konstruksi sosial media bukan realitas sosial yang ada.

2.7 Analisis Framing

Menurut Eriyanto (2002: 3) analisis framing adalah analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (kelompok, individu, peristiwa, dan lainnya) dibingkai oleh media. Pembingkai yang dilakukan oleh media tentunya melalui proses konstruksi. Dalam analisis framing ada dua aspek penting. Pertama, memilih realitas atau fakta. Proses ini hasilnya adalah asumsi dari perspektif wartawan. Dalam memilih fakta selalu terdiri dari dua kemungkinan, bagian mana dari realitas yang ditekankan dan bagian mana yang tidak diberitakan.

2.8 Analisis Framing Robert N. Entman

Entman dalam konsepnya menyatakan bahwa framing digunakan untuk menggambarkan proses menonjolkan dan seleksi aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing yang dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu untuk ditonjolkan, dan mengabaikan isu lainnya. Penonjolan isu yang dilakukan oleh media yaitu dengan cara menempatkan *headline* berita di depan atau di belakang dengan mencolok. Bentuk penonjolan isu juga beragam: melakukan pengulangan informasi yang penting dan dihubungkan dengan budaya yang ada di audiens (Eriyanto, 2002:220).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan analisis framing Robert N. Entman. Penelitian kualitatif merupakan sebuah riset yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam-dalamnya dan melalui pengumpulan data. Penelitian kualitatif dapat disebut juga sebagai penelitian naturalistik, karena situasi yang dialami di lapangan bersifat natural dan apa adanya tanpa diatur tes atau eksperimen. Penelitian kualitatif tidak memfokuskan besarnya populasi dan sampling, tetapi lebih kepada kedalaman atau kualitas data, bukan banyaknya data (Krisyanto, 2006:57).

Dengan penelitian kualitatif ini penulis akan menjelaskan bagaimana pembingkai berita seputar peristiwa kampanye #2019GantiPresiden pada media *online* Kompas.com.

4. Pembahasan

1. Seleksi Isu

Seleksi isu oleh Kompas.com yaitu memberitakan dampak munculnya kampanye #2019GantiPresiden dimana peristiwa yang diangkat cukup bervariasi, seperti adanya penyebaran hoaks yang berkaitan dengan #2019GantiPresiden. Selain itu dampak dari kampanye #2019GantiPresiden juga cukup besar bagi masyarakat. Karena partisipasi masyarakat juga kampanye #2019GantiPresiden tersebar luas. Hal ini menjadi tantangan masyarakat itu sendiri dalam menghargai perbedaan pendapat dan menjaga persatuan serta kesatuan Indonesia.

2. Penonjolan Aspek

Penonjolan aspek dalam Kompas.com terkait dengan kampanye #2019GantiPresiden adalah adanya pemberitaan yang secara terus-menerus menyoroti #2019GantiPresiden dari berbagai sisi. Dalam pemberitaan yang ada di dalam Kompas.com, kampanye #2019GantiPresiden bermacam-macam aksinya dan hal tersebut dapat menjadi penguji kestabilan Pemerintah dan Aparat dalam mengamankan NKRI.

