

**ANALISIS BERITA SANDIAGA UNO PADA DEKLARASI
KEMENANGAN PILPRES 2019 (ANALISIS FRAMING PAN DAN
KOSICKI PADA MEDIA ONLINE VIVA.CO.ID DAN
REPUBLIKA.CO.ID**

***ANALYSIS THE NEWS OF SANDIAGA UNO AT DECLARATION
OF PRESIDENTIAL ELECTION 2019 (FRAMING ANALYSIS PAN
AND KOSICKI AT ONLINE MEDIA VIVA.CO.ID AND
REPUBLIKA.CO.ID)***

**Kavita Rehmuliana T¹
Nur Atnan, S. IP., M.Sc²**

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung Jawa Barat 40257
Email: Kavrehmuliana@gmail.com¹ nuratnan@gmail.com²

ABSTRAK

Kavita Rehmuliana Tarigan

Analisis Berita Sandiaga Uno Saat Deklarasi Kemenangan pilpres 2019 (Analisis Framing Pan dan Kosicki Pada Media Online Viva.co.id dan Republika.co.id)

Media pada era digital modern ini selalu mengungkap berita yang sedang hangat diperbincangkan pada masyarakat. Berita mengenai Sandiaga uno pada saat deklarasi kemenangan bersama Prabowo juga merupakan sebuah topik perbincangan yang banyak dibicarakan oleh khalayak pada saat itu. Pada saat melakukan deklarasi kemenangan bersama Prabowo, Sandiaga Uno tampak lesu. Isu-isu pada masyarakat pun ikut berkembang. Maka, tujuan dari penelitian ini adalah melihat pembedaan dan makna yang dilakukan oleh Viva.co.id dan Republika.co.id melalui berita Sandiaga Uno pada saat deklarasi kemenangan pada pilpres 2019. Penelitian ini menggunakan teknik analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Dengan menggunakan metode kualitatif dengan Paradigma konstruktivis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online Republika.co.id mengatakan bahwa Sandiaga Uno pada saat itu sedang mengalami sakit berdasarkan wakil ketua bicara Badan Pemenangan Nasional Prabowo-Sandi dan menggunakan narasumber ahli analisis emosi yaitu Handoko Gani. Sedangkan, Viva.co.id mengatakan bahwa Sandiaga Uno pada saat itu sedang mengalami tekanan, bahkan Sandiaga Uno tidak gembira pada saat momen perayaan tersebut berdasarkan ahli analisis emosi.

Kata Kunci : Sandiaga Uno, Deklarasi Kemenangan, Analisis Framing, Konstruksi Media massa.

ABSTRACT

Kavita Rehmuliana Tarigan

Analysis the News of Sandiaga Uno at the Declaration of Victory Presidential Election 2019 (Faming Analysis Pan and Kosicki on the Media Online Viva.co.id and Republika.co.id)

Media in this modern digital era always reveals news that is being hotly discussed with the public. News about Sandiaga Uno at the time of the declaration of victory with Prabowo was also a topic of conversation that was widely discussed by the public at that time. when the declaration of victory with Prabowo, Sandiaga Uno seemed lethargic. That issue branch out to society. So, the purpose from this research is how the media online Viva.co.id and Republika.co.id make a framing and mean about the news of Sandiaga Uno at the declaration of victory accompany Prabowo. This research use framing analytical technique Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki with qualitative method and critical paradigm. Result of this research shows that online media Republika.co.id tells that Sandiaga Uno at that moment suffer from pain based on vice chairman National Winning Agency Prabowo-Sandi and emotional analysis expert Handoko Gani. While, Viva.co.id tells that Sandiaga Uno at that moment is under pressure, even Sandiaga Uno is not happy at the moment based on emotional analysis expert.

Keywords : Sandiaga Uno, Declaration of Victory, Framing Analysis, Contruction of mass media.

1. PENDAHULUAN

Kamis, 18 April 2018 pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut dua Prabowo Subianto dengan Sandiaga Uno telah melakukan deklarasi kemenangan untuk yang kedua kalinya bertempat di Kertanegara, Jakarta. Sebelumnya Prabowo melakukan deklarasi Kemenangan tanpa di dampingi oleh Sandi. Berita ini cukup membuat masyarakat terkejut. Karena Pemilihan Umum 2019 baru berlangsung pada hari dimana Prabowo mendeklarasikan kemenangan. Hasil *quick count* sementara juga menunjukkan pasangan calon nomor urut satu unggul sementara.

Ada kejanggalan pada saat deklarasi kemenangan ketika Sandiaga mendampingi Prabowo. Masyarakat mempertanyakan dengan ekspresi wajah yang cukup lesu dari wakil calon nomor dua yaitu Sandiaga Uno. Sandiaga terlihat cukup lesu dan tidak berbicara. Banyak isu yang mengatakan bahwa Sandiaga Uno memiliki tekanan yang cukup berat, bahkan ada isu yang mengatakan bahwa pada sebelumnya terjadi perbedaan pendapat antara Prabowo dan Sandiaga.

Aksi wajah Sandiaga Uno pada saat deklarasi kemenangan menjadi sorotan media online. Seperti, Viva.co.id dan Republika.co.id. Viva.co.id menulis artikel mengenai Sandi saat deklarasi kemenangan dengan judul “Ekspresi Sandi Saat Klaim Menang, Ahli Analisis Emosi: Dia Tak Senang” maupun Republika.co.id yang membahas kasus ini dengan judul “Ekspresi Sandiaga Ramai dibahas Warganet, ini kata Pakar Gestur”. Wajah Sandiaga Uno tidak hanya dikomentari oleh para pengguna sosial media tetapi komika ternama di Indonesia ikut mengomentari keadaan Sandiaga. Menurut Ernest mengapa warga ikut iba terhadap wajah Sandi. Karena menurut Ernest Sandi sudah menjadi paling menang. Sandiaga kembali menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta setelah itu tahun 2022. Ernest mengatakan bahwa masa depan Sandiaga Uno masih sangat cerah. Ernest menulis tulisan tersebut di akun twitter pribadinya.

Hingga menimbulkan teka-teki yang sedang dialami oleh Sandiaga Uno pada saat itu. Perbedaan pada tulisan berita Viva.co.id dan Suara.com cukup signifikan. Karena Viva.co.id menggunakan narasumber Analisis Emosi yang menjawab psikologis Sandiaga Uno. Sedangkan Republika.co.id menulis berdasarkan narasumber wakil ketua Badan Pemenangan Nasional milik Prabowo dan Pakar gesture yang sama dengan Viva.co.id yaitu Handoko Gani. Menggunakan Analisis Framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk melihat pembingkai berita dari viva.co.id dan Republika.co.id dengan empat elemen yang dimiliki Pan dan Kosicki yaitu: Sintaksis, Skrip, Tematik, Retoris.

2. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Media Online

Menurut Ashadi Siregar Media online adalah sebutan umum untuk media yang berbasis telekomunikasi dan internet. Didalamnya terdapat portal, situs web, radio-online, televisi-online, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya.[1]

2.2 Berita Online

Perbedaan yang menonjol antara berita online dengan berita media lain adalah kecepatan penyampaian berita tersebut muncul beberapa keraguan dimana pembaca akan tidak mudah percaya begitu saja dengan artikel yang disampaikan oleh sang jurnalis, hal itu dapat terlihat karena pembaca dapat berkomentar secara

langsung mengenai berita tersebut dan dari situ terlihat bagaimana reaksi dari pembaca dan akan terlihat pula bagaimana pengetahuan dari si pembaca tersebut.[2]

2.3 Jurnalistik Online

Jurnalistik multimedia dituntut dari jurnalis pada era digital berubah, lebih berat daripada zaman kejayaan media cetak, berikut ciri-ciri jurnalis multimedia:

1. Jurnalis media online harus mampu menggunakan berbagai alat multimedia untuk mendukung penyampaian cerita.
2. Penulisan teks media online lebih ringkas daripada media cetak, tetapi lebih panjang dari radio dan televisi
3. Jurnalis media online harus bekerja lebih cepat.[3]

2.4 Ideologi Media Online

Menurut Aart Van Zoest Sebuah teks tidak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca kearah suatu ideologi.Hal itu berlaku pada media online.[4] Ideologi sama seperti layaknya suatu agama bagi media, karena setiap media pasti memiliki ciri khas yang berbeda dan harus diterapkan pada setiap media.

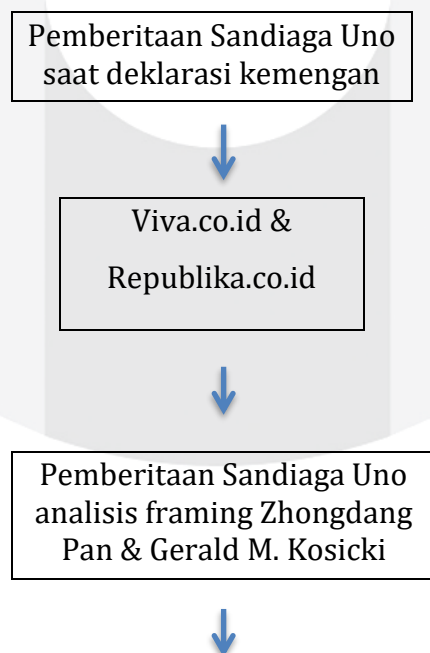
2.5 Konstruksi Media

Media memiliki suatu cara pandang terhadap berita yang dikemas lalu dipublikasi. Sedangkan masyarakat dapat mencerna suatu berita berdasarkan apa yang dibaca. Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckman mengatakan media dimanapun memiliki kekuatan yang signifikan dalam melakukan produksi dan reproduksi citra politik.[5]

2.6 Analisis Framing

Analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas dikonstruksi oleh media. Analisis framing dapat digambarkan secara analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, actor, kelompok) dibingkai oleh media. Realitas dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Pemberitaan media di sisi tertentu menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan.[6]

2.7 Kerangka Pemikiran



Struktur	Perangkat framing	Bagian yang diamati
Sintaksis	Skema Berita	Berita Pokok, Ringkasan Informasi, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, Penutup
Skrip	Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik	Detail, bentuk kalimat, kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarkalimat
Retoris	Kamus, Majas	Kata, Idiom, Gambar

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu metode deksriptif kualitatif yang menggunakan teknik analisis framing Zhongdang Pan dan Kosicki. Penelitian ini nantinya akan mengetahui bagaimana cara pandang suatu media baik dalam cara menyampaikan struktur berita, penggunaan kalimat, dan lain lain pada Viva.co.id dan Republika.co.id dalam mengemas suatu berita yang sama menggunakan teknik analisis framing Zhongdang Pan dan Kosicki.

Pada penelitian ini, penulis Pengambil paradigma konstruksionis agar para masyarakat lebih realita ketika muncul sebuah berita yang muncul. Penulis mengambil media online Viva.co.id dan Republika.co.id karena dianggap kedua media online tersebut memiliki cara pembahasan yang cukup berbeda.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Frame Viva.co.id

Judul: Ekspresi Sandi saat klaim menang, Ahli analisis emosi : Dia tak senang.

Ditinjau dari unsur Sintaksis, dapat dilihat berdasarkan judul yang dimuat Viva.co.id “Ekspresi Sandi saat klaim menang, Ahli Analisis Emosi : dia tak senang” menginformasikan bahwa Sandiaga Uno tampak tidak senang pada saat deklarasi menurut ahli analisis emosi. Pada berita ini, Viva.co.id menggunakan satu narasumber yaitu Handoko Gani seorang ahli analisis emosi untuk mengetahui mengapa ekspresi Sandi seperti itu. Dari judul pun sudah terlihat jelas bahwa narasumber yang dipilih yaitu seorang ahli analisis emosi namun belum diketahui siapakah orangnya. Penggunaan judul pada berita Viva.co.id merupakan suatu penjelasan bahwa ekspresi Sandi tersebut memang memiliki arti lain selain sakit. Karena rumor yang beredar pada saat itu Sandiaga Uno sedang menderita sakit.

Ditinjau dari unsur skrip, Berita ini telah melengkapi kebutuhan 5W1H pada berita ini, Ahli Analisis Emosi Handoko Gani (who) menuturkan bahwa ekspresi Sandi saat itu merupakan ekspresi tidak senang (what) karena Handoko Gani telah melakukan analisis yang berdasarkan video dan foto yang telah ia kaji dan

menghasilkan sebuah data yang mengungkapkan memang pada saat itu Sandi tampak kurang senang (why) Handoko menuturkan pada tanggal 19 April 2019 (when) di Jakarta (where) Tapi menurut Handoko belum memastikan seratus persen mengenai ekspresi itu, karena bisa jadi ketika saat itu memang tidak sengaja terekam atau bisa juga ketika difoto Sandi sedang menahan sakit. Menurut Handoko jika ingin memastikan seratus persen maka harus mengetahui kejadian sebelum dan setelah deklarasi tersebut (how).

Ditinjau dari unsur tematik, tema dari berita pada Viva.co.id ingin membahas mengenai isu yang beredar pada saat itu pada masyarakat, yaitu mengenai Sandiaga Uno pada saat deklarasi kemenangan bersama Prabowo, Viva.co.id menggunakan naraasumber ahli analisis emosi dan dirangkai oleh Viva.co.id hingga menjadi sebuah berita yang disampaikan kepada publik.

Ditinjau dari unsur retorik, penggunaan kata “Tak Senang” mengartikan bahwa Sandiaga Uno memiliki permasalahan pada saat itu. Pada saat itu masyarakat bingung dengan ekspresi Sandi, namun tidak mengetahui kebenaran apa yang sedang terjadi. Lalu sang wartawan mencari tau jawaban mengapa seperti itu dengan bertanya kepada seorang ahli analisis emosi. Serta wartawan juga memasukkan foto yang mengungkapkan ekspresi wajah sandiaga Uno pada saat deklarasi tersebut.

4.1.2 Frame Republika.co.id

Judul: Ekspresi Sandi Ramai Dibahas Warganet, ini Kata Pakar Gestur.

Ditinjau dari unsur sintaksis, judul berita Republika.co.id yakni “Ekspresi Sandi Ramai Dibahas Warganet, ini Kata Pakar Gestur”. Republika.co.id membuat judul dengan maksud menginformasikan alasan Sandiaga Uno tampak lesu pada saat deklarasi yang dijadikan perbincangan oleh warganet dan dijelaskan kembali alasannya oleh seorang pakar gestur. Republika.co.id pada berita ini menggunakan dua narasumber yaitu seorang pakar gestur dan seorang wakil badan pemenangan nasional Prabowo-Sandi.

Ditinjau dari unsur skrip, Berita ini memenuhi unsur 5W1H dimana Handoko Gani (who) mengkonfirmasi bahwa Sandiaga Uno pada saat deklarasi kemenangan bersama Prabowo bukanlah karena sakit (what) menurut Handoko Gani Sandiaga Uno bukan karena sakit melainkan Sandiaga Uno memiliki suatu ketidaksukaan pada sesuatu (why) Kertanegara (where) Jumat, 19 April 2019 (when) Priyo Budi Santoso, Wakil ketua Badan Pemenangan Nasional Prabowo-Sandi (who) Priyo menyatakan bahwa Sandiaga uno tengah kelelahan (what) Priyo mengungkapkan bahwa Sandiaga Uno kelelahan lantaran hanya tidur rata-rata dua jam (why) Sandiaga Uno merupakan seorang yang gemar berolahraga dan sangat energik, sebab Sandiaga Uno pun tidak akan terlihat sakit dan tidak merasa bahwa sebenarnya Sandiaga Uno sedang sakit (how).

Ditinjau dari unsur tematik, Tema pertama berita Republika.co.id mengenai pendapat dari seorang pakar gestur yaitu Handoko Gani yang mengatakan bahwa Sandiaga Uno pada saat itu bukan sakit melainkan ketidaksukaan pada suatu hal. Tema kedua berita Republika.co.id mengenai klarifikasidari seorang wakil badan pemenangan nasional Prabowo-Sandi yaitu Priyo Budi Santoso, menurutnya Sandiaga Uno kelelahan sebab rata-rata Sandi hanya tidur dua jam dan belum lama menunaikan ibadah umrah.

Didasarkan dengan unsur retorik, Didasarkan dengan unsur retorik penggunaan kata “ramai dibahas warganet” mengartikan bahwa isu yang beredar di masyarakat memang sangat besar, namun hal tersebut dijelaskan berdasarkan dua pihak yaitu ahli gestur dan wakil badan pemenangan nasional. Wartawan Republika.co.id juga

memberikan yang sangat viral pada saat itu yaitu ekspresi lesu sandi pada saat deklarasi kemenangan bersama Prabowo.

4.2 Pembahasan

Terdapat beberapa perbedaan yang penulis dapatkan melalui satu berita dengan tema yang sama, tetapi pembedaan yang berbeda pada media online Viva.co.id dan Republika.co.id. Narasumber yang digunakan pada kedua media pun berbeda. Namun, cara penyampaian kedua media pasti tidak sama, Viva.co.id lebih melakukan klarifikasi mengenai masalah ini kepada seorang ahli analisis emosi yang mengatakan bahwa pada saat itu Sandi tampil tidak senang, sedangkan Republika.co.id melakukan klarifikasi kepada wakil ketua Badan Pemenangan Nasional Prabowo-Sandi yang mengatakan bahwa sudah sejak sore hari memang Sandi sudah sakit dan pakar gesture Handoko Gani yang mengatakan ada yanggal dar Sandiaga Uno. Kedua media melakukan klarifikasi masalah yang sama dengan menggunakan narasumber yang berbeda. Karena setiap permasalahan dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, dan bukan hanya dari satu sudut pandang. Cara pengemasan kedua berita pun lebih memperbanyak tulisan dari narasumber daripada media tersebut yang membuat keputusan tersendiri.

