

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun, Penerbit	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Pembeda dengan penelitian ini
1	Pemberitaan Politainment Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pilpres 2019 di <a href="http://www.Viva.co.id">www.Viva.co.id</a> . Dea Rezki Gerastri, 2020	Universitas Riau	Metode Penelitian Kualitatif dengan analisis framing	Berita dikemas dengan perangkat pembingkai pada judul berita dan didukung dengan gaya Bahasa metafora, frase menarik, penggambaran konotatif penjelasan dan ilustrasi visual pada isi teks berita. Pengemasan di dalam berita ini dengan perangkat penalaran berita membuat sisi humanis para paslon menjadi sesuatu yang benar dan masuk akal	Peneliti menyarankan agar penelitian soal politainment tidak berhenti sampai di sini saja.	Penelitian ini akan memperluas cakupan dengan memanfaatkan media online nasional, termasuk Viva.co.id, Media Indonesia, dan Okezone.com, dari awal November 2023 hingga awal Februari 2024.
2	Politik Entertainment Selebriti Parlemen Pusat dalam Konstruksi Media Online	Universitas Budi Luhur	Metode Analisis Wacana Kritis Fairclough	Dalam analisis wacana kritis, penekanan pada wacana bertujuan untuk menggambarkan interaksi yang tercermin	Harapan masyarakat terhadap media besar di negara ini adalah agar mereka dapat mengangkat peristiwa yang	Pembeda dari penelitian ini ialah objek penelitian dan juga media yang ingin digunakan pada penelitian ini ialah, media

	(Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough), Indah Suryawati, 2021.		dalam penggunaan tulisan dan bahasa lisan sebagai bagian dari praktik sosial. Praktik sosial, yang terkait dengan analisis wacana kritis menunjukkan bahwa peristiwa konkret terbentuk dari realitas dan struktur sosial.	melibatkan tokoh terkenal yang saat itu terlibat dalam aktivitas politik, meskipun tokoh tersebut berasal dari kalangan selebriti dan tidak sedang melakukan kegiatan hiburan. Berita politik yang diungkapkan seharusnya menyoroti aspek-aspek yang berkaitan dengan pemertan politik pada publik.	online nasional seperti, Viva.co.id, Okezone.com, dan media Indonesia dengan periode Awal November 2023 hingga Akhir February 2024.
3	Analisis Framing Panduan dan Kosicki Pemberitaan Politainment Jokowi dalam Tribunnews.com pada Masa Kampanye PILPRES 2019	Universitas Brawijaya	Metode Penelitian Observasi dan Reduksional menunjukkan bahwa industri televisi Indonesia, gabungan antara politik dan hiburan telah menjadi sebuah ekologi. Televisi membutuhkan politisi sebagai subjek untuk meraih keuntungan, sementara politisi memerlukan televisi sebagai panggung.	Sebagai media, Tribunnews.com seharusnya menyadari kekuatannya yang signifikan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat. Lebih baik jika dengan pengaruh yang besar tersebut, Tribunnews.com dapat terus memainkan peranannya sebagai salah satu pilar keempat dalam demokrasi Indonesia.	Pembeda dari penelitian ini ialah objek penelitian dan juga media yang ingin digunakan pada penelitian ini ialah, media online nasional seperti, Viva.co.id, Okezone.com, dan media Indonesia dengan periode Awal November 2023 hingga Akhir February 2024.

Sumber : Olahan Peneliti

Referensi pada penelitian ini mencakup studi terdahulu yang relevan sebagai acuan dan panduan bagi penelitian ini, Penelitian yang berjudul “Pemberitaan *Politainment* Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden Pada Pilpres 2019 di [www.viva.co.id](http://www.viva.co.id)” diteliti oleh Dea Rezki Gerastri. (Dea Rezki, 2020). Berkaitan dengan penelitian ini akan mengembangkan penelitian terdahulu

dengan menggunakan media online nasional Viva.co.id, Okezone.com, Media Indonesia pada periode Awal Oktober 2023 – Akhir Februari 2024.

Penelitian selanjutnya dengan judul Politik Entertainment Selebriti Parlemen Pusat dalam Konstruksi Media Online (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough) diteliti oleh Indah Suryawati (Suryawati, 2021). Perbedaan dari penelitian ini ialah objek penelitian dan juga media yang ingin digunakan pada penelitian ini ialah, media online nasional seperti, Viva.co.id, Okezone.com, dan media Indonesia dengan periode Awal Oktober 2023 hingga Akhir Februari 2024.

Penelitian yang berjudul “ Analisis Framing Pan dan Kosicki Pemberitaan *Politainment* Jokowi dalam Tribunnews.com pada masa Kampanye PILPRES 2019” Perbedaan dari penelitian ini ialah objek penelitian dan juga media yang ingin digunakan pada penelitian ini ialah, media online nasional seperti, Viva.co.id, Okezone.com, dan media Indonesia dengan periode Awal Oktober 2023 hingga Akhir Februari 2024.

## **2.2. Teori dan Konsep**

### **2.2.1. Jurnalisme Online**

Jurnalisme online adalah semua bentuk kegiatan jurnalistik yang melibatkan proses pengumpulan, penulisan, dan penyebaran berita melalui platform digital atau internet. Dalam perkembangannya, jurnalisme online telah mengubah cara berita diproduksi dan disajikan kepada masyarakat, membuat akses informasi menjadi lebih cepat, mudah, dan interaktif. Kegiatan jurnalistik online mencakup berbagai tahap, mulai dari pengumpulan fakta di lapangan, wawancara, penelitian, hingga analisis data, yang kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tulisan, video, atau audio untuk disebarluaskan secara digital. Setelah proses pengumpulan informasi selesai, tahap selanjutnya adalah penulisan berita, di mana jurnalis online harus mampu menyajikan informasi secara ringkas, jelas, dan akurat untuk menarik perhatian pembaca yang cenderung mencari informasi dengan cepat di era digital ini. Proses ini juga melibatkan penyuntingan yang cermat, guna memastikan bahwa berita yang disampaikan tidak hanya bebas dari kesalahan tetapi juga mematuhi etika jurnalistik serta menyajikan informasi yang relevan dan faktual.

Jurnalisme online sering kali lebih dinamis dibandingkan dengan media cetak atau televisi tradisional, karena memungkinkan pembaruan berita secara real-time dan memberikan kesempatan bagi pembaca untuk berinteraksi langsung melalui komentar, berbagi di media sosial, dan bahkan memberikan umpan balik secara langsung. Dengan kata lain, jurnalisme online tidak hanya meliputi penyiaran berita semata, tetapi juga menjadi ekosistem yang melibatkan partisipasi aktif dari pembaca, menjadikannya salah satu perkembangan paling signifikan dalam dunia jurnalisme modern.

Jurnalistik Online (Online Journalism) disebut juga Cyber Journalism, Jurnalistik Internet, dan Jurnalistik web (Web Journalism) merupakan "generasi baru" jurnalistik setelah konvensional (Jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (Broadcast Journalism). Sedangkan secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai "memberitakan sebuah peristiwa". (Asep, Syamsul M. Romli 2018: 16). Jurnalisme online menjadi pembeda di bidang jurnalisme seperti biasanya (cetak, tv, radio) yang mempunyai ciri khas yang berbeda-beda, dalam bentuk format, isi ataupun mekanisme serta proses hubungan antara penerbit dengan pembaca atau penguannya.

Dalam analisis media massa ada satu analisis baru yaitu New Media yang memunculkan jurnalisme online. Dimana jurnalisme online tak sama seperti jurnalisme biasanya atau lumrah, jurnalisme online memiliki macam-macam keunggulan yang diberikan, banyak teknik dalam mengirimkan berita yang lebih akurat, lebih besar ketika dipadukan dengan jurnalisme biasa pada media elektronik maupun media cetak contohnya surat kabar atau koran (Alfa Edo, 2020). Online dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau world wide web (www). Online merupakan bahasa internet atau informasi dapat dikases di mana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet (konektivitas).

Keistimewaan lain dari jurnalisme online yaitu kecepatan dalam penyampaian berita dengan baik secara keseluruhan, dari berita yang menarik sekaligus berita yang menyeramkan. Jurnalisme online memiliki keahlian dimana wartawan dapat menyuguhkan berita atau news update. Menurut Rafeli dan Newhagen, terdapat lima pembedaan mendasar antara jurnalisme online dan media

konvensional seperti cetak, televisi, dan radio. Salah satunya adalah kemampuan untuk mengakses internet yang memungkinkan kombinasi media yang lebih luas. Selain itu, jurnalisme online juga memungkinkan siapa pun untuk mengontrol perhatian publik tanpa adanya tirai antara penulis dan pembaca.

Dengan menggunakan internet, jurnalisme online mampu menciptakan interaktivitas web dan menjaga kelangsungan komunikasi (Santana K.2005,137).. Menurut definisi Richard Craig, jurnalisme online adalah proses berbagi cerita menggunakan media online yang mencakup teks, audio, dan video dan memungkinkan pembaca untuk meninjau kembali informasi yang diterbitkan sebelumnya. (Craig, 2005:14).

#### 1. Prinsip Jurnalisme Online

Jurnalisme Online memiliki 5 prinsip jurnalisme online yang unik dan diringkas dalam buku Paul Bradshaw didalam ”*Basic Principal Of Online Journalism*” mengatakan terdapat 5 prinsip dalam jurnalistik online dan diringkas dengan B-A-S-I-C. (M. Romli, 2014: 13-14). Prinsip jurnalisme online terdiri dari :

- a. *Brevity* ( Keringkasan), berita online diharuskan mempunyai sifat ringkas, dalam artian menyesuaikan tingkat aktivitas pembaca yang semakin tinggi.
- b. *Adaptability* ( Kemampuan beradaptasi), seorang wartawan online diwajibkan untuk beradaptasi ditengah-tengah kebutuhan serta profesi publik.
- c. *Scanbility* ( Bisa di pindai ), sifat ini digunakan agar setiap pembaca tidak merasakan keterpaksaan dalam membaca berita yang tidak sesuai dengan keinginan mereka.
- d. *Interactivity* (Interaktivitas), yaitu komunikasi antara seorang pembaca dengan jurnalis. Seorang pembaca diharuskan untuk menjadi pengguna (*user*), dengan tujuan agar pembaca merasa dikaitkan serta mereka akan merasa dihargai dan senang dengan berita yang tersedia.
- e. *Community and conversation* ( Kelompok serta percakapan), media online mempunyai peranan besar dalam penjarangan sebuah komunitas. Seorang jurnalis online juga harus memberikan feed back kepada publik sebagai imbalan atas interaksi yang dilakukan publik.

## 2. Karakteristik Jurnalisme online

Jurnalisme Online selain memiliki 5 prinsip, Jurnalisme Online pun memiliki ciri atau 6 karakteristik Jurnalisme Online sebagaimana yang dikatakan oleh Mike Ward. Karakter Jurnalisme Online diantaranya yaitu :

- a. *Immediacy* : Kecepatan dalam menyampaikan informasi. Televisi dan radio dapat cepat menyampaikan berita, melalui program siaran yang sedang live (*Breaking News*). Sementara jurnalistik online tidak seperti itu, dalam hitungan menit maupun hitungan detik sebuah berita bisa diunggah.
- b. *Multiple Pagination* : Dapat diwujudkan banyak halaman atau *page*, berkaitan satu dengan yang lainnya, atau dapat dibuka sendiri.
- c. *Multimedia*, : Menyajikan bentuk gabungan dari tulisan, gambar, audio maupun video.
- d. *Flexibility Delivery Platform* : Seorang wartawan media online mampu mengetik berita dimanapun berada dan kapan saja.
- e. *Archiving* : Dapat diarsipkan, dapat digolongkan menurut kategori atau *keyword*, dan tersimpan lama sehingga dapat diakses kapanpun.
- f. *Relationship with reader* : bisa berinteraksi bersama pembaca secara langsung maupun lewat sebuah kolom komentar.

Jurnalisme online memiliki peran signifikan dalam menyajikan informasi dengan cepat dan luas, yang sangat relevan dalam pengemasan *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden pada media berita online nasional. Platform berita online memungkinkan penyebaran informasi dalam hitungan detik, memperkuat dampak berita terhadap persepsi publik. Selain itu, aksesibilitas dan jangkauan yang luas memudahkan masyarakat untuk mengakses berita *politainment*, membentuk citra dan reputasi kandidat melalui bagaimana mereka dikemas di media. Penggunaan multimedia seperti video, gambar, dan grafik interaktif membuat pengemasan *politainment* menjadi lebih menarik dan engaging bagi pembaca.

Jurnalisme online memegang peran penting dalam mengemas dan menyebarkan *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden. Penelitian dalam bidang ini penting untuk memahami bagaimana media membentuk persepsi publik, serta dampaknya terhadap proses politik dan demokrasi. Memahami

dinamika ini bisa membantu dalam mengembangkan strategi komunikasi politik yang lebih efektif dan etis, serta dalam mengedukasi publik tentang pentingnya kritis terhadap informasi yang mereka terima.

### **2.2.2. Media Berita *Online***

Media online adalah salah satu produk dari jurnalistik digital atau cyber journalism yang bertujuan menyampaikan berita atau laporan tentang peristiwa yang sedang berlangsung kepada masyarakat melalui platform online yang dapat menyebarkan informasi secara luas. Media online ini disebut sebagai generasi ketiga, setelah media cetak seperti koran, buku, dan majalah, serta media elektronik seperti televisi, radio, dan film. Dalam studi media atau komunikasi media massa, media *online* dikategorikan sebagai objek kajian teori "media baru" (M.Romli, 2019). Menurut Nielsen dalam buku yang berjudul "Media Now" menjelaskan bahwa hampir setengah dari pengguna ponsel memanfaatkan internet untuk melihat konten surat kabar yang paling populer setelah portal dan email (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012).

Media berita *online* ini memiliki berbagai kategori yakni website, portal, radio *online*, tv *online* yang mengacu pada penyajian informasi dalam bentuk berita melalui internet agar masyarakat mudah untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan media yang cukup pesat membuat media berita *online* terbagi menjadi beberapa yang didasari dengan kebutuhan informasi yang signifikan sebagai berikut:

#### **1. Media Berita *Online* Nasional**

Proses penyebaran informasi secara luas merupakan salah satu tugas utama media nasional. Media nasional memberitakan berbagai peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan dari berbagai daerah di Indonesia. Dalam penelitian ini menggunakan media MediaIndonesia, Viva.co.id, dan Okezone.com dimana ketiganya merupakan media *online* nasional yang cukup dikenal oleh masyarakat untuk mencari informasi.

### 2.2.3. Karakteristik Media Online

Perbedaan utama jurnalistik *online* dengan “Jurnalistik Tradisional” (Cetak, radio, TV adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di- *update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (*user*). Jurnalistik *online* juga “tidak mengenal” tenggat waktu (*deadline*) sebagaimana dikenal di media cetak. *Deadline* bagi jurnalistik *online* dalam pengertian “ Publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung.

Jurnalistik *online* dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan yang memungkinkan terjadinya interaksi antara *Jurnalist* dengan *audiens* dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain.

Mike Ward dalam *Journalism Online* (Focal Press, 2002) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional (keunggulan), yaitu :

1. Kecepatan: Berita dalam media online disampaikan dengan cepat, memberikan informasi tentang peristiwa yang baru terjadi dengan cepatnya.
2. Ketepatan waktu: Berita disajikan berdasarkan informasi aktual dengan kemudahan dan cepat.
3. Pembaruan: Informasi diperbarui dengan cepat, memberikan manfaat kepada masyarakat untuk terus mengikuti perkembangan suatu peristiwa.
4. Keterbukaan: Proses pembuatan berita, baik penulisan maupun penyuntingan, dapat dilakukan dengan fleksibel, memudahkan jurnalis dalam menyajikan berita di media online.
5. Jangkauan global: Penyebaran berita melalui media online dapat mencakup berbagai negara menggunakan alat komunikasi elektronik yang terhubung dengan internet.
6. Kapasitas besar: Penyajian berita dalam media online memiliki kapasitas yang besar untuk menampilkan peristiwa yang terjadi di pada halaman web.

7. Terhubung: Fitur hyperlink pada media online mendukung penyajian berita yang lengkap dengan mencantumkan sumber atau tautan yang terkait dengan informasi yang disajikan.
8. Multimedia: Berita yang tersaji dalam media online akan mencakup berbagai informasi lengkap dalam berbagai format seperti teks, grafis, gambar, audio, dan video untuk mendukung kelengkapan berita.
9. Interaksi: Media online memungkinkan interaksi langsung antara jurnalis dan masyarakat melalui fitur komentar, suka, bagikan, atau kolom obrolan pada penyajian berita.
10. Terdokumentasi: Berita yang telah dipublikasikan akan disimpan dalam bank data dan mudah ditemukan melalui tautan, artikel terkait, dan fitur pencarian (Indar, L. M. (2019)).

Pada konsep media berita online ini memiliki kaitan erat dengan konsep media online. Media online unggul dalam kecepatan penyebaran informasi dan aksesibilitas yang luas, memungkinkan pengumpulan data secara cepat dan efisien. Selain itu, interaktivitas tinggi dan partisipasi pengguna melalui komentar dan media sosial mempengaruhi bagaimana berita diterima dan diinterpretasikan oleh audiens. Elemen multimedia yang sering digunakan dalam berita online, seperti teks, gambar, dan video, juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens dan membentuk persepsi tentang kandidat. Algoritma dan personalisasi konten yang digunakan oleh media online dapat mempengaruhi frekuensi kemunculan berita tentang kandidat tertentu, sehingga berdampak pada eksposur dan persepsi publik.

Pola konsumsi berita yang fleksibel di media online memungkinkan pengguna memilih berita yang ingin dibaca kapan saja, dan penelitian ini dapat menganalisis bagaimana pola konsumsi tersebut berkaitan dengan periode kampanye dan peristiwa penting. Selain itu, jangkauan global media online memungkinkan berita *politainment* diakses oleh audiens yang lebih luas, termasuk diaspora Indonesia. Data analitik yang kaya dari media online, seperti jumlah klik dan interaksi pembaca, dapat digunakan untuk mengukur popularitas berita dan mengidentifikasi tren serta preferensi audiens. Dengan mempertimbangkan konsep-konsep ini, penelitian ini akan menganalisis tidak hanya isi berita *politainment*,

tetapi juga bagaimana karakteristik unik media online mempengaruhi penyebaran dan konsumsi berita tersebut, memberikan wawasan tentang peran media online dalam membentuk persepsi publik terhadap kandidat calon presiden dan wakil presiden.

#### **2.2.4. Berita**

Istilah berita dari Bahasa sanskerta yakni Vrit. Dalam Bahasa Inggris “write” dan artinya ada atau terjadi. Ada juga yang menyebut dengan Vritta dan berarti kejadian ataupun yang telah terjadi. Sementara menurut kamus, kata berita ialah laporan terkait kejadian ataupun peristiwa terhangat. Pada umumnya, berita ialah laporan tercepat tentang fakta ataupun ide terbaru yang menarik, benar, atau penting untuk sebagian besar masyarakat. (Bagus Sasmito 2020 : 17).

Pengertian berita yang lain ialah, suatu informasi tentang hal yang sedang terjadi, diberitahukan dengan bentuk cetak, internet, siaran, ataupun dari mulut ke mulut. Berita juga dipublikasikan lewat media secara berkala misalnya surat kabar, televisi, radio, ataupun media online. Sedangkan pengertian berita menurut para ahli yaitu,

Definisi berita menurut ahli (Assegaf, 1983:24) merupakan suatu peristiwa hanya menjadi berita apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan. Berita di definisikan sebagai informasi yang dihimpun menjadi satu kesatuan dan disebar oleh wartawan melalui berbagai media massa. Awalnya, teks berita umumnya ditemukan dalam surat kabar, majalah, dan tabloid. Namun, saat ini, teks berita dapat diakses melalui situs media online hanya dengan menggunakan ponsel pintar.

Definisi berita menurut buku *Jurnalistik Teori dan Praktik Karya Kusumaningrat*, pengertian berita adalah informasi actual tentang fakta-fakta dan berbagai opini yang menarik perhatian orang. Berbagai informasi tentunya akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat setiap harinya, entah untuk mengikuti perkembangan atau sebagai sebuah pengetahuan baru. Penelitian ini akan menjadikan berita yang terdapat pada portal berita online sebagai objek penelitian.

Pengertian berita menurut Nasution dalam Alief (2008:1), pengertian berita ialah laporan terkait peristiwa-peristiwa yang terjadi dan ingin diketahui secara umum, yang bersifat aktual, telah terjadi dalam lingkungan pembaca, berhubungan

dengan tokoh terkemuka, dan akibat peristiwa tersebut bisa berpengaruh kepada pembaca.

Pada penelitian ini menggunakan unit analisis yang di dapat dari sebuah berita, berasal dari MediaIndonesia, Viva.co.id, dan Okezone.com. Lalu dari masing-masing media memiliki 19 berita *politainment* untuk MediaIndonesia, 75 berita *politainment* untuk Viva.co.id, dan 114 untuk Okezone.com. Periode yang digunakan untuk penelitian ini dari Oktober 2023 hingga Februari 2024. Kemudian berita yang sudah di pilih akan dianalisa oleh peneliti.

#### **2.2.4.1. Tema Berita**

Definisi tema berita adalah subjek atau topik yang menjadi focus utama dari sebuah laporan atau artikel berita. Tema berita mengidentifikasi pokok pembahasan atau isu yang disajikan dalam sebuah berita dan menentukan arah dan ruang lingkup dari informasi yang disampaikan. Tema berita biasanya mencerminkan peristiwa, masalah, atau tren yang relevan dan signifikan dalam masyarakat waktu tertentu.

Dalam merumuskan sebuah tema terdiri dari satu kalimat dan tidak bisa lebih. Hal ini lah yang menjadi pembeda antara topik dan tema. Proses perumusan tema ada tiga hal yang harus dipertimbangkan atau dapat disebut sebagai prosedur sebuah tema yaitu:

1. Tema harus dapat dikembangkan serta disusun dengan rinci sebagai pemikiran yang objektif.
2. Tema merupakan kesatuan pikiran yang dapat menjadi petunjuk atau tujuan dari penulisan. Tema dapat menjadi gagasan penulis untuk dapat tajam dan fokus dengan tulisan tersebut.
3. Tema merupakan hal yang orisinal atau khas. Dapat diartikan sebagai bentuk hasil karya asli penulis bukan tiruan atau hal yang sudah pernah dituliskan oleh orang lain. (Nindi, 2019)

Tema berita pada penelitian ini tentang pengemasan *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden pada media berita online nasional. Dalam penelitian ini, penting untuk memahami bagaimana tema-tema berita dipilih dan dikemas untuk menarik perhatian publik. Tema berita yang berfokus pada aspek-

aspek kehidupan pribadi, kontroversi, dan sensasi cenderung digunakan dalam *politainment* untuk meningkatkan daya tarik berita dan keterlibatan pembaca. Pemilihan tema ini sering kali didorong oleh tujuan untuk meningkatkan klik dan interaksi, yang sangat penting dalam ekosistem media online yang kompetitif.

#### **2.2.4.2. Jenis Berita**

Menurut Asep Syamsul (2009), jenis jenis berita yang dikenalkan pada dunia bidang jurnalistik, antara lain :

1. *Straight News* adalah jenis berita yang disusun berdasarkan data yang diperoleh secara langsung dan jelas. Berita ini disajikan secara ringkas dan apa adanya, tanpa tambahan opini atau interpretasi. Sebagian besar halaman surat kabar atau berita utama (*headline*) biasanya menggunakan jenis berita ini.
2. *Hard News* adalah berita yang memiliki nilai informasi sangat penting bagi masyarakat, khususnya tentang peristiwa terkini yang mendesak, sehingga harus segera disampaikan. Jenis berita ini membutuhkan kecepatan dalam penyampaian agar relevan.
3. *Soft News* adalah berita yang berfokus pada informasi ringan dengan tujuan untuk menghibur, memberikan wawasan, serta menggugah emosi pembaca. Berita ini tidak terikat oleh waktu atau urgensi, sehingga dapat disajikan kapan saja tanpa terbatas oleh kecepatan penyampaian.

Jenis berita pada penelitian berkaitan dengan pemberitaan pengemasan *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden pada media berita online nasional. Dalam penelitian ini, penting untuk mengkategorikan jenis-jenis berita yang sesuai dengan pemberitaan *politainment* pada penelitian ini.

#### **2.2.4.3 Nilai Berita**

Nilai berita, atau yang dikenal sebagai kelayakan berita, adalah ukuran yang digunakan untuk menilai apakah suatu informasi, kejadian, atau peristiwa memiliki elemen yang dapat dianggap sebagai berita. Agar sebuah peristiwa dapat

dikategorikan sebagai berita, terdapat kriteria dan nilai tertentu yang harus dipenuhi. Informasi tersebut harus memenuhi syarat-syarat tertentu agar layak disajikan melalui media massa. Kemudahan internet dalam menyajikan ri uan peristiwa yang terjadi membuat jurnalis mampu menjalankan standar ukuran dan nilai dari sebuah peristiwa yang terjadi membuat jurnalis mampu menjalankan standar ukuran dan nilai dari sebuah peristiwa dan dikategorikan menjadi berita ( Latief, 2021). Berdasarkan buku berjudul "Jurnalistik Menggerakkan" (Baskoro, 2003) memaparkan kategori nilai berita, sebagai berikut:

1. *Magnitude* (Besar)  
*Magnitude* didefinisikan sebagai peristiwa yang mencantumkan angka-angka yang memiliki pengaruh bagi masyarakat.
2. *Significance* (Penting)  
*Significance* merupakan suatu peristiwa yang memiliki pengaruh atau akibat kepada kehidupan masyarakat.
3. *Conflict* (Konflik)  
Konflik merupakan nilai berita yang mencakup peristiwa pertentangan baik itu antarindividu atau kelompok yang mampu menarik minat audiens.
4. *Timeliness* (Waktu)  
Timeliness didefinisikan sebagai tolak ukur nilai berita yang menekankan pada kebaruan mengutamakan kecepatan dalam penyajian beritanya. Berita sebagai pusat informasi jika semakin baru peristiwa yang terjadi dan segera ditayangkan sehingga semakin tinggi nilai beritanya.
5. *Proximity* (Kedekatan)  
Kedekatan sebuah peristiwa dengan masyarakat akan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk membaca berita tersebut. Kedekatan ini dihubungkan dengan psikologis, sosiologis, dan budaya. Suatu peristiwa yang terjadi dalam lingkup terdekat akan meningkatkan ketertarikan masyarakat mengenai peristiwa tersebut.
6. *Human Interest* (Manusiawi)  
Berita yang menyangkut unsur *Human Interest* atau kemanusiaan ini diduga akan menarik empati, simpati, atau menyentuuuh perasaan masyarakat yang membaca berita tersebut. Sehingga berita yang mengandung unsur

kemanusiaan ini dapat menarik perhatian dan menyentuh perasaan masyarakat.

7. *Prominence* (Keterkenalan)

Kejadian yang menyangkut hal-hal terkenal atau pembaca akan mengenalnya. Keterkenalan ini bukan mengenai nama orang terkenal saja tetapi dengan tempat-tempat terkenal ataupun peristiwa-peristiwa bersejarah lainnya. Sehingga nilai berita yang menyangkut mengenai keterkenalan atau *prominence* semakin bernilai dan menarik bagi masyarakat.

8. *Oddity* (Unik)

Peristiwa yang mengandung hal unik akan meningkatkan perhatian masyarakat. Hal unik meliputi sebuah hobi yang tidak umum akan memiliki nilai berita (Latief, 2021)

9. *Impact* (Pengaruh)

Peristiwa yang memiliki nilai berita dikarenakan memiliki pengaruh yang cukup besar untuk masyarakat sehingga masyarakat akan tertarik untuk membaca berita tersebut (Wendratama, 2017).

Pada penelitian ini memiliki berita dengan jumlah banyak dan pada setiap beritanya memiliki nilai berita yang berbeda-beda. Berkaitan dengan pemberitaan *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden pada penelitian ini maka nilai berita sangat diperlukan.

#### 2.2.4.4. Narasumber Berita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, narasumber adalah orang yang memberi (mengetahui secara jelas atau menjadi sumber) informasi. Sumber memang penting untuk mengembangkan suatu cerita dalam memberikan makna dan kedalaman suatu peristiwa atau keadaan. Mutu tulisan wartawan tergantung pada mutu sumbernya. Semua sumber, baik itu orang (*Human Resources*) maupun informasi, seperti dari catatan, dokumen, referensi, buku, klipin, dan sumber lainnya (*physical sources*), yang akan digunakan wartawan haruslah disebutkan asalnya. Karena bila tidak disebutkan, maka itu suatu tindakan plagiat.

Bila ingin menggunakan orang sebagai sumber, wartawan harus mencari sumber yang layak atau memenuhi syarat. Untuk bicara. Sedangkan jika ingin menggunakan catatan atau dokumen dan sejenisnya, harus hati-hati karena mungkin saja sudah ada perkembangan baru.

Narasumber yang baik adalah seseorang yang berpengalaman dalam suatu bidang dan memiliki perasaan yang tajam dengan wartawan tentang perlunya publik mengetahui apa yang sedang terjadi sebenarnya. (Bagus Sasmito 2020 : 17). Dalam penelitian ini menggunakan 3 (Tiga) narasumber yang sesuai dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Kerabat/keluarga

Kerabat atau disebut juga keluarga mempunyai pengertian sebagai unit sosial terkecil dari masyarakat. Kerabat yang pada dasarnya merupakan arti keluarga kita atau dapat juga disebut sebagai keluarga besar. Entah dari keluarga ayah atau ibu, semua anggota tersebut termasuk kerabat. Oleh karena itulah kerabat dapat tersebar dimanapun sesuai dengan pilihan individu dan kelompok dalam memilih rumah yang ditempati. Pengertian kerabat menurut ahli Meyer Fortes, Pengertian kekerabatan adalah sebuah sistem sosial yang ada di masyarakat, sistem ini dapat digunakan untuk menggambarkan struktur sosial yang ada di masyarakat. Struktur sosial yang terikat karena hubungan darah yang terjadi di lingkungan sosialnya.

2. Politikus

Arti kata dari polis sendiri adalah suatu kota yang memiliki status negara kota atau *city state*. Seiring berkembangnya zaman, pengertian politik juga turut berkembang di Yunani yang dapat ditafsirkan sebagai proses interaksi yang dilakukan oleh individu dengan individu lain agar bisa mencapai kebaikan bersama. Politik adalah suatu cara seseorang dalam membuat suatu keputusan pada kehidupan berkelompok. Oleh karena itu politik juga mengacu pada suatu cara membuat kesepakatan antar manusia sehingga mereka bisa hidup berdampingan atau berkelompok dalam suatu suku, kota bahkan hingga di negara. Ada dualisme penggunaan kata "politikus" dan "politisi" di masyarakat. Agar tidak timbul dualisme,

ketegasan terhadap pemaknaan setiap lema dalam KBBI, termasuk ”politikus” dan ”politisi”, sangat diperlukan.

3. Selebriti

(Novita, Radja 2017) Kandidat menurut Hafied Cangara (2009: 286), tidaklah berdiri sendiri antara partai politik dengan media, tetapi jauh lebih dalam lagi. Dengan kata lain, peran PR politik sudah masuk dalam kehidupan pribadi kandidat untuk menjembatani komunikasi kandidat dengan pemilih lebih dalam. Seleb adalah orang terkenal yang setiap tingkah lakunya tidak luput dari sorotan media massa. Ada sebagian selebritas yang populer karena kiprah dan prestasinya, tetapi tak sedikit juga yang populer karena hal-hal kontroversial.

4. Jurnalis

Jurnalis adalah seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan jurnalistik, contohnya menulis, menganalisis, dan melaporkan segala suatu peristiwa kepada publik melalui media massa secara teratur. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jurnalis diartikan sebagai orang yang bekerja mengumpulkan dan menulis pemberitaan baik itu di media massa cetak maupun media massa elektronik.(Abubakar, 2023). Jadi, kegiatan jurnalistik tak terbatas pada koran, majalah saja, tetapi juga pada media online yang menjadi salah satu ranah pekerjaan dari seorang jurnalis. kegiatan jurnalistik yang dimaksudkan yaitu proses pencaharian, pengumpulan, peliputan, dan penulisan. Kemudian, berita akan disebarluaskan melalui media massa cetak maupun elektronik (Abubakar, 2023). Jurnalis sendiri harus memiliki keterampilan dalam mencari berita, ada kalanya jurnalis harus memerlukan kemampuan negosiasi untuk mencapai suatu tujuan pemberitaan, disamping melakukan aktivitas untuk mengumpulkan bahan berita. Ada pun beberapa tugas jurnalis yang patut menjadi perhatian dalam menjalankan tugas jurnalistik antara lain menyajikan berita, menafsirkan berita, dan menafsirkan fakta dan Jurnalis mendapatkan berita melalui observasi di lapangan dan tidak ada sama sekali kutipan untuk berita yang narasumbernya dari jurnalis langsung (Abubakar, 2023).

Pada penelitian ini berkaitan dengan pemberitaan *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden tentunya menggunakan narasumber yang akurat guna memperkuat informasi dan data yang nantinya akan diolah pada penelitian ini. Dari ketiga narasumber yang dipilih oleh penelitian ini sangat penting karena sangat relevan dengan unit analisis yang dipilih oleh penelitian ini.

#### 5. Masyarakat

Secara umum pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu/orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan “society” artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan, berasal dari kata latin socius yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab syaraka yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Dengan kata lain pengertian masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antar kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi menurut (Karl Marx). Menurut Emile Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu system hidup bersama. (Emile Durkheim).

Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan. Ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, Mac Iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006: 22), mengatakan bahwa masyarakat adalah suatu system dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antar berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia.

#### 2.4.4.5. Nada Berita

Nada atau tone Berita, yang dimaksud pada sebuah pemberitaan ini memiliki arti sebagai bentuk kecenderungan isi berita yang disajikan. Nada berita ini terbagi menjadi beberapa bagian yakni positif, negative, ataupun netral. Nada ini berperan untuk melihat pemberitaan ini mengarah pada hal yang positif, negative, netral ( Fikri, 2021).

1. Positif : Sebuah berita yang mengarahkan pada positif jika pesan yang disajikan oleh berita utama mengandung unsur dukungan terhadap objek pemberitaan.
2. Negatif : Selain itu sebuah berita dapat dikatakan negative jika pesan yang disampaikan dalam berita ini mengandung unsur ujaran meremehkan, menolak, dan mencela.
3. Netral : Lain halnya, dalam sebuah berita dapat dikatakan netral jika pesan yang disajikan berimbang tidak dominan mengarah negative ataupun positif tanpa mempengaruhi objek pemberitaan tersebut.

Hubungan nada berita dengan penelitian ini untuk di setiap pemberitaan kandidat calon presiden dan calon wakil presiden pada ketiga media online nasional MediaIndonesia, Viva.co.id, dan Okeozone.com. Tentunya pada masing-masing berita memiliki nada berita atau arti. Maka dari itu nada berita sangat diperlukan guna meyakinkan penelitian untuk membedakan nada atau arti pada setiap unit analisis yang dipilih oleh penelitian ini.

#### **2.2.4.6. Politainment**

Berita *politainment* merupakan berita yang berisikan hiburan, Walaupun terdengar seperti istilah yang baru dan tidak serius, *polita.inment* telah dianalisis oleh beberapa ahli politik dan komunikasi, seperti David Schultz dan Justu.s Nielan.d.. *Politainment*, yang dianggap sebagai berita yang memberikan ruang bagi politisi untuk menampilkan dan mengembangkan strategi komunikasi, menguntungkan konten politik. Demikian pula, penonton juga mendapat manfaat karena isu-isu politik tidak lagi dianggap sebagai masalah yang terlalu serius yang tidak bisa dibicarakan, karena telah dihadirkan dengan dramatisasi dan kejutan yang menghibur. *Politainment* mengurangi pentingnya semua aspek. Politik tidak lagi

hanya tentang program dan data, juga tidak lagi tentang kredibilitas dan kapabilitas. Media cenderung memfokuskan perhatian pada aspek-aspek politik yang dapat menghibur penonton. Definisi lain menjelaskan bahwa *politainment* merupakan berita yang tidak berkualitas. Namun berbicara tentang kalitas, tidak semua kualitas yang ada pada berita *politainment* ini mengandung kualitas pemberitaan yang tidak sesuai untuk dijadikan sebuah pemberitaan.