Tabel Peranfakat Analisis Framing Robert N. ENtman

Seleksi Isu	<p>Seleksi isu yang dilakukan oleh Kompas.com dalam setiap pemberitaan yaitu berdasarkan dampak munculnya kampanye #2019GantiPresiden.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam berita pertama mengenai lirik lagu yang digunakan pendukung Prabowo yang dianggap mengkritisi pemerintah. Kompas.com memberitakan bagaimana pendukung Prabowo menyanyikan lagu #2019GantiPresiden sebagai bentuk dukungannya terhadap Prabowo-Sandi. 2. Dalam berita kedua mengenai sebuah informasi yang tidak valid atau hoaks akibat munculnya kampanye #2019GantiPresiden. Kompas.com memberitakan bagaimana hal tersebut dapat mencederai kreatifitas anak bangsa termasuk dikaitkan dengan salah satu lembaga Pendidikan yang ada di Indonesia 3. Dalam berita ketiga mengenai catatan 4 tahun kinerja Jokowi dan tantangan menghadapi kampanye #2019GantiPresiden. Kompas.com memberitakan bahwa adanya kampanye #2019GantiPresiden dapat memunculkan konflik antar masyarakat. Selain itu perbedaan pendapat mengenai politik dapat menjadi tantangan untuk menjaga keamanan dan kedamaian di Indonesia 4. Dalam berita keempat mengenai massa Aksi 211 yang mencopot spanduk bertuliskan “Siap Menangkan Prabowo-Sandi Pilpres 2019”. Kompas.com memberitakan bahwa aksi tersebut dapat menyinggung salah satu pihak, karena Aksi 211 diadakan tidak ada kaitannya dengan Prabowo-Sandi. Dalam hal ini Kompas.com juga menyantumkan antisipasi dari pihak kepolisian dalam mengamankan aksi 211. 5. Dalam berita kelima mengenai capres dan cawapres yang dinilai lebih banyak memunculkan sensasi daripada substansi. Kompas.com memberitakan sesuai dengan pendapat salah satu anggota dari Perludem yang menganggap selama 2,5 bulan berkampanye kedua pasangan calon Presiden tidak memanfaatkan ruang kampanye dengan sebaik-baiknya. 6. Dalam berita keenam mengenai yel-yel yang diteriakkan pendukung dari kedua pasangan calon Presiden pada saat debat pertama Pilpres 2019. Kompas.com memberitakan bahwa kedua kubu silih berganti meneriakkan yel-yel hingga membuat suasana debat pertama Pilpres 2019 menjadi keruh.
Penonjolan Aspek	<p>Penonjolan aspek yang dilakukan oleh Kompas.com adalah dengan terus memberitakan peristiwa-peristiwa yang terjadi akibat munculnya kampanye #2019GantiPresiden dari berbagai sisi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam berita pertama, kampanye #2019GantiPresiden ditonjolkan melalui gambar pada halaman berita yang isinya para pendukung Prabowo-Sandi sedang berkampanye dengan membawa atribut seperti bendera yang menampilkan foto Prabowo, bendera partai dan bendera Indonesia. Selain itu pendukung Prabowo juga menyanyikan lagu #2019GantiPresiden. 2. Dalam berita kedua, Kompas.com lebih menonjolkan sebuah informasi yang tidak valid atau hoaks terkait mahasiswa baru UMM membentuk formasi #2019GantiPresiden. Klarifikasi dari pihak UMM juga dimuat dalam pemberitaan tersebut. 3. Dalam berita ketiga, kampanye #2019GantiPresiden ditonjolkan melalui dampak yang terjadi akibat munculnya kampanye tersebut. Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat Jokowi selaku Presiden Indonesia periode 2014-

	<p>2019 yang mengatakan bahwa dampak dari kemunculan kampanye #2019GantiPresiden dapat membuat tantangan yang lebih besar dalam menjaga kedamaian dan persatuan selama Pemilu 2019 berlangsung.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Dalam berita keempat, kampanye #2019GantiPresiden ditonjolkan melalui sikap aksi 211 yang mencopot spanduk yang bertuliskan “Siap Menangkan Prabowo-Sandi Pilpres 2019”.5. Dalam berita kelima, kampanye #2019GantiPresiden ditonjolkan melalui pendapat salah satu anggota Perludem yang mengatakan bahwa kampanye tersebut hanya berisikan isu-isu yang sensasioanal tanpa adanya substansi.6. Dalam berita keenam, kampanye #2019GantiPresiden ditonjolkan melalui semangat masyarakat pendukung Prabowo-Sandi dalam mendukung dengan meneriakkan yel-yel saat debat pertama Pilpres 2019
--	---

5. Kesimpulan

Sebagai salah satu portal media *online*, Kompas.com melakukan konstruksi sosial dengan kepentingan umum. Hal tersebut dilihat dari penonjolan berita yang dilakukan oleh Kompas.com bersifat netral. Keenam berita yang dianalisis ditemukan bahwa konstruksi berita yang dilakukan oleh Kompas.com memberitakan kampanye #2019GantiPresiden secara luas dengan menyertakan dampak dari kampanye tersebut bagi kesatuan dan persatuan Indonesia pada saat Pemilu berlangsung.

6. Saran

6.1 Saran Praktis

Kepada Kompas.com mengelompokkan pemberitaan lebih spesifik kembali agar tema yang diinginkan audiens dapat dicari dengan mudah. Kepada para pembaca diharapkan berhati-hati dalam mencerna informasi, sebaiknya sebuah informasi dicari terlebih dahulu kebenarannya baru mempercayainya.

6.2 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian berikutnya mengenai analisis framing pada media massa yang bertujuan untuk melihat bagaimana media massa mengkonstruksi sebuah realita yang terdapat dalam berita. Penelitian ini menggunakan analisis framing dengan perangkat Robert N. Entman. Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan kembali dengan menggunakan perangkat framing lainnya.

Daftar Pustaka

- [1] Bungin, M. Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana
- [2] Eriyanto. (2012). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- [3] McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- [4] Muhtadi, Asep Saeful. (2016). *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [5] Santana K., Septiawan. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia