**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Tahun 2024 merupakan tahun terpanas dalam panggung politik Indonesia. Di mana pada tahun ini, masyarakat akan dihadapkan dengan penyelenggaraan Pemilihan Presiden (Pilpres) sebagai sarana bagi publik untuk mengartikulasikan pilihan politiknya dalam memilih pemimpin yang akan menentukapengertisnn perjalanan negeri ini selama lima tahun ke depan.

Tokoh Calon Presiden (Capres) dan Calon Wakil Presiden (Cawapres) yang “bertarung” mendapatkan dukungan dari rakyat untuk merebut kursi pimpinan eksekutif tertinggi di Indonesia yaitu pasangan Anies Rasiyd Baswedan-Muhaimin Iskandar sebagai Pasangan Calon (Paslon) 01, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming sebagai Paslon 02 dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD sebagai Paslon 03

Pertarungan ketiga kandidat Capres dan Cawapres semakin menarik perhatian massa, karena masing-masing Capres didukung oleh pengusaha bisnis Pers. Pemilik media yang mendukung kubu Anies-Muhaimin (Paslon) 01 diantaranya adalah Surya Paloh sebagai pemilik dari Media *Group,* sementarakubu Prabowo-Gibran (Paslon) 02 didukung oleh partai Golkar yang kini ketua umunya Airlangga Hartanto dan Aburizal Bakrie Sebagai Ketua Dewan Pembina yang memiliki Perusahaan Visi Media Asia Termasuk *tvOne*, ANTV, dan portal berita *online viva.co.id,* dan Hary Tanoesoedibjo sebagai bos media dari MNC *Group* Sementara Mendukung kubu Ganjar-Mahfud (Paslon) 03.

Keberhasilan Pilpres sebagai sarana bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatannya akan sangat dipengaruhi oleh sikap media massa. Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, menurut (Bungin, 2010) media massa juga bisa diartikan sebagai media komunikasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat dijakau oleh khalayak luas, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya. (Habibie, 2018), Dengan kekuatannya yang signifikan dalam mempengaruhi khalayak, media massa dapat menggiring kepada suatu opini publik termasuk tentang citra seseorang atau sebuah lembaga/institusi.

Sebagai bagian dari pilar demokrasi yang penting, media massa memiliki tanggung jawab yang besar dalam proses politik, termasuk Pilpres. Dalam konteks kontestasi Pilpres, media massa berfungsi sebagai corong publik dalam memperluas informasi terkait isu politik sebagai referensi dalam menentukan pilihan serta sebagai fungsi kontrol sosial.

Adapun menjalankan fungsi kontrolnya, media dituntut untuk memiliki netralitas dan independensi. Informasi yang disajikan harus bebas dari intervensi- intervensi kelompok mana pun. Dengan pemberitaan yang objektif selama masa Pilpres 2024, dapat menciptakan dan memelihara ruang publik media yang kondusif dan mencerahkan.

Dalam kenyataannya, tidak dapat dipungkiri wajah media saat ini memang ibarat pedang bermata dua. Di satu sisi media berupaya mendekati objektivitas pemberitaan, namun di satu sisi yang lain media juga tak luput dari keberpihakan dan ketidakberimbangan. Akibatnya, objektivitas media sering berbenturan dengan konflik kepentingan pihak-pihak tersebut sehingga cenderung menjadi objektivitas yang subjektif.

Untuk melihat subjektivitas penulis tersebut, diperlukan sebuah analisis tersendiri terhadap isi berita sehingga akan diketahui latar belakang seorang penulis dalam menulis berita. Salah satu cara untuk menganalisis berita di media adalah dengan menggunakan analisis bingkai (*frame analysis*).

Dalam buku (Eriyanto., 2002) menjelaskan bahwa analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.

*Framing* berhubungan dengan proses produksi berita-kerangka kerja dan rutinitas organisasi media. Bagaimana peristiwa dibingkai, kenapa peristiwa dipahami mediadalam kerangka tertentu atau bingkai tertentu, tidak bingkai yang lain, bukan semata-mata disebabkan oleh struktur wartawan, melainkan juga rutinitas kerja dan institusi media secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi pemaknaan peristiwa (Eriyanto., 2002).

Analisis *framing* akan menunjukkan suatu metode kepada kita tentang bagaimana media itu mendefinisi, memaknai, dan membingkai sutu peristiwa. Proses itu umumnya dilakukan dengan memilih peristiwa tertentu untuk diberitakan dan menekankan aspek tertentu dari peristiwa lewat bantuan kata, aksentuasi, gambar dan perangkat lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis *framing* terhadap dua media *online* yaitu *Inews.id* dan *viva.co.id*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan konsep analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Dua konsep dari framing yang saling berkaitan dalam model Pan dan Kosicki adalah konsepsi psikologis dan sosiologis. Konsep psikologis berfokus pada struktur dan proses kognitif karena lebih menekankan bagaimana seseorang memproses informasi dari dalam dirinya. Dalam konsepsi sosiologis, frame berfungsi untuk mengidentifikasi, memahami, dan memahami realitas karena telah diberi label tertentu (Eriyanto., 2002). dan teori konstruksi realitas sosial.

Media *online* merupakan saluran penyebaran informasi yang mudah diakses melalui jaringan internet yang tersebar di seluruh dunia dan tentunya merupakan hasil dari perkembangan teknologi di dunia pertukaran informasi.(Nur, 2021).

Pemilihan media *online* sebagai subjek yang diteliti, karena di era kecanggihan dan perkembangan teknologi komunikasi saat ini, media *online* menjadi wadah kampanye politik yang efektif untuk memperluas informasi terkait isu politik sebagai referensi dalam menentukan pilihan. Hal tersebut karena media *online* memiliki akses jaringan yang lebih cepat dan instan dibandingkan media lain.

Alasan peneliti memilih *Inews.id* dan *viva.co.id* untuk dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini, karena kedua media *online* tersebut sama-sama dilatarbelakangi oleh kedua pemiliknya yang juga terjun ke dunia politik namun dalam partai politik yang berbeda.

 *Inews.id* adalah news portal berjaringan yang terdiri atas portal berita nasional dan portal daerah, bagian dari MNC Group. iNews.id mengusung visi menjadi portal berita nasional dan regional yang inspiratif dan informatif serta memiliki misi menyajikan berita dan fitur online yang enak dibaca, mendalam, akurat, atraktif (multimedia base), juga menginspirasi siapa saja, di mana saja, kapan saja, dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo yang juga aktif dalam dunia politik karena menjabat sebagai Ketua Umum Partai hingga sekarang.

Pada Pilpres 2024, Perindo menyatakan sikapnya sebagai partai pendukung Ganjar-Mahfud (Paslon) 03 . Hal itu membuat media yang dibawahi Hary Tanoesoedibjo seakan digiring menjadi alat kampanye untuk kemenangan Paslon dukungannya. Keberpihakan tersebut terlihat dari pemberitaan yang dimuat di *Inews.id* yang lebih banyak memuat berita positif terkait Paslon 03 (Ganjar-Mahfud) dibandingkan dengan Pesaing Paslon lainnya.

 penulis juga selain *Inews.id* memfokuskan penelitian pada portal berita *online viva.co.id*. Berbeda dengan *Inews.id*, *viva.co.id* (sebelumnya bernama VIVA*news*) merupakan portal berita daring yang dikelola oleh PT. Viva Media Baru, anak perusahaan PT Visi Media Asia Tbk yang juga mengelola bisnis penyiaran (ANTV, *tvOne*, *SportOne*). Situs berita ini diluncurkan pada 2008.

 Media ini selain memberikan jasa pemberitaan yang dilaporkan oleh wartawan yang bekerja di *viva.co.id*, situs ini juga menerima informasi dari pembacanya yang berminat melaporkan berita yang mereka anggap penting melalui fitur *U- Report*. Situs ini juga dibuat untuk dapat diakses melalui telepon seluler, komputer tablet, dan PDA.

Portal berita *online* yang menyajikan berita terkini seputar politik hingga berita *lifestyle* dan olahraga ini, dimiliki oleh Ir. H. Aburizal Bakrie yang juga merupakan seorang tokoh politik yang kini menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Golkar.

Meskipun demikian, usai suara Golkar diarahkan untuk Paslon 02 (Prabowo-Gibran). Hal tersebut terlihat pada portal berita *online viva.coo.id*, salah satu usaha media miliknya yang nampak masih menunjukan keberpihakan pada kubu Prabowo yaitu dengan memuat lebih banyak pemberitaan positif terkait Paslon 02 (Prabowo-Gibran) dibandingkan dengan pesaingnya.

Adanya hubungan afiliasi antara media massa dengan Capres/Cawapres maupun Parpol pengusungnya tersebut, akan berdampak pada objektivitas informasi. Publik, kerap kali disuguhi berita yang menunjukan keberpihakan terhadap salah satu Paslon tertentu yang secara tidak langsung menunjukan ketidaknetralan dalam pemberitaan terkait kegiatan Pilpres 2024.

Pemberitaan media massa yang tidak netral akan cenderung berpihak pada salah satu kandidat saja. Berita-berita atau informasi yang disuguhkan cenderung membangun citra positif kandidat tertentu dan cenderung merugikan atau membangun citra negatif kandidat lainnya. Dengan demikian, masyarakat sebagai calon pemilih tidak mendapatkan informasi yang benar dan akurat tentang sosok Capres dan Cawapres yang akan dipilih pada saat Pemilhan Umum berlangsung .

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kedua media *online* yakni *Inews.id* dan *viva.co.id* dalam membingkai pemberitaan Pilpres 2024. Atas dasar pertimbangan tersebut, peneliti mengangkat judul “Analisis *Framing* Berita Pilpres 2024 di Media *Inews.id* dan *Viva.co.id*.”

* 1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**
		1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memutuskan bahwa fokus penelitian ini yaitu bagaimana pembingkaian berita Pilpres 2024 yang dilakukan oleh *media Inews.id* dan *Viva.co.id.*

* + 1. **Pertanyaan penelitian**
1. Bagaimana struktur sintaksis berita Pilpres Edisi 04 Februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id* ?
2. Bagaimana struktur skrip berita Pilpres Edisi 04 Februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
3. Bagaimana struktur tematik berita Pilpres Edisi 04 Februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
4. Bagaimana struktur retoris berita Pilpres Edisi 04 Februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
	1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
		1. **Tujuan Penelitian**
5. Untuk Mengetahui struktur sintaksis berita Pilpres Edisi 04 februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
6. Untuk Mengetahui struktur skrip berita Pilpres Edisi 04 februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
7. Untuk Mengetahui struktur tematik berita Pilpres Edisi 04 februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
8. Untuk Mengetahui struktur retoris berita Pilpres Edisi 04 februari 2024 yang dimuat dimedia *Inews.id* dan *Viva.co.id*?
	* 1. **Kegunaan Penelitian**
			1. Kegunaan Teoritis

 Dalam kajian skripsi ini berguna sebagai bahan gambaran kajian pemberitaan dalam media online dalam bentuk framing, menambah wawasan bagi penulis tentang pembingkaian berita dalam media, baik media online, elektronik maupun digital, memperkaya khazanah keilmuan dibidang jurnalis dalam media, terutama tentang arah pemberitaan di media.

1. Kegunaan Praktis

 Kegunaan praktis, melalui penelitian ini adalah sebagai gambaran konsep bagaimana menjadikan suatu pemberitaan pada media online atau pun televisi dalam bentuk pembingkaian atau framing, dengan tujuan mengetahui arah dari sebuah berita yang ditulis media, dan juga sebagai bahan literatur bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti lebih jauh tentang pemberitaan di media.