Berita *politainment* yang mencakup elemen personalisasi, seperti yang terlihat dalam publikasi Viva.co.id, Okezone.com, dan Media Indonesia, termasuk kategori yang kurang berkualitas. Unit analisis, terutama yang bersifat teknis, menunjukkan kualitas rendah. Penyusunan setiap berita harus mencakup 5W+1H, namun keberagaman narasumber tidak terpenuhi secara maksimal di kedua media tersebut.

Hubungan dengan penelitian ini ialah *politainment* menjadi sebuah objek pada penelitian ini. *Politainment* ini diambil pada 3 media yaitu, viva.co.id, Okezone.com, dan media Indonesia. Pada 3 media itu terdapat juga 3 kepemilikan pada setiap media nya. Sehingga pemberitaan *politainment* nya pun berbeda pada setiap medianya.

#### **2.2.4.6.1 Tema *Politainment***

*Politainment* memiliki beberapa tema untuk dijadikan sebuah berita guna mengukur kualitas berita *politainment* sendiri. Berikut beberapa tema berita *politainment* yaitu (Ellya Pratiwi, 2019) :

1. *Personalisasi*

Personalisasi atau penonjolan aspek personal dari satu narasumber. Tema-tema pemberitaan yang dipilih berdasarkan sosok pribadi seseorang yang dianggap memiliki prominence. (Lestari,2017). Disebut juga dengan istilah “nama bisa menjadi berita”. Sensasionalisme personal dapat dilihat melalui dua hal yaitu, terdapat personalisasi yang melihat individu tertentu sebagai aktor utama atau aktor tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa dan penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebihi-

lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis (Lestari,2017).

2. *Trivialisasi*

Trivialisasi adalah proses sesuatu yang penting atau serius dibuat menjadi tampak tidak penting. Dalam konteks media dan *politainment trivialisasi* merujuk pada cara di mana berita atau informasi penting, seperti isu-isu politik atau kandidat dalam pemilu, disajikan dengan cara yang mengurangi keseriusan dan kedalaman isu tersebut, sering kali dengan menambahkan elemen hiburan atau sensasionalisme.

Dampak dari *trivialisasi* dalam media berita online adalah bahwa masyarakat mungkin menjadi kurang terinformasi tentang isu-isu penting dan lebih terfokus pada aspek-aspek yang sepele atau sensasional. Ini dapat mempengaruhi kualitas diskusi publik dan pemahaman masyarakat tentang isu-isu politik yang kritis. Dalam Penelitian ini *trivialisasi* mungkin menjadi salah satu aspek yang dianalisis untuk melihat bagaimana media mengemas berita politik dan dampaknya terhadap persepsi publik tentang kandidat Presiden dan Wakil Presiden. (Justito, 2019)

3. *Sensasionalisme*

Sensasionalisme dalam pemberitaan media adalah Menurut Dewan Pers unsur sensasionalisme dalam berita dapat diartikan sebagai sifat suka menimbulkan sensasi (Dewan Pers, 2014). Sensasionalisme tidak dapat dibenarkan dalam karya jurnalistik yang menekankan objektivitas penyajian. Indikator emosionalisme Dalam sensasionalisme yang dimaksud adalah penonjolan aspek emosi seperti ekspresi suka, benci, sedih, gembira, marah, kecewa yang berlebihan dibandingkan aspek logis rasional dalam penyajian sebuah berita (Dewan Pers,2014).

- a. Rumor, adalah pembicaraan atau gosip yang beredar di masyarakat tentang suatu hal, seseorang, atau kelompok tertentu. Misalnya, rumor mengenai asal-usul kekayaan seseorang yang diduga berasal dari tindakan korupsi, meskipun kebenarannya belum terbukti. Contoh lainnya adalah rumor tentang transfer pemain sepak bola ke sebuah klub yang beredar sebelum ada pernyataan resmi dari klub tersebut. Asal-usul rumor ini sering kali tidak

jelas, apakah berasal dari karangan pembuat cerita atau sekadar desas-desus yang kemudian diolah menjadi berita oleh pihak tertentu. (Youna, 2021)

- b. Spekulasi, dalam konteks pemberitaan media adalah penyajian informasi yang tidak memiliki landasan fakta yang kuat atau kebenarannya belum dapat diverifikasi. Informasi ini biasanya berupa prediksi, dugaan, atau opini yang sering didasarkan pada rumor atau narasi yang tidak terkonfirmasi. Spekulasi semacam ini sering digunakan untuk menarik perhatian audiens, tetapi jika tidak disertai klarifikasi atau fakta pendukung, dapat menyesatkan dan memengaruhi persepsi publik.

Hubungan penelitian dengan teori tema *politainment* ini guna memudahkan peneliti membedakan kualitas berita *politainment* kandidat calon presiden dan wakil presiden untuk dijadikan sebagai unit analisis penelitian ini. Dengan adanya tema *politainment* juga membuat penelitian ini mengetahui bahwa pada setiap pemberitaan memiliki jenis kategori tema yang berbeda-beda. Sehingga tema *politainment* ini sangat diperlukan oleh penelitian ini.

#### **2.2.4.7. Kepemilikan Media**

Di setiap kanal media online nasional tentunya memiliki kepemilikan pada setiap media tersebut. Setiap media yang dimiliki oleh sebuah partai maka media tersebut lebih mengutamakan pemberitaan terkait partainya atau ketua nya tersebut. Di kepemilikan media selalu merujuk pada siapa atau entitas apa yang memiliki dan mengendalikan outlet media tertentu, baik itu surat kabar, saluran televisi, stasion radio, situs web berita, atau platform media sosial. Kepemilikan media dapat berpengaruh signifikan terhadap keberagaman perspektif yang disajikan dalam pemberitaan, kebebasan pers, dan pluralism media. (Juni Wati 2016 : 10)

#### **1. Jenis-Jenis Kepemilikan Media**

- a. Kepemilikan Individual :

Ini merujuk pada media yang dimiliki dan dioerasikan oleh 1 individu atau kelompok kecil individu. Contohnya seperti jurnalis independent

- b. Kepemilikan Korporasi :

Banyak outlet media dimiliki oleh perusahaan besar atau konglomerat media. Kepemilikan korporasi dapat mencakup berbagai jenis perusahaan, termasuk dapat mencakup berbagai jenis perusahaan, perusahaan media tradisional, perusahaan teknologi, atau perusahaan lain yang di luar industri

c. Kepemilikan Publik :

Beberapa media yg dimiliki oleh masyarakat umum, seperti saham yang dapat di organisir oleh individu.

d. Kepemilikan Nirlaba :

Media yang dimiliki oleh organisasi nirlaba, seperti Yayasan amal atau Lembaga Pendidikan.

e. Kepemilikan Pemerintahan :

Beberapa negara memiliki outlet media yang dimiliki dan dioperasikan oleh pemerintah.

Ini mencakup standar etika jurnalistik, profesionalisme, kebebasan pers, serta pertimbangan hukum dan komersial. Tujuannya adalah untuk memastikan berita dan konten editorial disampaikan dengan obyektif, akurat, dan independen. Namun, implementasi kebijakan redaksional dapat bervariasi antara media bergantung pada faktor seperti kepemilikan, nilai perusahaan, dan pertimbangan lainnya.

Kepemilikan media dapat mempengaruhi arah editorial, bias berita, dan cara informasi disajikan kepada publik. Media yang dimiliki oleh individu atau kelompok dengan afiliasi politik tertentu mungkin cenderung menyajikan berita dengan nada yang menguntungkan pihak yang mereka dukung atau merugikan lawan politiknya. Dalam konteks *politainment*, di mana berita sering kali menyoroti aspek-aspek sensasional dan pribadi dari kandidat, kepemilikan media dapat memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana kandidat dipresentasikan. Penelitian ini akan mengeksplorasi apakah ada pola tertentu dalam pemberitaan yang terkait dengan kepemilikan media. Misalnya, media yang dimiliki oleh individu atau kelompok yang mendukung salah satu kandidat mungkin lebih sering menampilkan berita positif tentang kandidat tersebut dan lebih negatif tentang lawannya.

Dengan menganalisis berita dari MediaIndonesia.com, Viva.co.id, dan Okezone.com, penelitian ini akan mengidentifikasi apakah ada perbedaan signifikan dalam frekuensi, tema, dan nada berita terkait kandidat berdasarkan afiliasi kepemilikan media tersebut. Analisis ini akan memberikan wawasan tentang sejauh mana kepemilikan media mempengaruhi pengemasan *politainment* dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi persepsi publik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengungkap pola pemberitaan *politainment* tetapi juga menggambarkan dinamika kekuasaan di balik layar media dan dampaknya terhadap proses demokrasi.

### 2.3. Indikator dan Tabel Definisi Operasional

Tabel 2.2 Indikator dan Definisi Operasional

No	Kategori	Indikator	Bentuk
1.	Tema Politainment	<i>Personalisasi</i>	Personalisasi atau penonjolan aspek personal dari satu narasumber. Tema-tema pemberitaan yang dipilih berdasarkan sosok pribadi seseorang yang dianggap memiliki prominence. (Lestari,2017). Disebut juga dengan istilah “nama bisa menjadi berita”. Sensasionalisme personal dapat dilihat melalui dua hal yaitu, terdapat personalisasi yang melihat individu tertentu sebagai aktor utama atau aktor tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa dan penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis (Lestari,2017).
		Rumor	Rumor, adalah pembicaraan atau gosip yang beredar di masyarakat tentang suatu hal, seseorang, atau kelompok tertentu. Misalnya, rumor mengenai asal-usul kekayaan seseorang yang diduga berasal dari tindakan korupsi, meskipun kebenarannya belum terbukti. Contoh lainnya adalah rumor tentang transfer pemain sepak bola ke sebuah klub yang beredar sebelum ada pernyataan resmi dari klub tersebut. Asal-usul rumor ini sering kali tidak jelas, apakah berasal dari karangan pembuat cerita atau sekadar desas-desus yang kemudian diolah menjadi berita oleh pihak tertentu. (Youna, 2021)

		Spekulasi	Spekulasi, dalam konteks pemberitaan media adalah penyajian informasi yang tidak memiliki landasan fakta yang kuat atau kebenarannya belum dapat diverifikasi. Informasi ini biasanya berupa prediksi, dugaan, atau opini yang sering didasarkan pada rumor atau narasi yang tidak terkonfirmasi. Spekulasi semacam ini sering digunakan untuk menarik perhatian audiens, tetapi jika tidak disertai klarifikasi atau fakta pendukung, dapat menyesatkan dan memengaruhi persepsi publik. (Rieka,2017)
		<i>Sensasionalisme</i>	Menurut Dewan Pers unsur sensasionalisme dalam berita dapat diartikan sebagai sifat suka menimbulkan sensasi (Dewan Pers, 2014). Sensasionalisme tidak dapat dibenarkan dalam karya jurnalistik yang menekankan objektivitas penyajian. Indikator emosionalisme Dalam sensasionalisme yang dimaksud adalah penonjolan aspek emosi seperti ekspresi suka, benci, sedih, gembira, marah, kecewa yang berlebihan dibandingkan aspek logis rasional dalam penyajian sebuah berita (Dewan Pers,2014).
		<i>Trivialiasi</i>	<i>Trivialisasi</i> adalah proses di mana sesuatu yang penting atau serius dibuat menjadi tampak tidak penting atau sepele. Dalam konteks media dan <i>politainment</i> , <i>trivialisasi</i> merujuk pada cara di mana berita atau informasi penting, seperti isu-isu politik atau kandidat dalam pemilu, disajikan dengan cara yang mengurangi keseriusan dan kedalaman isu tersebut, sering kali dengan menambahkan elemen hiburan atau sensasionalisme. (Justito, 2019)
2.	Jenis Berita	Hard News	Hard news merupakan berita yang memiliki nilai berita yang sangat penting untuk masyarakat mengenai peristiwa terkini.
		Soft News	Soft news, merupakan berita yang menyajikan informasi ringan bertujuan untuk menghibur, menambah wawasan, serta menarik emosi masyarakat.
3.	Nilai Berita	<i>Magnitude (Besar)</i>	<i>Magnitude</i> (Besar) sebagai peristiwa yang mencantumkan angka-angka yang memiliki pengaruh bagi masyarakat.
		<i>Significace (Penting)</i>	<i>Significance</i> (Penting) merupakan suatu peristiwa yang memiliki pengaruh atau akibat kepada kehidupan masyarakat.

		<i>Conflict (Konflik)</i>	Konflik ( <i>Conflict</i> ) merupakan nilai berita yang mencakup peristiwa pertentangan baik itu antarindividu atau kelompok yang mampu menarik minat audiens. Seperti halnya demonstrasi, kriminal, perang dalam pemberitaan (Anam, 2014).
		<i>Timelines (Waktu)</i>	<i>Timeliness</i> (waktu) sebagai tolak ukur nilai berita yang menekankan pada kebaruan mengutamakan kecepatan dalam penyajian beritanya. Berita sebagai pusat informasi jika semakin baru peristiwa dan segera ditayangkan sehingga semakin tinggi nilai beritanya
		<i>Proximity (Kedekatan)</i>	<i>Proximity</i> (Kedekatan) sebuah peristiwa dengan masyarakat akan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk membacaberita tersebut. kedekatan ini dihubungkan dengan psikologis, sosiologis, dan budaya.
		<i>Human Interest (Manusiawi)</i>	<i>Human interest</i> (Manusiawi) Berita yang menyangkut kemanusiaan ini diduga akan menarik empati, simpati, atau menyentuh perasaan masyarakat yang membaca berita tersebut.
		<i>Oddity (Unik)</i>	<i>Oddity</i> (Unik) Peristiwa yang mengandung hal unik akan meningkatkan perhatian masyarakat. Hal unik meliputi sebuah hobi yang tidak umum akan memiliki nilai berita (Latief, 2021).
		<i>Impact (Pengaruh)</i>	<i>Impact</i> (Pengaruh) Peristiwa yang memiliki nilai berita dikarenakan memiliki pengaruh yang cukup besar untuk masyarakat sehingga masyarakat akan tertarik untuk membaca berita tersebut (Wendratama, 2017).
		<i>Currency (Kekinian)</i>	Masuknya kekinian dalam nilai berita disebabkan oleh unsur <i>currency</i> . Ini mencakup topik yang sedang menjadi perbincangan hangat di kalangan publik dan masyarakat luas, sehingga menarik perhatian lebih dari isu berita lainnya.
4.	Narasumber Berita	<i>Keluarga / Kerabat</i>	Kerabat atau disebut juga keluarga mempunyai pengertian sebagai unit sosial terkecil dari masyarakat. Kerabat yang pada dasarnya merupakan arti keluarga kita atau dapat juga disebut sebagai keluarga besar. Entah dari keluarga ayah atau ibu, semua anggota tersebut termasuk kerabat. Oleh karena itulah kerabat dapat tersebar dimanapun sesuai dengan pilihan individu dan kelompok

---

*Selebritis*

dalam memilih rumah yang ditempati.

tidaklah berdiri sendiri antara partai politik dengan media, tetapi jauh lebih dalam lagi. Dengan kata lain, peran PR politik sudah masuk dalam kehidupan pribadi kandidat untuk menjembatani komunikasi kandidat dengan pemilih lebih dalam. (Novita, Radja 2017) Kandidat menurut Hafied Cangara (2009: 286),

*Politikus*

Arti kata dari polis sendiri adalah suatu kota yang memiliki status negara kota atau city state. Seiring berkembangnya zaman, pengertian politik juga turut berkembang di Yunani yang dapat ditafsirkan sebagai proses iteraksi yang dilakukan oleh individu dengan individu lain agar bisa mencapai kebaikan bersama. Politik adalah suatu cara seseorang dalam membuat suatu keputusan pada kehidupan berkelompok.

*Jurnalis*

Jurnalistik, secara umum, merujuk pada serangkaian aktivitas yang melibatkan berbagai tahapan penting dalam dunia media. Proses ini dimulai dengan pencarian informasi, yang kemudian diikuti dengan pengumpulan data dan fakta yang relevan untuk memastikan akurasi berita yang akan disampaikan. Selanjutnya, informasi tersebut akan diproses dan diolah sedemikian rupa untuk menghasilkan cerita yang jelas dan mudah dipahami oleh pembaca atau audiens. Setelah itu, berita yang telah diproses akan disajikan dalam bentuk yang sesuai dengan media yang digunakan, apakah itu dalam format tulisan, gambar, atau video. Proses penyajian ini bertujuan untuk menjangkau khalayak seluas mungkin, dengan menggunakan berbagai platform media, baik itu media cetak, siaran, maupun digital. Akhirnya, berita tersebut disebarkan dengan cepat agar dapat menginformasikan publik tentang peristiwa terkini atau isu penting dalam waktu yang sesingkat mungkin. Tujuan utama dari seluruh rangkaian kegiatan jurnalistik ini adalah untuk menyediakan informasi yang aktual dan bermanfaat bagi masyarakat luas dengan kecepatan dan akurasi yang tinggi. (Suhandang, 2004:22)

---

Secara umum pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu/ orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan “society” artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan, berasal dari kata latin socius yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab syaraka yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Dengan kata lain pengertian masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antar kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi menurut (Karl Marx). Menurut Emile Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu system hidup bersama. (Emile Durkheim).

Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, Mac Iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006: 22), mengatakan bahwa masyarakat adalah suatu system dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antar berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia.

Positif: sebuah berita yang mengarahkan pada positif jika pesan yang disajikan oleh berita utama mengandung unsur pujian terhadap objek pemberitaan.

Negatif: selain itu sebuah berita dapat dikatakan negative jika pesan yang disampaikan dalam berita ini mengandung unsur ujaran keluhan, protes, dan pendapat negatif lainnya.

Netral: lain halnya, dalam sebuah berita dapat dikatakan netral jika pesan yang disajikan tidak

5. Nada Berita *Positif*

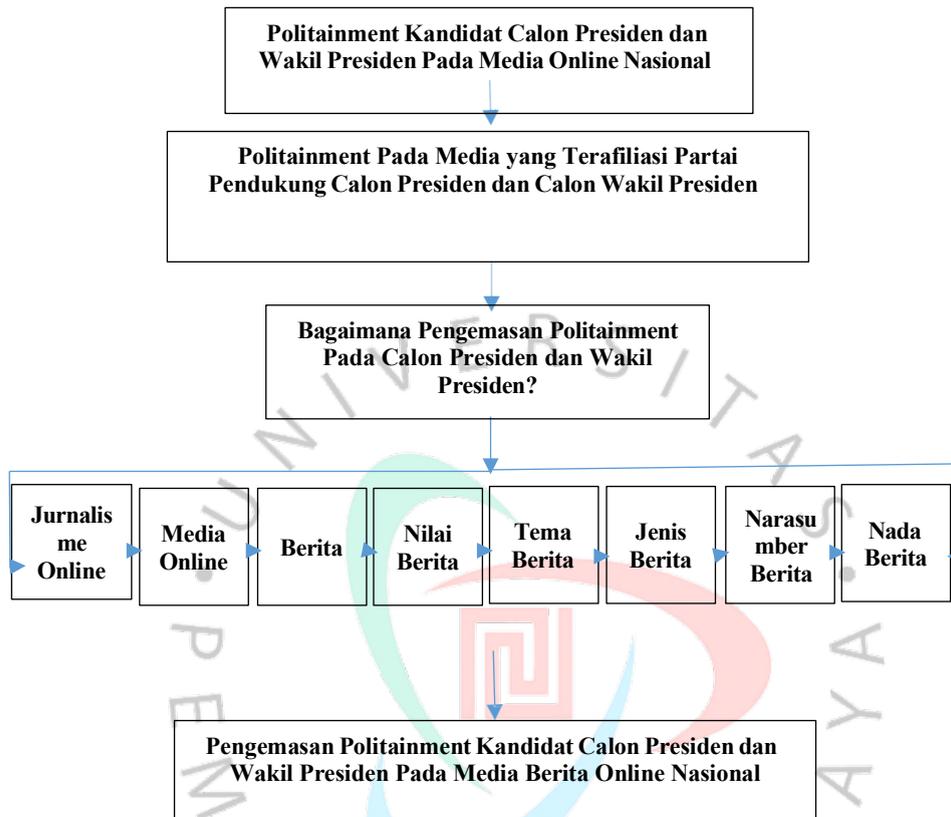
*Negatif*

*Netral*

dominan — mengarah — negative —  
ataupun positif tanpa  
mempengaruhi citra objek  
pemberitaantersebut

Sumber: Olahan Peneliti

## 2.4. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Penelitian tentang "Pengemasan Politainment Kandidat Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Media Berita Online Nasional" bertujuan untuk menganalisis bagaimana media berita online mengemas informasi terkait kandidat politik dengan mengintegrasikan elemen politainment, yakni perpaduan antara politik dan hiburan. Kerangka berpikir penelitian ini berangkat dari teori media dan konstruksi realitas yang menjelaskan bahwa media memiliki peran penting dalam membingkai persepsi publik melalui pemilihan dan penyajian informasi. Dalam konteks politainment, pemberitaan sering kali dikemas dengan elemen hiburan seperti humor, sensasionalisme, atau narasi yang lebih ringan untuk menarik perhatian

audiens. Media berita online, yang memiliki akses cepat dan jangkauan luas, menjadi platform utama dalam menyampaikan berita ini.

Penelitian ini menggambarkan sebuah kerangka berpikir yang digunakan peneliti tentang Pengemasan Pemberitaan *Politainment* pada periode Oktober 2023-Februari 2024. Peneliti ini menggabungkan media Online. Dengan menyertakan konsep penyajian berita pada tujuan penelitian yang di analisis dalam kategori tema berita, jenis berita, nilai berita, nada berita, dan naraNarasumber Berita. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif.

Dampak pengemasan ini terhadap persepsi publik menjadi salah satu fokus penelitian, terutama dalam konteks bagaimana berita yang sensasional atau menghibur dapat memengaruhi popularitas, kredibilitas, dan elektabilitas kandidat. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing untuk memahami teknik pengemasan berita, studi kasus pada artikel berita tertentu, serta analisis persepsi audiens untuk mengevaluasi pengaruh *politainment* terhadap perilaku pemilih. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang hubungan antara media, *politainment*, dan dinamika politik dalam pemilihan umum di Indonesia.