Secara keseluruhan, pembedaan berita yang disampaikan oleh kedua media Viva.co.id dan Republika.co.id terbilang mirip, karena keduanya ingin melakukan klarifikasi tentang ekspresi Sandiaga Uno pada saat deklarasi bersama Prabowo. Hanya saja cara penyampaian dan narasumber yang berbeda. Viva.co.id melakukan klarifikasi dengan menggunakan narasumber ahli analisis emosi yaitu Handoko Gani. Handoko Gani melakukan analisis berdasarkan foto dan video yang Handoko lihat dan mengambil kesimpulan dari foto dan video tersebut. Sedangkan, Republika.co.id lebih mengambil narasumber Wakil ketua Badan Pemenangan Nasional Pabowo-Sandi yang menjelaskan kronologi keadaan Sandiaga Uno dari sebelum kejadian tersebut untuk mluruskan fakta dari pakar analisis emosi yaitu Handoko Gani. Kedua media bisa dikatakan tidak ada yang netral karena Viva.co.id dan Republika.co.id hanya saja Republika.co.id dikatakan lebih netral sebab menggunakan dua narasumber pada satu berita.

5. KESIMPULAN

1. Ditinjau berdasarkan sruktur sintaksis, Viva.co.id langsung menyampaikan apa yang diperoleh sebagai pernyataan inti dari ahli analisis emosi sebagai judul berita yang dipublikasikan. Sedangkan, Republika.co.id membuat judul agar pembaca lebih penasaran dan membuat pembaca ingin membuka berita tersebut. Pada Viva.co.id lebih melakukan analisis menurut ahli emosi untuk mengetahui alasan yang membuat Sandiaga tampak lesu seperti itu. Sementara, Republika.co.id lebih melakukan klarifikasi dari pihak pakar gestur dan wakil ketua badan pemenangan nasional Prabowo-Sandi yang merupakan keduanya berada di pihak yang berbeda.
2. Ditinjau berdasarkan struktur skrip, Viva.co.id tampak menjelaskan apa yang ahli analisis emosi dapatkan berdasarkan analisis yang didapatkan

berdasarkan data yang diperoleh oleh Handoko Gani. Sementara Republika.co.id lebih melakukan klarifikasi berdasarkan apa yang dilihat oleh Pakar gestur dan akhirnya dijawab oleh wakil ketua badan pemenangan nasional Prabowo-Sandi. Viva.co.id dan Republika.co.id sudah melengkapi kebutuhan 5W1H sebuah berita. Semua pertanyaan dapat terjawab berdasarkan masing-masing media online tersebut.

3. Ditinjau dari struktur tematik, Viva.co.id dan Republika.co.id memiliki kesamaan tema, yaitu ekspresi Sandiaga Uno pada saat melakukan deklarasi kemenangan bersama Prabowo. Namun Viva.co.id menggunakan narasumber seorang ahli analisis emosi untuk menjawab isu yang beredar pada masyarakat. Sementara, Republika.co.id menggunakan dua tema, yaitu tema pertama terkait penjelasan dari Pakar gestur Handoko Gani dan akhirnya diklarifikasi oleh wakil ketua badan pemenangan nasional Prabowo-Sandi yaitu Priyo Budi Santoso.
4. Ditinjau dari struktur retorik, Viva.co.id mengambil sebuah keputusan pada judul dengan kata “tak senang” yang membuat seakan sudah mengetahui isi berita tersebut. Foto yang dimasukkan oleh Viva.co.id merupakan foto Sandiaga dengan tampak lesu pada akhir berita. Sementara, Republika.co.id menggunakan judul yang hanya mencantumkan pakar gesture tanpa mencantumkan wakil ketua badan pemenangan nasional Prabowo-Sandi, foto yang digunakan Republika.co.id yaitu foto Sandiaga Uno pada saat yang lain bersemangat dan mengangkat tangan tinggi, sedangkan Sandiaga Uno hanya mengangkat tangan sedikit dengan wajah yang lesu.

Daftar Pustaka

- [1] Agung, Kurniawan. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.
- [2] Budha, Kishore. (2003). *Content and Community: Online News in Asia dalam Media and New Media: The Asia Pacific Internet Handbook*. Singapore: Eastern Universities Press.
- [3] Wendratama, Engelbertus. (2017). *Jurnalisme Online*. Bandung: B First.
- [4] Sobur, Alex. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [5] Heriyanto, Gun, Gun. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Ircisod
- [6] Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS