

## **Analisis Framing Pemberitaan mediaindonesia.com dan kompas.com Terhadap Berita Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden 2024**

### ***Framing Analysis Of Mediaindonesia.com And kompas.com News Coverage Of Puan Maharani As A Presidential Candidate For 2024***

**Siti Hajiza, Puji Santoso**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

[sitihajiza27@gmail.com](mailto:sitihajiza27@gmail.com)

#### **ABSTRACT**

*This study aims to find out how two online media, www.mediaindonesia.com and www.kompas.com, framed the news coverage of Puan Maharani's image as a presidential candidate for the Republic of Indonesia in 2024. This study used a qualitative method using a framing analysis knife by Robert Entman's model. The framing analysis method used is to analyze the 10 news items in the two online media about the imaging of Puan Maharani as a presidential candidate for 2024. The measurement is carried out by defining problem models, diagnosing problems, making moral judgments, and treatment recommendations. The results of the study concluded that the news coverage of two online media, namely mediaindonesia.com and kompas.com about the news of Puan Maharani as a presidential candidate for the period 2024-2029 using Robert Entman's framing analysis model, is known that the online media are www.kompas.com and www.mediaindonesia.com jointly conduct moral judgments (moral policies) by criticizing the use of common sense (make sense) when there are state officials like Puan Maharani who have ambitions to become the head of the state (president) in an atmosphere of concern for the people.*

**Keywords:** Framing, News, Puan Maharani, and Online Media.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dua media online www.mediaindonesia.com dan www.kompas.com melakukan pembingkai terhadap pemberitaan pencitraan Puan Maharani sebagai bakal calon presiden RI 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan memakai pisau analisis framing model Robert Entman. Metode analisis pembingkai yang dilakukan adalah menganalisa 10 item berita pada dua media online tersebut tentang pencitraan Puan Maharani sebagai bakal calon presiden 2024. Pengukuran dilakukan dengan model define problem, diagnose problem, make moral judgement, dan treatment recommendation. Hasil penelitian menyimpulkan pemberitaan dua media online masing-masing mediaindonesia.com dan kompas.com tentang berita Puan Maharani sebagai bakal calon presiden periode 2024-2029 dengan menggunakan model analisis framing Robert Entman, maka diketahui bahwa Media online www.kompas.com dan www.mediaindonesia.com sama-sama melakukan moral judgement (kebijakan moral) dengan sama-sama mengkritik penggunaan akal sehat (make sense) ketika ada pejabat negara seperti Puan Maharani yang berambisi menjadi pimpinan negara (presiden) dalam suasana rakyat yang masih dilanda keprihatinan.

**Kata Kunci:** Framing, Berita, Puan Maharani, dan Media Online.

## **Pendahuluan**

Internet telah menjadi sumber informasi yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia modern saat ini. Internet yang sudah menjadi suatu kebutuhan bagi aktivitas sehari-hari, hal ini memperlihatkan bahwa manusia kini tidak lagi dapat dilepaskan dari internet maupun teknologi digital. Pada masa serba internet saat ini, seluruh informasi mengalir layaknya air terjun di jaringan internet, hal ini tidak aneh sebab media juga berlomba-lomba menjadi bagian dalam hal ini. Menurut Salvatore Simarmata (2014) sejak lama hubungan antara media dan dunia politik di Indonesia telah banyak menerima perhatian publik, terlebih media adalah sarana komunikasi politik yang menghubungkan pemerintah dan masyarakat. (Simarmata, 2014, p. 3)

Namun media memiliki kecenderungan membingkai (*framing*) realitas, sehingga berita yang dipublikasikan oleh media kepada khalayak merupakan hasil dari pembingkai media. Dengan metode *framing* inilah, media mampu mengarahkan pandangan masyarakat tentang ‘manakah’ isu yang lebih penting dan ‘manakah’ isu yang tidak penting sehingga masyarakat dengan mudah mengingat ‘apa’ yang media tonjolkan. (Eriyanto, 2011)

Memiliki latar belakang yang kuat sebagai cucu dari Presiden pertama Indonesia Soekarno dan anak dari Presiden kelima Indonesia Megawati, membuat Puan Maharani yang merupakan ketua DPR ini disebut-sebut memiliki peluang besar sebagai calon presiden pada pemilu 2024 mendatang. Terlebih, bersama dengan dukungan partai yang kuat membuat Puan siap meramaikan pemilu mendatang bersama para calon lainnya seperti Ganjar Pranowo (Gubernur Jawa Tengah) dan Prabowo Subianto (Menteri Pertahanan), serta Anies Baswedan (Gubernur DKI Jakarta).

Sebagai salah satu tokoh masyarakat, pemberitaan akan Puan Maharani jelas menarik perhatian banyak pihak media, termasuk media berita online seperti misalnya *MediaIndonesia.com* dan *Kompas.com*. Lantas, hal ini menimbulkan pertanyaan akan pemberitaan Puan Maharani sebagai bakal calon presiden yang ramai dibicarakan oleh media dan khalayak. Bagaimanakah *MediaIndonesia.com* dan *Kompas.com* dalam membingkai pemberitaan terhadap berita pencitraan Puan Maharani sebagai salah satu kandidat kuat pada pemilu 2024 mendatang?

Menurut Eriyanto (2011, p. 25), media adalah agen konstruksi, dimana pada pandangan konstruksionis memandang media berbeda dengan positivis, karena media bukan sekedar saluran bebas tetapi subjek yang mengkonstruksi relatis pula bersamaan dengan pandangan, bias, dan pemihaknya. Sebab inilah, pemberitaan pencitraan akan sosok Puan Maharani sebagai bakal calon presiden akan sangat cocok diteliti dengan *framing* model Robert N. Entman yang menempatkan *framing* sebagai suatu seleksi isu dan penonjolan aspek.

## **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan pisau analisis menggunakan model *framing* Robert N. Entman. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian dengan tujuan riset untuk menjelaskan suatu fenomena secara mendalam, dengan adanya pendekatan dan dengan menggunakan metode pengumpulan data. Periset adalah bagian integral dari data, yang artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung kelapangan. (Kriyantono, 2010, p. 57)

Analisis *framing* model Robert N. Entman memiliki pembagian dalam seleksi isu dan bagaimana penempatan definisi (informasi) dalam suatu teks yang media bentuk. Pemberitaan Puan Maharani sebagai bakal calon presiden 2024 mendatang yang memiliki ciri khas dalam pemilihan kata sangat menarik perhatian khalayak, terlebih penonjolan pada isu-isu tertentu didukung dengan bukti jurnalistik seperti foto. Maka dari itu, peneliti membentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:

*Framing* atau membingkai adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menonjolkan isu-isu tertentu, sehingga pemberian definisi makna suatu peristiwa tidaklah selalu sama pada individu-individu yang memandang peristiwa tersebut. Hal ini dikarenakan, pandangan tiap-tiap individu berbeda dan tergantung pada bagaimana *frame* peristiwa itu sendiri.

Analisis terhadap berita-berita sebagai subjek penelitian. Dengan observasi data (berita) yang dijabarkan secara deskriptif agar khalayak dapat memahami hasil dan pembahasan dari 10 berita (masing-masing 5 berita dari MediaIndonesia.com dan Kompas.com). Maka berdasarkan metode analisis narasi inilah, dua metode pengumpulan data, yaitu analisis naratif teks berita dan analisis wacana sebagai teks media. Hal ini sesuai dengan kajian teoritis peneliti, bahwa berita sebagai teks narasi. Dalam pandangan inilah berita tidak hanya sebagai konstruksi media tetapi juga sebagai suatu teks narasi yang memiliki alur peristiwa.

Analisis narasi adalah analisis tentang narasi baik itu berupa fiksi maupun fakta seperti berita. Penggunaan analisis narasi berarti menempatkan teks sebagai sebuah cerita (narasi) sesuai dengan karakteristiknya, dimana teks dilihat sebagai rangkaian peristiwa, logika, dan tata urutan peristiwa yang bagian dari peristiwa tersebut dipilih dan dibuang. (Eriyanto, 2013)

Dalam buku yang berbeda, Eriyanto memaparkan analisis wacana dalam pandangan konstruktivisme menganggap setiap pernyataan pada kenyataannya suatu penciptaan makna, yakni pembentukan diri serta pengungkapan jati diri dari pembaca. Maka, analisis wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subjek yang mengemukakan pernyataan. (Eriyanto, 2001)

Teknik analisis data yang adalah melakukan menginventarisasi melalui software *Google Trends*, dengan memasukkan *key word* Puan Maharani, kemudian memilah berita-berita tersebut yang diberitakan oleh MediaIndonesia.com dan Kompas.com. Dari dua media online tersebut, diambil masing-masing 5 berita yang terkait dengan pemberitaan tentang pencitraan Puan Maharani sebagai bakal calon presiden 2024. Seluruh berita tersebut dianalisis dengan menggunakan pisau analisis *framing* model Robert N Entman.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pembentukan konstruksi citra adalah proses konstruksi, yang mana citra dibangun oleh media massa dengan dua model, yakni model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau memberi citra buruk pada objek pemberitaan. (Santoso, 2016)

Menurut Burhan Bungin (2008, pp. 13–14) konstruksi digambarkan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakannya secara terus-menerus menjadi suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama subyektif. Terdapat tiga macam konstruktivisme, yaitu diantaranya;

- a. Konstruktivisme radikal yang hanya mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita.
- b. Realisme hipotesis adalah struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki.
- c. Konstruktivisme biasa mengambil semua konsekuensi konstruktivisme dan memahami pengetahuan sebagai gambaran dari realitas itu.

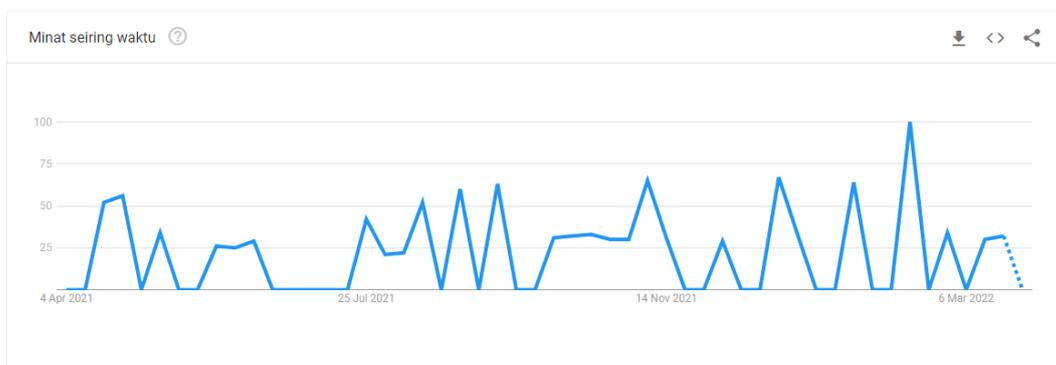
Media dapat dipahami sebagai ruang yang menawarkan gambaran peristiwa sekaligus imajinasi tentang kehidupan ideal dalam masyarakat. Media tidak hanya dilihat sebagai sarana penyebaran informasi. Selanjutnya, media merupakan aktor sekaligus arena kontestasi dan negosiasi. Media merupakan kekuatan sosial politik dari berbagai kekuatan sosial, politik, ekonomi yang saling berinteraksi seperti korporasi, birokrasi, partai politik dan lain-lain. (Santoso, 2021)

Lalu fakta sosial menurut Joseph M. Vilajosana (2010) bahwa fakta sosial dibentuk melalui keadaan yang disengaja, dapat menegaskan bahwa realitas sosial tergantung pada keadaan yang disengaja. Hal ini diikuti dengan perkembangan zaman, dimana teknologi digital lebih nyaman dan akrab bagi masyarakat modern saat ini. Tidak heran, penggunaan media online telah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat.

Masyarakat kini beralih pada penggunaan media sosial untuk tidak hanya dalam berinteraksi satu sama lain (berkomunikasi), tetapi juga untuk mengkonsumsi, memproduksi, dan mendistribusikan berita dan informasi politik. Fakta bahwa media memiliki peran besar dalam dunia politik, dapat dilihat membaca berita di media sosial dan aplikasi, serta membuat dan berbagi konten politik memiliki potensi membawa pengaruh politik yang cukup besar. (Weeks et al., 2017)

Berdasarkan minat penelusuran berita Puan Maharani dari data *Google Trends*, pada 4 September 2021 sampai dengan 2 Oktober 2021 mengalami kenaikan dan penurunan, dengan penelusuran tertinggi sebesar 63 dan terendahnya 0. Sedangkan pada 3 Oktober 2021 sampai dengan 27 November 2021, penelusuran berita terhadap Puan mencapai sebesar 65 dengan terendah 0. Pada 28 November 2021 hingga 26 Desember 2021, pencapaian penelusuran berita Puan Maharani mencapai sebesar 67 dengan terendahnya 0.

**Gambar 1.1 Grafik Penelusuran Berita Puan Maharani Berdasarkan Google Trends**



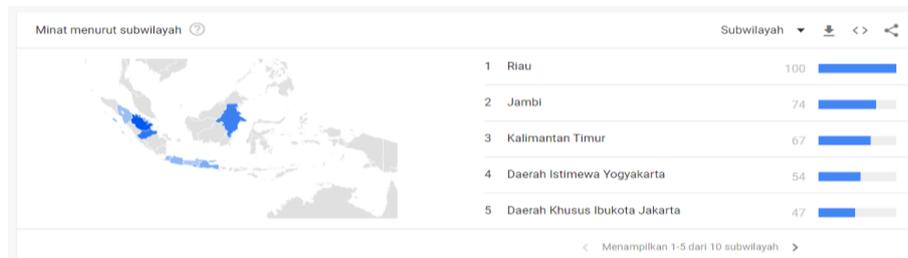
**Sumber: *Google Trends* (Google, 2021)**

**Tabel 1. Kuantifikasi Penelusuran Berita Puan Maharani Berdasarkan Data Gambar 1.1**

No.	Periode (November-Desember 2021)	Puan Maharani (Indonesia)
1.	11/7/2021	65
2.	11/14/2021	31
3.	11/21/2021	0
4.	11/28/2021	0
5.	12/5/2021	29
6.	12/12/2021	0
7.	12/19/2021	0
8.	12/26/2021	67

Tidak hanya itu, penelusuran berita Puan Maharani berdasarkan wilayah penelusuran juga menunjukkan bahwa penelusuran berita Puan Maharani sebagai salah satu tokoh politikus Indonesia tidak merata, sebab terdapat beberapa wilayah yang bernilai 0 dengan nilai tertinggi 67 jumlah penelusuran.

**Gambar 1.2 Penelusuran Berita Puan Maharani Berdasarkan Wilayah**



**Sumber: Google Trends (Google, 2021)**

**Tabel 2. Kuantifikasi Penelusuran Berita Puan Maharani Berdasarkan Gambar 1.2**

Wilayah	Puan Maharani: (29/03/21 - 29/03/22)
Riau	100
Jambi	74
Kalimantan Timur	68
Daerah Istimewa Yogyakarta	54
Daerah Khusus Ibukota Jakarta	47
Jawa Timur	29
Banten	22
Jawa Barat	20
Sumatera Utara	14
Jawa Tengah	5

Sedangkan berdasarkan penelusuran *web page*, Puan Maharani memperlihatkan hasil berbeda dari penelusuran berdasarkan berita, dimana Puan terlihat mendapatkan banyak sorotan publik, hal ini dapat dilihat dari data penelusuran *web page* berdasarkan wilayah yang tidak memiliki nilai 0. Dengan demikian, penelusuran tentang Puan Maharani berdasarkan Google Trends menunjukkan adanya ketertarikan terhadap Puan tetapi lebih condong pada perantara digital.

**Tabel 3. Kuantifikasi Penelusuran *Web Page* Tentang Puan Maharani Berdasarkan Data Penelusuran *Web Page***

No.	Periode (November-Desember 2021)	Puan Maharani: (Indonesia)
1.	11/7/2021	83
2.	11/14/2021	36
3.	11/21/2021	13
4.	11/28/2021	16
5.	12/5/2021	8
6.	12/12/2021	7
7.	12/19/2021	18
8.	12/26/2021	12

Dengan penelusuran *web page* tentang Puan Maharani berdasarkan wilayah semakin menunjukkan bahwa penelusuran berita Puan Maharani sebagai salah satu tokoh politikus Indonesia yang mendapatkan perhatian publik melalui perantara digital, dengan nilai tertinggi 100 jumlah penelusuran.

**Tabel 4. Kuantifikasi Penelusuran *Web Page* Tentang Puan Maharani Berdasarkan Wilayah**

Wilayah	Puan Maharani: (29/03/21 – 29/03/22)
Daerah Khusus Ibukota Jakarta	100
Kalimantan Timur	94
Jawa Timur	94
Daerah Istimewa Yogyakarta	92
Lampung	88
Jawa Tengah	87
Bali	86
Bengkulu	86
Gorontalo	85
Sulawesi Utara	82
Kepulauan Riau	81
Sulawesi Selatan	80
Banten	80
Riau	77
Aceh	76
Sumatera Barat	74
Sumatera Selatan	74
Sulawesi Tenggara	72
Sumatera Utara	71
Nusa Tenggara Timur	67
Kalimantan Selatan	67

Jambi	63
Jawa Barat	63
Sulawesi Barat	60
Nusa Tenggara Barat	59
Kalimantan Barat	58
Kepulauan Bangka Belitung	56
Kalimantan Tengah	55
Papua	53
Maluku	45
Sulawesi Tengah	44
Papua Barat	41
Kalimantan Utara	34
Maluku Utara	23

---

Berita yang kerap dianggap oleh masyarakat sebagai cerminan dari realita, nyatanya adalah hasil konstruksi wartawan yang dibingkai dalam bentuk berita. Kenyataan atas suatu realitas pada dasarnya tergantung dengan bagaimana kita memandang peristiwa tersebut dengan membingkai peristiwa dengan mendefinisikan pemaknaan peristiwa tertentu. Setiap media bebas memilih berita yang akan mereka informasikan, peristiwa politik apa, dengan bahasa politik tergantung pada pertimbangan pihak media, hal ini juga menyangkut pada kebebasan media dalam mewacanakan peristiwa tersebut dalam berita. (Puji, 2021)

Seperti yang Eriyanto (2011, p. 97) tuliskan, bahwa *framing* dapat membuat peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang secara radikal berbeda, hal ini tergantung dengan bagaimana wartawan membingkai berita tersebut. Karena itulah, penonjolan isu dan penempatan isu sangat mempengaruhi bagaimana berita itu sendiri dipandang.

Dalam proses *framing*, *agenda setting* pada media tidak hanya dibatasi pada bagaimana penyampaian informasi tentang suatu fakta saja, tetapi juga pada atribusi (bagaimana keputusan dibuat) dari suatu peristiwa disampaikan. Atribusi fakta atau peristiwa ini sama dengan *media frame*, sedangkan agenda publik adalah bagaimana publik menginterpretasi isu yang didapatkan dari berbagai media informasi baik surat kabar, televisi, radio, maupun media-media online lainnya (Hapsari, 2017). Misalnya saja pada bagaimana peristiwa Puan Maharani bertani di tengah hujan dimuat sebagai suatu berita, penulisan berita ini tidak luput dari bagaimana pandangan jurnalis terhadap peristiwa tersebut. Bagaimana ia menilai dan memutuskan pemilihan isu dan penonjolan aspek, sehingga mengambil keputusan (bagaimana peristiwa itu dipandang).

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis ingin berterimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan artikel ini, terutama Dr. Puji Santoso, S.S., MSP. selaku dosen pembimbing saya, keluarga saya yang selalu mendukung saya, dan rekan-rekan yang dengan setia mendampingi saya.

### **Daftar Pustaka**

- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*. Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. PT. LkiS Printing Cemerlang.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. PT LKiS Printing Cemerlang.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Naratif Dasar-dasar dan Penerapan dalam Analisis Teks Berita Media*. Kencana Prenada Media Group.
- Google. (2021). *Google Trends*.  
<https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&gprop=news&q=puan maharani>
- Hapsari, T. B. (2017). Audiens Framing: Peluang Baru dalam Penelitian Audiens. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 485. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i6.54>
- Josep, M. (2010). Redalyc.La Construcción Social De La Realidad Juridica. *Revista de Ciencias Sociales*. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744577005.pdf>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Puji, S. (2021). *The Construction of the Reality of Coverage Media Television about the Islamic Defenders*.
- Santoso, P. (2016). *Konstruksi Sosial Media Massa*. 1(1), 30–48.  
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/balagh/article/view/505>
- Santoso, P. (2021). Framing Model of FPI News on MetroTV. *Randwick International of Social Science Journal*, 2(3), 275–290. <https://doi.org/10.47175/rissj.v2i3.246>
- Simarmata, S. (2014). *Media dan Politik, Sikap Pers terhadap Pemerintah Koalisi di Indonesia* (S. Simarmata (ed.)). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Weeks, B. E., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2017). Online influence? Social media use, opinion leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), 214–239.