



12.14%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 10 JUL 2025, 4:26 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 0.24% **CHANGED TEXT** 11.89% **QUOTES** 0.21%

Report #27418447

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Fenomena selebritas yang diangkat sebagai pejabat pemerintah semakin mendapat perhatian, terutama dengan masuknya lima figur terkenal ke dalam Kabinet Merah Putih periode Oktober 2024 - Maret 2025. Giring Ganesha, mantan vokalis grup musik Nidji, ditunjuk sebagai Wakil Menteri Kebudayaan (Setuningsih, 2024). **87** Raffi Ahmad, figur publik yang dikenal sebagai pembawa acara dan pengusaha, diangkat sebagai Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni (Hardiantoro & Nugroho, 2024). **102** Yovie Widiyanto, musisi dan komposer kenamaan, dipercaya sebagai Staf Khusus Presiden Bidang Ekonomi Kreatif (Dirgantara & Ramadhan, 2024). Pada Maret 2025, Ifan ditunjuk sebagai Direktur Utama PT Produksi Film Negara (PFN), sebuah BUMN yang bergerak di bidang perfilman, dimana penunjukan ini menuai kontroversi karena latar belakang Ifan yang lebih dikenal sebagai musisi dan minim pengalaman di industri film. (Rosana, 2025). Sementara itu, Deddy Corbuzier, mantan pesulap dan presenter terkenal, menduduki posisi sebagai Staf Khusus Menteri Pertahanan (Aditya & Ramadhan, 2025). Penunjukan kelima artis ini menimbulkan berbagai reaksi di kalangan masyarakat, akademisi, dan pengamat politik. Masuknya kelima selebritas tersebut ke dalam pemerintahan tidak terlepas dari berbagai faktor. Berdasarkan Nabilah et al. (2022), salah satunya adalah kedekatan mereka dengan lingkaran kekuasaan serta kemampuan mereka dalam

membangun citra positif di media sosial dan publik. Presiden dan para pemangku kepentingan politik tampaknya melihat bahwa selebritas memiliki daya tarik tersendiri yang dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi kebijakan kepada masyarakat. Selain itu, kehadiran mereka juga dapat menjadi strategi politik dalam menarik perhatian generasi muda dan kelompok kreatif yang semakin berpengaruh dalam dinamika sosial dan ekonomi. Meskipun demikian, penunjukan selebritas sebagai pejabat pemerintah menuai kontroversi. Sebagian masyarakat mempertanyakan kompetensi mereka dalam menjalankan tugas-tugas pemerintahan yang kompleks. Misalnya, Giring Ganesha yang sebelumnya aktif di dunia politik melalui partai tertentu, namun dianggap belum memiliki pengalaman yang cukup dalam bidang kebudayaan (Marvela et al., 2024). Raffi Ahmad, meskipun memiliki jaringan luas di kalangan generasi muda dan pekerja seni, dianggap lebih dikenal sebagai figur hiburan daripada seorang birokrat yang memiliki pemahaman mendalam tentang kebijakan publik (Fajri, 2024). Yovie Widianto, sebagai musisi dan produser, memiliki pengalaman dalam industri kreatif, tetapi dipertanyakan sejauh mana pemahamannya dalam merumuskan kebijakan ekonomi kreatif secara makro (Nugroho, 2024). Kontroversi terkait Ifan Seventeen juga diragukan oleh beberapa sineas dan pelaku industri film, seperti Joko Anwar dan Fedi Nuril, yang mempertanyakan kredibilitas dan rekam jejak Ifan dalam dunia perfilman

(Fajri & Rosana, 2025). Tidak hanya itu, Deddy Corbuzier yang sering kali menuai kontroversi di jagat media sosial juga menuai kontroversi usai diangkat menjadi stafsus Menteri Pertahanan dikarenakan kompetensinya yang tidak sesuai dengan ranahnya (Lestari, 2025). Selebritas merupakan individu yang memiliki tingkat popularitas tinggi di masyarakat, biasanya karena keterlibatan mereka dan karya yang mereka ciptakan dalam industri hiburan seperti musik, film, televisi, atau media sosial. Keberadaan selebritas, atau yang mungkin lebih dikenal dengan artis, di masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai penghibur, tetapi juga sering kali menjadi figur publik yang memiliki pengaruh besar dalam mengubah opini, kebiasaan, dan perilaku masyarakat. Berdasarkan Ritonga & Harahap (2023), dalam beberapa dekade terakhir, fenomena masuknya selebritas ke ranah politik telah menjadi tren di berbagai negara, termasuk Indonesia. Popularitas dan daya tarik yang dimiliki selebritas sering kali dijadikan modal untuk meraih posisi strategis dalam pemerintahan, baik melalui pemilihan langsung maupun melalui penunjukan oleh pemerintah. Persepsi masyarakat yang cenderung skeptis ini tidak lepas dari anggapan bahwa penunjukan selebritas lebih didasarkan pada popularitas mereka ketimbang kapasitas profesional. Banyak yang berpendapat bahwa posisi strategis dalam pemerintahan seharusnya diberikan kepada individu yang memiliki pengalaman dan pemahaman mendalam dalam bidang

terkait. Kritik lain yang muncul adalah kemungkinan adanya kepentingan politik di balik penunjukan tersebut, di mana selebritas yang memiliki kedekatan dengan pemerintah lebih mudah mendapatkan jabatan meskipun minim pengalaman di sektor pemerintahan. Fenomena ini menjadi sorotan media, termasuk Kompas.com dan Tempo.co, yang memiliki pendekatan berbeda dalam membingkai pemberitaan terkait pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah. Menurut Ikhwan (2022), Kompas.com dipilih sebagai objek penelitian karena dikenal sebagai media yang cenderung netral dalam pemberitaan pemerintahan. Sebagai bagian dari kelompok Kompas Gramedia, Ummah (2022) menyatakan bahwa media daring seperti Kompas.com mengedepankan jurnalisme berbasis fakta dengan pendekatan yang tidak terlalu condong ke satu pihak tertentu. Dengan demikian, pemberitaan mereka tentang fenomena ini dapat memberikan perspektif yang lebih seimbang dan objektif. Di sisi lain, Tempo.co dipilih karena dikenal sebagai media yang lebih kritis terhadap kebijakan pemerintah. Tempo.co menggunakan gaya pemberitaan yang tajam dan sering kali mengungkap berbagai kebijakan pemerintah dari sudut pandang yang lebih skeptis. Dengan pendekatan ini, Tempo.co dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam terkait kontroversi penunjukan selebritas sebagai pejabat pemerintah, terutama dari segi transparansi, kompetensi, dan dampak politiknya. 1 Periode penelitian Oktober 2024 – Maret 2025 dipilih karen

REPORT #27418447

a mencerminkan masa transisi penting dalam pemerintahan Indonesia. Periode ini diawali dengan pelantikan presiden baru dan berlanjut hingga 100 hari pertama masa jabatan Presiden Prabowo. Seratus hari pertama pemerintahan sering kali dianggap sebagai periode kritis yang menentukan arah kebijakan awal pemerintahan baru, termasuk dalam aspek penunjukan pejabat strategis. Dengan demikian, periode ini menjadi relevan untuk melihat bagaimana media membingkai kebijakan penunjukan selebritas dalam pemerintahan serta bagaimana masyarakat meresponsnya dalam dinamika politik yang masih bergejolak. Berdasarkan Riandi dan Setiawan (2024), penunjukan eks vokalis Nidji, Giring Ganesha, oleh Presiden terpilih Prabowo Subianto untuk bergabung ke dalam Kabinet Merah Putih menjadi perbincangan publik. Kompas.com sebagai salah satu media arus utama turut melaporkan isu ini dengan memberikan penekanan pada pernyataan pribadi Giring yang mengaku tidak menyangka akan dipanggil oleh Prabowo dan menyatakan bahwa ia tidak pernah meminta jabatan tersebut. Dalam pemberitaan ini, Kompas.com menekankan sisi emosional dan narasi personal dari Giring, termasuk respons pribadinya serta pertemuan dengan Prabowo yang disebut terjadi secara langsung di kediaman Prabowo. Namun, framing yang dilakukan Kompas.com terhadap isu ini cenderung netral hingga positif, dengan menggarisbawahi bahwa Giring merasa bersyukur dan siap untuk menjalankan amanah. Tidak ada penekanan

REPORT #27418447

kritis terhadap latar belakang politik Giring, rekam jejaknya di ranah publik, ataupun kontroversi yang pernah melingkupinya saat menjabat sebagai Plt Ketua Umum PSI. Kompas.com justru lebih menonjolkan narasi kebersamaan dan loyalitas Giring terhadap visi besar Prabowo, yang membuat pemberitaan ini cenderung meredam potensi kritik publik terhadap pengangkatan figur selebritas ke posisi strategis. Pemilihan Kompas.com sebagai salah satu media yang dianalisis dalam fenomena masuknya selebritas ke ranah pemerintahan dapat merepresentasikan pendekatan media yang lebih netral dan human interest, aspek human interest dalam pemberitaan Kompas.com mengenai penunjukan selebritas sebagai pejabat pemerintah cukup menonjol, terutama dalam upaya meningkatkan simpati publik terhadap kelima figur tersebut. Kompas.com mengangkat sisi personal dan kisah perjalanan para publik figur yang ditunjuk menjadi pejabat pemerintah, Kompas.com menekankan citra Raffi Ahmad, Yovie Widianto, Giring Ganesha, Deddy Corbuzier, Ifan Seventeen sebagai sosok inspiratif yang tidak hanya berkiprah di dunia hiburan tetapi juga dipercaya untuk mengemban amanah pemerintahan. Aspek human interest yang ditonjolkan yakni latar belakang sukses di bidang masing-masing, seperti Yovie sebagai musisi senior yang berkomitmen mendukung ekonomi kreatif, dan Raffi sebagai figur yang mempunyai jejaring kuat di generasi muda. Sehingga Kompas.com bertujuan agar publik khususnya generasi muda,

REPORT #27418447

merasa lebih dekat dan bersimpati pada kebijakan pemerintah yang melibatkan kelima figur tersebut dalam jabatan tertentu. Dengan demikian, Kompas.com menggunakan aspek human interest untuk menggerakkan emosi positif dan dukungan moral publik terhadap figur-figur tersebut. Berdasarkan Ginanjar (2024) yang dikutip melalui Tempo.co, diangkatnya eks vokalis Nidji yakni Giring Ganesha sebagai wakil menteri di Kabinet Merah Putih menuai kontroversi di publik. Tempo.co sebagai salah satu media Indonesia turut memberitakan isu ini dengan menuliskan latar belakang dan peristiwa yang terjadi sebenarnya dalam pengangkatan Giring Ganesha sebagai wakil menteri. Akan tetapi, Tempo.co melakukan framing berita yang negatif terhadap fenomena ini, yakni dengan menuliskan hal-hal negatif berkaitan dengan kapabilitas seorang Giring Ganesha di ranah politik. Tempo.co menuliskan bahwa Giring Ganesha pernah melakukan kesalahan dalam hal pengejaan yang mana akhirnya diajarkan dan dicemooh oleh netizen, aksinya yang melayangkan sindiran dengan Anies Baswedan, serta deklarasinya yang ingin menjadi capres untuk pilpres 2024 yang terkesan memaksakan. Untuk mendukung penggunaan media Kompas.com dan Tempo.co dalam menyajikan pembedaan pemberitaan terhadap isu atau kontroversi terkait selebritas yang diangkat sebagai pejabat pemerintah atau menjadi stafsus selama periode awal pemerintahan Presiden Prabowo Subianto selama bulan Oktober 2024 – Maret 2025, mak

a peneliti mempertimbangkan untuk menelaah framing pemberitaan yang dilakukan oleh media selain Kompas.com dan Tempo.co. Setelah menelusuri media daring di Indonesia, beberapa media daring lainnya yang dipilih oleh peneliti cukup banyak dalam menyajikan pemberitaan terkait kontroversi ini, yakni CNBC Indonesia, CNN Indonesia, dan Liputan6.com. Pemilihan media daring ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa tidak hanya Kompas.com dan Tempo.co saja sebagai media daring yang menyajikan pemberitaan dan melakukan framing terhadap kontroversi ini, tetapi ada juga media daring lainnya. Lebih lengkapnya, kelima media daring di bawah ini merilis sejumlah artikel yang berkaitan dengan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, Jika dilihat dari tabel perbandingan jumlah media, peneliti memilih Kompas.com dan Tempo.co berdasarkan banyaknya jumlah berita yang diunggah sesuai dengan isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, yakni sejumlah: Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah Berita Media No. Media Jumlah Artikel 1. Kompas.com 71 2. Tempo.co 49 3. CNBC Indonesia 32 4. CNN Indonesia 75 5. Liputan6.com 42 2 Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025 Untuk menganalisis bagaimana media membingkai pemberitaan tentang pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, penelitian ini menggunakan metode analisis framing dari Pan & Kosicki. Menurut Munif (2023), istilah framing sendiri merujuk pada cara media memilih, menekankan, dan

menyajikan informasi tertentu untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu peristiwa. Berdasarkan Permatasari (2022), metode ini digunakan karena dapat mengungkap struktur dan pola pemberitaan yang digunakan media dalam menyajikan suatu isu. Pan & Kosicki mendefinisikan framing sebagai cara media menyusun dan menampilkan informasi untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu isu tertentu. Dalam penerapannya pada judul "Pembangkaian Pemberitaan Pengangkatan Selebritas Sebagai Pejabat Pemerintah di Media Daring Kompas.com dan Tempo.co", metode ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media daring membingkai narasi terkait pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, termasuk nilai-nilai, sudut pandang, dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Metode ini dipilih karena mampu mengungkap konstruksi realitas media dalam pemberitaan. Pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah sering kali menjadi isu kontroversial yang menarik perhatian publik. Dengan menggunakan analisis framing, kita dapat memahami bagaimana media membentuk opini publik melalui pemilihan kata, struktur berita, dan penekanan pada aspek tertentu (Siagian & Ritonga, 2024). Pan dan Kosicki menawarkan kerangka kerja yang sistematis untuk menganalisis teks berita, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi strategi framing yang digunakan oleh media daring. Selain itu, metode ini juga relevan untuk mengkaji isu-isu aktual yang melibatkan figur publik, karena framing media sering kali mempengaruhi cara masyarakat memandang kebijakan atau keputusan pemerintah.

23 65 67 75 107 Pan dan Kosicki membagi analisis framing ke dalam empat komponen utama, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Pertama, sintaksis merujuk pada struktur kalimat dan paragraf yang digunakan dalam berita. Komponen ini membantu mengidentifikasi bagaimana informasi disusun untuk menciptakan kesan tertentu.

20 Kedua, skrip berkaitan dengan alur cerita atau narasi yang dibangun oleh media. Dalam konteks pemberitaan pengangkatan selebritas, skrip dapat mencerminkan apakah media menggambarkan peristiwa tersebut sebagai langkah positif atau kontroversial. Ketiga, tematik fokus pada pesan utama yang

ingin disampaikan oleh media. Misalnya, apakah media menekankan kompetensi selebritas atau justru mempertanyakan kapabilitasnya. Keempat, retorik melibatkan penggunaan gaya bahasa, metafora, atau simbol- simbol tertentu untuk memperkuat pesan. Komponen ini membantu mengungkap bagaimana media membentuk emosi dan persepsi pembaca (Kurniawati & Simamora, 2024). Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran tentang perbedaan framing antara media yang berbeda, seperti Kompas.com dan Tempo.co. Menurut penelitian sebelumnya, media sering kali memiliki kecenderungan ideologis atau kepentingan tertentu yang mempengaruhi cara mereka membingkai suatu isu (Ariani et al., 2023). **81** Dengan membandingkan kedua media tersebut, penelitian ini dapat mengungkap apakah terdapat perbedaan signifikan dalam cara mereka menyajikan isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana media dengan latar belakang redaksional yang berbeda mempengaruhi persepsi publik terhadap isu yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan metode analisis framing Pan & Kosicki dalam penelitian ini tidak hanya membantu mengidentifikasi strategi framing yang digunakan oleh media, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana media membentuk realitas sosial dan mempengaruhi opini publik terkait isu-isu kebijakan yang melibatkan figur publik. Selanjutnya, untuk memahami perbedaan yang diisi pada penelitian ini, maka peneliti telah memilih beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai acuan bahwa penelitian ini menjawab atau mengidentifikasi hal yang belum dieksplorasi pada penelitian sebelumnya. Penelitian yang pertama berjudul “ANALISIS FRAMING CALEG SELEBRITIS DI MEDIA ONLINE PADA PEMILU 2024” oleh Sugiarto (2023), yang mana peneliti berafiliasi dengan Universitas Indonesia dan menerapkan metode penelitian interpretatif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan analisis framing dengan model Entman. Melalui penelitian ini, peneliti mengungkapkan bahwa caleg selebriti dianggap tidak memiliki kualitas dan kapabilitas ideal untuk legislatif. Mereka dipilih karena popularitasnya karena proses

kaderisasi yang lemah di partai politik dan kebutuhan partai akan mesin suara. Media daring melakukan framing yang menunjukkan bahwa kehadiran caleg selebritis lebih berorientasi pada popularitas daripada kualitas politik. Akan tetapi, penelitian ini memiliki kekurangan yakni sebaiknya studi ini mengintegrasikan data kuantitatif seperti survei elektabilitas dan persepsi publik terhadap caleg selebriti yang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak framing media terhadap persepsi dan perilaku pemilih. Perbedaan penelitian ini terletak pada pemberitaan caleg selebriti dalam pemilu serta perbedaan jumlah media dalam menganalisis pemberitaan. Selanjutnya penelitian yang berjudul “PEMBINGKAIAN BERITA POLITAINMENT ARTIS DPR RI MULAN JAMEELA DI MEDIA ONLINE oleh Fitria Ulfa, Indah Suryawati (2020), yang mana peneliti berafiliasi dengan Institut Agama Islam Negeri Parepare dan menerapkan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki. Melalui penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa media cenderung memproduksi berita yang mengarahkan perhatian berbeda terhadap Mulan, ada yang menguntungkan dan ada yang merugikan. Akan tetapi penelitian ini memiliki kekurangan yakni dapat mempertimbangkan untuk menambah analisis kuantitatif untuk mengukur frekuensi dan proporsi framing tertentu secara statistik. Perbedaan penelitian ini terletak pada studi tentang 3 Mulan Jameela lebih berfokus pada figur artis yang menjadi anggota DPR dan pembingkaiian melalui politainment .

11 64 Penelitian yang lainnya berjudul 2 “ANALISIS FRAMING MODEL MODEL ZHONGDANG PAN DAN GERALD M KOSICKI DALAM KONSTRUKSI PEMBERITAAN WACANA CALON PRESIDEN 2024 DI INDONESIA oleh M.Abdullah Munif (2023), yang mana peneliti berafiliasi oleh Universitas Islam Walisongo, Semarang. Dengan menerapkan metode penelitian Deskriptif dan disajikan secara deduktif berdasarkan teori framing untuk mengkaji konstruksi berita dan wacana politik. Melalui penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa kedua media tersebut menerapkan indikator sintaksis, skrip, tematik, retorik dalam framing pemberitaan calon presiden. Akan tetapi penelitian ini memiliki

kekurangan yakni studi ini berfokus pada analisis framing dari media daring tertentu dan indikator framing yang digunakan. Perbedaan penelitian ini terletak pada studi ini menyelidiki framing berita calon presiden serta konstruksi wacana politik mereka menjelang pemilihan presiden 2024. Maka dari itu, penelitian ini akan menganalisis pemberitaan di Kompas.com dan Tempo.co dalam periode Oktober 2024 hingga Maret 2025 untuk memahami bagaimana media membingkai fenomena ini. Dengan menggunakan pendekatan analisis framing, penelitian ini akan mengidentifikasi pola pemberitaan serta elemen-elemen yang digunakan untuk membentuk opini publik terkait pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah.

90 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan lebih dalam mengenai isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, peran media dalam membentuk opini publik. 1.2. Rumusan Masalah Bagaimana Pembingkai Pemberitaan Pengangkatan Selebritas Sebagai Pejabat Pemerintah di Media Daring Kompas.com dan Tempo.co Pada Periode Oktober 2024 - Maret 2025? 1.3. Tujuan Penelitian Untuk mengetahui Pembingkai Pemberitaan Pengangkatan Selebritas Sebagai Pejabat Pemerintah di Media Daring Kompas.com dan Tempo.co Pada Periode Oktober 2024 - Maret 2025. 1.4. Manfaat Penelitian 1.4 30 84 1. Manfaat Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya pada kajian media jurnalisme online dan kebijakan komunikasi publik. Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana media daring membingkai isu-isu kontroversial, seperti pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah. Dalam konteks jurnalisme online yang memanfaatkan kecepatan, intraktivitas, dan multimedia dalam membentuk narasi. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian komunikasi kebijakan publik, terutama dalam memahami peran framing media dalam mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah yang melibatkan figur publik. 1.4 11

14 100 113 2. Manfaat Praktis Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi media dan masyarakat umum. Bagi media daring seperti

Kompas.com dan Tempo.co, terkait perbandingan gaya pengemasan dan framing dalam memberitakan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk melihat bagaimana perbedaan pendekatan masing-masing media dalam menyajikan informasi kepada publik. Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran kritis terhadap pemberitaan media, membantu mereka memahami bagaimana media membentuk opini, dan mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam mengonsumsi informasi.

3 89 103 118 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 116

Penelitian Terdahulu Tabel 2.1. 116 Penelitian Terdahulu No. Judul |

Penulis | Tahun Afiliasi Universi tas Metode Penelitian Kesimpulan
Saran Perbedaan Dengan Skripsi Ini Analisis Framing Caleg Selebritis di
Media Online pada Pemilu Universit as Indonesi a Pendekata n
kualitatif dengan metode interpretat if. Data diambil dari teks
Penelitian ini menyimpulk an bahwa caleg selebriti dianggap tidak Studi
ini sebaiknya mengintegra sikan data kuantitatif, seperti survei
elektabilitas Studi ini berfokus pada pemberitaan selebritas yang
diangkat sebagai pejabat pemerintahan, sedangkan studi 4 2024 |
Sugiarto | 2023 berita daring dari tiga portal media (republic.c
o.id, kompas.id, tribunnews .com). Analisis dilakukan mengguna kan model
framing Entman, yang meliputi empat tahapan, yakni Problem Identificati
on, Causal Interpretat ion , Moral Judgement , dan Treatment Recommen
dation memiliki kualitas dan kapabilitas ideal untuk legislatif. Mereka
dipilih karena popularitasn ya karena proses kaderisasi yang lemah di
partai politik dan kebutuhan partai akan Mesin suara. Media daring
melakukan framing yang menunjukka n bahwa kehadiran caleg selebriti
lebih berorientasi pada popularitas daripada kualitas politik. Selain
itu, peran media dalam membingkai isu ini menunjukka n bahwa meskipun
begitu banyak caleg selebritis terpilih, kualitas mereka belum memenuhi
standar ideal untuk legislatif. dan persepsi publik terhadap caleg
selebritis, yang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensi f
tentang dampak framing media terhadap persepsi dan perilaku pemilih.

Selain portal berita daring utama, baiknya dilakukan analisis terhadap media sosial dan media tradisional lainnya untuk memperoleh gambaran framing yang lebih holistik dan interaktif. Studi ini juga lebih memungkinkan untuk melakukan studi tentang bagaimana framing media mempengaruhi opini dan keputusan politik masyarakat terhadap caleg selebritis dapat memberikan insight lebih mendalam mengenai efektivitas framing media dalam konteks politik. Sugiarto fokus pada caleg selebriti dalam Pemilu. Tidak hanya itu, studi ini membandingkan pembedaan di media daring KOMPAS.com dan TEMPO.CO, sementara Sugiarto menganalisis tiga portal berita daring (republica.co.id, kompas.id, tribunnews.com). Yang terakhir, studi pembedaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah lebih kepada bagaimana media membingkai sosok selebritas yang menjadi pejabat, sedangkan Sugiarto menyoroti framing media terhadap caleg selebritis dan persepsinya sebagai kandidat politik.

2. PEMBINGKAIAN BERITA POLITAIN MENT ARTIS DPR RI MULAN JAMEELA IAIN Pare- Pare, Indonesia Pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing model Zhongdang Penelitian ini menyimpulkan bahwa media cenderung memproduksi berita yang Saran terhadap penelitian ini adalah dapat mempertimbangkan untuk menambah Studi ini fokus pada pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, sedangkan studi 5 DI MEDIA ONLINE | Fitria Ulfa, Indah Suryawati | 2020 Pan dan Gerald M. Kosicki.

1 3 5 11 13 20 23 27 29 36 41 46 54 61 78 Analisis terdiri dari empat struktur besar, yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Objek penelitian berupa teks berita dari lima portal daring (Okezone, Tribunnews, Detik, Liputan6, dan Kompas) selama Oktober 2019. mengarahkan perhatian berbeda terhadap Mulan, ada yang menguntungkan dan ada yang merugikan. Outlets seperti Okezone cenderung membingkai Mulan secara positif, sementara lainnya lebih menonjolkan aspek pakaian, kasus hukum, dan respons KPK. Berita yang menonjolkan keberhasilan Mulan dalam kursi DPR kurang dari yang menyoroti aspek kontroversial dan penampilan. analisis kuantitatif untuk

mengukur frekuensi dan proporsi framing tertentu secara statistik. Penting juga untuk mengkaji dampak framing tersebut terhadap persepsi publik secara empiris dan memperdalam analisis terhadap pengaruh faktor media dan politik dalam pembingkai an berita. Sebagai tambahan, menyertakan pandangan pembaca atau publik sebagai objek studi tambahan untuk mengetahui resonansi framing juga menjadi hal yang dapat dipertimbangkan. tentang Mulan Jameela lebih berfokus pada figur artis yang menjadi anggota DPR dan pembingkai an melalui politainment . Selain itu, studi yang akan dilakukan ini menyoroti pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah secara umum, sementara yang sedang dibahas ini memfokuskan pada proses dan framing pemberitaan saat pelantikan dan keberhasilannya di parlemen. Studi tentang pengangkatan selebritas lebih menekankan media daring seperti Kompas.com dan Tempo.co; sedangkan studi tentang Mulan meliputi lima portal berbeda dan lebih menekankan analisis framing berita politainment .

21 3. Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki dalam Konstruksi Pemberitaan Wacana Calon Presiden 2024 di Indonesia | M. Abdullah Munif | 2023 Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang

Jenis penelitian ini adalah studi pustaka atau literatur. Data yang digunakan berupa buku, artikel ilmiah, laporan ilmiah, dan dokumen terkait pemberitaan wacana calon presiden 2024. Data dikumpulkan, dianalisis Berita dari viva.co dan Suara.com menunjukkan bahwa kedua media tersebut menerapkan indikator sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dalam framing pemberitaan calon presiden. Keduanya tidak menyertakan unsur grafis, tetapi penggunaan struktur Karena studi ini berfokus pada analisis framing dari media daring tertentu dan indikator framing yang digunakan, penelitian selanjutnya bisa diperluas dengan menambahkan unsur grafis, analisis persepsi audiens, atau membandingkan media Studi ini menyelidiki framing berita calon presiden serta konstruksi wacana politik mereka menjelang pemilihan presiden 2024. Dengan cara yang sama, penelitian ini akan menekankan pemberitaan tentang pengangkatan selebritas sebagai pejabat, dengan

penekanan pada pembingkai media, yang mencakup 6 secara deskriptif, dan disajikan secara deduktif berdasarkan teori framing untuk mengkaji konstruksi berita dan wacana politik tersebut berpengaruh dalam membentuk konstruksi berita dan persepsi publik terhadap calon presiden 2024 konvensional dan digital secara lebih mendalam. Selain itu, kajian tentang pengaruh framing terhadap opini publik juga dapat dikembangkan untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif. Dampak dari popularitas dan citra mereka. Penelitian awal menggunakan data dari Viva.co dan Suara.com, sementara penelitian lanjutan akan melihat data dari Kompas.com dan Tempo.co. Singkatnya, fokus awal adalah pembuatan berita tentang pengaruh capres, sedangkan fokus baru adalah bagaimana selebritas pejabat diberitakan dan bagaimana hal itu memengaruhi opini publik.

44 Dalam penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang menjadi tinjauan literatur peneliti, dimana penelitian tersebut menyangkut dengan apa yang ingin peneliti teliti serta yang menjadi gap yang ingin dieksplorasi lebih dalam lagi oleh peneliti, baik dalam segi metode penelitian dan objek penelitian. Pada ketiga penelitian di atas yang sudah disebutkan, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu menggunakan metode analisis framing dengan model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki dan mengusung isu atau kontroversi terkait dilantikannya selebritas Indonesia menjadi stafsus atau anggota pemerintahan semasa periode awal pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Kemudian, konsep utama yang digunakan sama-sama ingin mengetahui pembingkai analisis framing. Jika dilihat dari hasil penelitian yang pertama dengan judul penelitian “Analisis Framing Caleg Selebritis di Media Online pada Pemilu 2024” yang ditulis oleh Sugiarto dan diterbitkan pada tahun 2023 yang mana berafiliasi dengan Universitas Indonesia ini menggunakan pendekatan analisis framing menurut Robert N. Entman, yang meliputi tahapan pengidentifikasian masalah, penyebab masalah, evaluasi moral, dan rekomendasi solusi. Data dikumpulkan dari tiga portal berita daring utama, yaitu Republika.co.id, Kompas.id, dan Tribunnews.com, kemudian dianalisis secara kualitatif untuk

memahami bagaimana media memberi framing terhadap calon legislatif dari kalangan selebritis. Studi dari Sugiarto ini menyimpulkan bahwa meskipun calon legislatif dari kalangan selebriti sering dipandang rendah dari segi kualitas dan kapabilitas legislasi, mereka tetap memiliki daya tarik besar dari segi popularitas yang mampu mempengaruhi persepsi publik dan strategi partai politik. Media cenderung membingkai isu ini dengan menonjolkan aspek latar belakang selebriti dan menjaga framing yang dapat memperkuat persepsi tertentu di masyarakat. Ke depannya, studi ini perlu mengintegrasikan data kuantitatif serta menganalisis atau mengidentifikasi framing yang dilakukan di media tradisional maupun media modern. Perbedaan utama antara studi ini terletak pada fokus objek penelitian dan konteks framing -nya. Jika studi Sugiarto menyoroti framing media terhadap calon legislatif selebritis yang maju dalam pemilu dari sudut pandang politik dan strategi partai, maka studi tentang pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah lebih menyoroti proses pemberitaan tentang figur selebriti yang menjabat sebagai pejabat pemerintahan, serta bagaimana media membingkai pengangkatan tersebut dalam konteks birokrasi dan politik pemerintahan. Selain itu, metodologinya juga berbeda, karena studi yang kedua kemungkinan besar menggunakan analisis framing terhadap media daring yang menekankan pemberitaan tentang pengangkatan pejabat, mengkaji framing tentang aspek legal, politik, dan sosial dari pengangkatan tersebut. Secara umum, kedua studi ini sama-sama menggunakan pendekatan framing , tetapi dari sudut pandang dan objek yang berbeda, sehingga memberikan gambaran yang berbeda pula mengenai peran media dalam membentuk persepsi publik terhadap figur selebritis yang terlibat dalam politik dan pemerintahan. Selanjutnya, terdapat penelitian yang kedua yang dapat menjadi acuan dan ditemukan adanya gap pada studi ini, yakni penelitian dari Ulfa & Suryawati (2020) yang berjudul 7 “PEMBINGKAIAN BERITA POLITAINMENT ARTIS DPR RI MULAN JAMEELA DI MEDIA ONLINE , yang mana penulisnya berafiliasi dengan IAIN Parepare, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif dengan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. 5

Penelitian ini menganalisis teks berita dari lima portal daring utama, yaitu Okezone, Tribunnews, Detik, Liputan6, dan Kompas, selama periode Oktober 2019. Analisis tersebut dilakukan melalui empat struktur utama, yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik, yang membantu memahami bagaimana media membingkai berita tentang Mulan Jameela, yang dari dunia hiburan menjadi anggota DPR. Lebih lanjut lagi, studi ini menyimpulkan bahwa media memiliki kecenderungan untuk membingkai Mulan secara beragam. Ada media yang cenderung memihak dan memunculkan citra positif, seperti Okezone, sementara lainnya lebih menekankan aspek kontroversial, seperti pilihan busana, kasus hukum yang dihadapinya, dan respons dari lembaga penegak hukum seperti KPK. Di sisi lain, pemberitaan mengenai keberhasilannya mendapatkan kursi DPR selama periode 2019-2024 kurang mendapatkan perhatian dibandingkan aspek-aspek sensasional lainnya. Penelitian menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menambahkan analisis statistik untuk mengukur frekuensi framing tertentu serta menggali dampak dari framing tersebut terhadap persepsi publik. Selain itu, penting juga mengkaji pengaruh politik dan media dalam proses pembedaan berita tersebut. Dibandingkan dengan studi yang akan dibahas ini, studi dari Ulfa & Suryawati (2020) ini menunjukkan adanya perbedaan fokus yang cukup signifikan. Studi tentang pengangkatan selebritas lebih berorientasi pada persepsi publik terhadap figur selebritas sebagai pejabat pemerintah dan bagaimana media membingkai aspek tersebut, sedangkan studi ini lebih menekankan pada konstruksi naratif dan bias media dalam konteks politainment dan citra personal artis-politisi. Selain itu, studi pengangkatan selebritas lebih menyoroti media daring seperti Kompas dan Tempo, sementara studi tentang Mulan meliputi lima portal berbeda dan lebih menelaah aspek framing berita dan citra personal dalam konteks politik dan hiburan. Dengan demikian, kedua studi ini meskipun sama-sama membahas framing media, memiliki objek dan

pendekatan yang berbeda, serta fokus analisis yang juga beragam. **21** Yang terakhir, studi dari Munif (2023) yang berjudul **1** “Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki dalam Konstruksi Pemberitaan Wacana Calon Presiden 2024 di Indonesia **21**”, dimana penulis berafiliasi dengan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, ini menggunakan metode berupa studi pustaka, yaitu mengumpulkan dan menganalisis berbagai buku, artikel, dan dokumen terkait pemberitaan wacana calon presiden 2024. **6 8 9 19 43** Analisis dilakukan secara deskriptif dan deduktif berdasarkan teori framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media daring seperti viva.co dan Suara.com menerapkan indikator sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dalam konstruksi pemberitaan tentang calon presiden; keduanya tidak menyertakan unsur grafis. Penggunaan indikator tersebut berpengaruh dalam membingkai berita dan membentuk persepsi publik terhadap calon presiden. Sebagai saran, studi ini dapat diperluas dengan menambah analisis unsur grafis, persepsi audiens, dan membedah pengaruh framing terhadap opini publik secara lebih mendalam. Selain itu, kajian lanjutan bisa melibatkan media konvensional dan digital secara komparatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. **94** Perbedaan yang dapat dilihat pada studi Munif (2023) dibandingkan dengan studi ini terletak pada objek kajian, fokus, dan pendekatan analisisnya. Studi pertama membahas konstruksi berita politik terkait calon presiden 2024, dengan fokus pada penggunaan model framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Sementara itu, studi kedua menyoroti pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, meneliti bagaimana media daring membingkai isu tersebut, terutama mengenai citra dan dinamika popularitas pejabat dari kalangan selebritas. Objek analisis studi pertama adalah media daring viva.co dan Suara.com, sedangkan studi kedua meneliti media daring Kompas.com dan Tempo.co. Kedua studi ini sama-sama menggunakan analisis framing media daring, tetapi berbeda dalam konteks, objek, serta fokus utama penelitian. **18 44 101** 2.2. Teori dan Konsep 2.2

7 16 22 28 38 57 1. Teori Framing Media Teori framing media adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. 7 9 16 22 28 38 57 58 85

Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa (Romli, 2018, p 77). Framing merujuk pada proses seleksi, penekanan, dan penyajian fakta tertentu oleh media untuk menciptakan sudut pandang tertentu terhadap suatu peristiwa atau isu (Pangestu, 2021). Yang mana dapat diketahui bahwa media tidak hanya menyampaikan berita secara objektif, tetapi juga mempengaruhi cara audiens memahami realitas melalui pemilihan kata, gambar, narasi, dan konteks yang disajikan (Hamid et al., 2023). 112 Framing dalam media memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi dan opini publik. Ketika media memilih untuk menonjolkan aspek tertentu dari sebuah peristiwa dan mengabaikan yang lain, audiens cenderung menganggap aspek tersebut sebagai yang paling penting. Selain itu, framing juga berperan dalam membingkai isu-isu politik dan sosial, dimana media dapat mempengaruhi agenda publik dengan cara menonjolkan topik tertentu secara berulang-ulang, sehingga masyarakat menganggap topik tersebut sebagai prioritas. Oleh karena itu, framing tidak hanya mempengaruhi cara orang berpikir tentang suatu masalah, tetapi juga menentukan masalah apa yang dianggap penting (Zulham et al., 2024). 1 2 3 4 5 6 8 13 16 18 19 31 45 51 55 8 Pada penelitian ini, salah satu model analisis framing yang digunakan adalah model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki, yang memiliki strategi konstruksi dan memproses berita. 1 2 3 4 11 13 14 16 28 33 34 39 42 45 51 59 82 91

Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Romli, 2018, p 79). Selanjutnya, istilah framing sendiri merujuk pada proses seleksi, penekanan, dan penyajian informasi tertentu oleh media untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu peristiwa (Siregar et al., 2023). Teori ini digunakan pada penelitian ini dikarenakan model framing Pan & Kosicki menawarkan pendekatan yang sistematis dalam

menganalisis bagaimana media membingkai suatu isu melalui struktur teks berita. Menurut Pratama & Saragih (2022), model ini membagi framing ke dalam empat struktur utama, yakni struktur sintaksis (susunan narasi berita), struktur skrip (alur cerita dan kronologi), struktur tematik (pesan utama yang ingin disampaikan), dan struktur retorik (pemilihan kata, metafora, atau gaya bahasa). Alasan lainnya adalah isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah yang sering kali menimbulkan pro-kontra di masyarakat, sehingga media memiliki kecenderungan untuk membingkai berita dengan sudut pandang tertentu, baik sisi positif maupun negatifnya. Melalui penggunaan model Pan & Kosicki, peneliti dapat mengurai strategi framing yang digunakan media dalam menyajikan isu ini, termasuk bias atau agenda yang mungkin tersembunyi di balik pemberitaan. Model analisis framing ini juga telah banyak digunakan dalam penelitian media, khususnya dalam analisis pemberitaan politik dan isu-isu kontroversial, sehingga memberikan landasan metodologis yang kuat. Dengan menerapkan model ini, penelitian dapat menghasilkan temuan yang komprehensif tentang bagaimana media membentuk opini publik terkait fenomena selebritas masuk ke ranah birokrasi. 2.2 1 6 8 72 2. Teori Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Teori framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki merupakan suatu model analisis yang digunakan untuk memahami bagaimana media massa membentuk dan mengkonstruksi realitas melalui berita. Selanjutnya, istilah framing sendiri merujuk pada proses seleksi, penekanan, dan penyajian informasi tertentu oleh media untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu peristiwa (Siregar et al., 2023). Tidak hanya itu, teori framing ini juga dapat didefinisikan sebagai cara media menyusun dan menampilkan informasi untuk mempengaruhi cara audiens memandang realitas. Teori ini menekankan bahwa media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk makna melalui cara mereka menyajikan informasi (Sopiyan & Setiawan, 2023). 2 5 9 14 17 22 25 27 29 33 35 40 48 50 64 74 Maka dari itu, dapat diketahui bahwa teori framing ini merujuk pada proses pembuatan suatu pesan yang lebih

menonjol dengan menempatkan informasi tertentu lebih daripada yang lain, sehingga perhatian publik akan tertuju pada pesan tersebut. 23 41 61 Menurut Pratama & Saragih (2022), Pan dan Kosicki mengembangkan model analisis framing yang terdiri dari empat komponen utama, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Komponen yang pertama adalah sintaksis, dimana aspek ini merujuk pada struktur kalimat dan paragraf dalam berita, yang mempengaruhi bagaimana informasi disusun dan disampaikan. Selanjutnya, terdapat struktur skrip yang berkaitan dengan alur cerita atau narasi yang dibangun oleh media, termasuk bagaimana peristiwa diurutkan dan dihubungkan. Komponen selanjutnya adalah tematik yang berfokus pada pesan utama atau tema yang ingin disampaikan oleh media. Lalu komponen yang terakhir adalah retorik, dimana struktur retorik melibatkan penggunaan gaya bahasa, metafora, dan simbol-simbol untuk memperkuat pesan dan mempengaruhi emosi pembaca. Keempat komponen ini bekerja secara bersamaan untuk menciptakan bingkai tertentu dalam pemberitaan. Teori framing Pan dan Kosicki banyak digunakan dalam analisis media untuk mengungkap bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap suatu isu. Misalnya, dalam konteks pemberitaan politik, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana media membingkai kandidat atau kebijakan tertentu. Dalam konteks sosial, teori ini dapat membantu memahami bagaimana media membingkai isu-isu seperti kemiskinan, lingkungan, atau kesehatan. Salah satu contohnya pada analisis pemberitaan konflik partai politik, dimana model framing ini membantu memahami bagaimana media membingkai berita untuk menonjolkan aspek tertentu dari konflik tersebut (Permatasari, 2022). Dengan menganalisis keempat komponen framing, peneliti dapat mengidentifikasi strategi yang digunakan media untuk mempengaruhi opini publik. Teori ini juga dapat digunakan untuk membandingkan framing antara media yang berbeda, sehingga memberikan wawasan tentang bias atau kecenderungan media tertentu (Munif, 2023). Tidak hanya itu, teori framing Pan dan Kosicki juga memainkan peran penting dalam memahami kredibilitas berita. Berdasarkan Insani & Zamzamy

(2023), melalui proses analisa terhadap bagaimana media membingkai suatu peristiwa, kita dapat menilai apakah berita tersebut disajikan secara objektif atau mengandung bias tertentu. Misalnya, jika media terlalu menekankan pada aspek konflik, hal ini dapat mengurangi kredibilitas berita. Sebaliknya, jika media menyajikan informasi secara seimbang dan berdasarkan fakta, kredibilitas berita akan meningkat. Teori ini juga membantu audiens untuk lebih kritis dalam mengonsumsi berita, dengan memahami bahwa setiap pemberitaan adalah hasil dari konstruksi media yang mungkin mengandung agenda tertentu. Teori framing Pan dan Kosicki sangat relevan dalam konteks media modern, di mana informasi disebarluaskan dengan cepat melalui berbagai platform, termasuk media sosial. **92** Menurut Taufiqurrahman (2024), framing tidak hanya dilakukan oleh media tradisional, tetapi juga oleh individu dan kelompok yang menyebarkan informasi melalui platform daring. Hal ini menambah kompleksitas dalam memahami bagaimana framing mempengaruhi persepsi publik. Selain itu, teori ini juga relevan dalam konteks global, di mana media dari berbagai negara mungkin membingkai isu yang sama dengan cara yang berbeda, tergantung pada kepentingan dan nilai-nilai yang mereka anut. Oleh karena itu, teori framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki juga memiliki implikasi lebih luas dalam komunikasi massa. Dalam konteks sosial, framing dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami dan menafsirkan realitas. Selain itu, model ini juga menekankan pentingnya memahami peran media sebagai aktor sosial yang mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat. Melalui keempat komponen utamanya, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, teori ini memiliki tujuan untuk membantu penganalisis dalam mengungkap strategi framing yang digunakan oleh media. Teori ini juga tidak hanya berguna untuk penelitian akademis, namun juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kritis masyarakat terhadap pemberitaan media. Pada konteks media modern, teori framing tetap relevan untuk memahami bagaimana informasi dibingkai dan disebarluaskan, serta bagaimana hal ini mempengaruhi opini dan sikap

publik. 2.2.3. Jurnalisme Online Jurnalisme online merupakan bentuk jurnalisme yang memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan berita dan informasi secara real-time . Berbeda dengan media konvensional (cetak, radio, atau televisi), jurnalisme online memiliki keunggulan dalam kecepatan, interaktivitas, dan kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai format konten, seperti misalnya berupa teks, video, atau audio (Muliawanti, 2018). 98 Menurut Putri (2022), Paul Bradshaw menjabarkan lima prinsip dasar jurnalistik online yang sering kali disingkat dengan istilah B-A-S-I- C., yakni: 1. Brevity , dimana pembaca daring cenderung memiliki rentang perhatian yang pendek, sehingga berita harus disajikan secara ringkas dan padat. 2. Adaptability , dimana konten harus mudah disesuaikan dengan perkembangan terbaru, yang mana berita daring dapat diperbarui kapan saja, berbeda dengan media cetak yang statis. 3. Scannability , dimana pembaca daring sering hanya memindai (scan) teks, sehingga penggunaan sub judul, bold text , daftar bernomor, dan hyperlink sangat penting untuk memudahkan pemahaman cepat. 60 4. Interactivity , dimana jurnalisme online memungkinkan pembaca untuk berinteraksi, baik melalui kolom komentar, polling, atau media sosial. 5. Community and Conversation , dimana media daring tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan berita, tetapi juga membangun komunitas di mana pembaca dapat berdiskusi, berbagi pendapat, atau bahkan menjadi sumber informasi. Selain itu, Romli (2018) juga menyatakan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari jurnalistik online, yakni: 1. Immediacy, yaitu berita daring dapat dipublikasikan dalam hitungan detik setelah peristiwa terjadi, berbeda dengan media cetak yang membutuhkan waktu produksi lebih lama. 2. Multiple Pagination, yaitu artikel panjang yang sering kali dipisahkan menjadi beberapa halaman untuk meningkatkan page views, meskipun hal ini bisa mengganggu kenyamanan pembaca. 7 18 3. Multimedia, yaitu jurnalisme online yang menggabungkan teks, gambar, video, info grafis, dan audio untuk memperkaya penyajian informasi. 4. Flexibility Delivery Platform, yaitu konten yang dapat diakses melalui berbagai perangkat (

smartphone , tablet, desktop) dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. 5. Archiving and Relationship, yaitu berita daring yang tersimpan dalam database yang memungkinkan pembaca mengakses arsip lama, serta terhubung dengan artikel terkait melalui hyperlink . Studi tentang framing pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah berkorelasi dengan jurnalisme online dikarenakan media digital telah menjadi sumber utama informasi masyarakat kontemporer. Salah satu alasannya adalah kecepatan dan adaptabilitas dari media daring yang memungkinkan bahwa framing dapat berubah secara dinamis sesuai perkembangan isu, sehingga peneliti dapat melihat bagaimana sudut pandang media bergeser dari waktu ke waktu. Alasan lainnya adalah interaktivitas dan fitur komunitas yang memungkinkan analisis tidak hanya pada konten berita, tetapi juga respons publik yang memperkuat atau menentang framing media. Tidak hanya itu, penggunaan konten seperti video wawancara dapat memengaruhi cara audiens menyampaikan persepsi legitimasi selebritas dalam dunia politik. Oleh karena itu, memahami jurnalisme online membantu peneliti mengidentifikasi strategi framing yang digunakan situs berita dalam membentuk opini publik terkait isu selebritas di pemerintahan.

2.2.4. Media Berita Online

Media berita online merupakan fenomena baru dalam jurnalistik, yang mulai berkembang sejak pertengahan tahun 1990 dengan kemajuan teknologi internet dan world wide web .

7 Media 10 berita online sendiri merujuk pada platform digital yang menyajikan informasi aktual dalam bentuk teks, gambar, video, atau audio melalui internet. Berbeda dengan media konvensional, media daring memiliki kemampuan publikasi real-time , jangkauan global, dan fitur interaktif, seperti misalnya portal berita, media sosial, dan agregator konten. Keberadaannya telah mengubah pola konsumsi berita masyarakat yang kini lebih mengutamakan akses cepat dan ringkas (Bangun et al, 2019).

77 111 Media berita online memiliki beberapa karakteristik unik yang membedakannya dari media tradisional. Menurut Parwati (2020), karakteristik yang pertama adalah kesegeraan, dimana media berita online memungkinkan berita dipublikasikan dan

diperbarui secara real-time untuk memenuhi kebutuhan informasi yang cepat dan akurat. Karakteristik yang kedua adalah memungkinkan adanya keterlibatan teks, gambar, audio, dan video dalam satu sajian berita, yang mana dapat meningkatkan pengalaman pengguna. Karakteristik yang ketiga adalah interaktivitas yang memungkinkan pengguna berpartisipasi aktif melalui komentar, polling, atau media sosial guna menciptakan dialog antara media dan publik. Karakteristik yang keempat adalah fleksibilitas platform yang memungkinkan akses berita melalui berbagai perangkat, seperti smartphone atau komputer, dengan penyesuaian tampilan yang otomatis. Karakteristik yang terakhir adalah pengarsipan yang memungkinkan berita tersimpan dalam database yang mudah diakses kembali, dimana hal ini dapat memudahkan pengguna menemukan informasi historis. Penelitian ini berkaitan erat dengan media berita online karena platform digital menjadi arena utama perdebatan publik tentang legitimasi selebritas di pemerintahan. Romli (2018) mengemukakan bahwa hal ini dikarenakan kecepatan media daring yang memungkinkan peneliti melacak pergeseran framing dari waktu ke waktu. Selain itu, fitur interaktif yang tersedia, seperti komentar dari pembaca, memberi gambaran tentang penerimaan masyarakat terhadap framing media, apakah mereka sependapat atau justru menolak narasi yang dibangun. Selanjutnya, karakteristik multimedia dapat digunakan media untuk membingkai selebritas secara spesifik, seperti misalnya foto resmi dengan atribut pemerintahan yang menunjukkan framing legitimasi, lalu video melakukan kesalahan fatal saat wawancara yang menunjukkan framing ketidakmampuan, dimana hal ini memperlihatkan bahwa pilihan konten visual/audio dapat memperkuat pesan tertentu. Alasan yang terakhir adalah hipertekstualitas yang memungkinkan peneliti melihat apakah media mengaitkan isu ini dengan berita lain untuk membentuk perspektif historis.

2.2.5. Berita Dilansir dari CNN Indonesia (2024), konsep berita sendiri didefinisikan oleh berbagai pihak. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita merupakan cerita atau keterangan terkait suatu kejadian atau insiden yang sedang hangat diperbincangkan.

35 Selain itu, Wahyudi juga mendefinisikan berita sebagai uraian tentang fakta, peristiwa, atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan telah disajikan melalui media massa periodik. Oramahi juga mengemukakan bahwa berita adalah suatu informasi baru yang mengandung makna penting, serta memiliki pengaruh terhadap pembaca atau pendengarnya. 96 Yang terakhir, Amak Syariffudin menyatakan bahwa berita merupakan laporan kejadian yang ditimbulkan sebagai suatu bahan yang menarik perhatian publik media massa. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berita merupakan informasi yang mengandung atau menyampaikan peristiwa atau kejadian yang aktual dan hangat, serta memiliki unsur-unsur seperti 5W + 1H untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tepat dengan nilai berita. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis terkait fenomena selebritas yang memasuki ranah politik atau pemerintahan periode Oktober 2024– Maret 2025 dengan mengambil sampel berita dari Kompas.com (71 artikel) dan Tempo.co (49 artikel). Kedua media dipilih karena mewakili karakteristik berbeda, yakni Kompas.com sebagai media arus utama cenderung berimbang dan normatif, mencerminkan perspektif institusional dan Tempo.co yang dikenal dengan pendekatan kritis, serta sering mengangkat isu kontroversial. Perbandingan antara keduanya akan mengungkap variasi framing berdasarkan kebijakan redaksional masing-masing. Lebih lanjut lagi, artikel dipilih melalui kata kunci "Stafsus" dalam rentang waktu Oktober 2024 – Maret 2025 yang merupakan awal periode masa kepemimpinan presiden baru, dikarenakan pada periode ini kemungkinan maraknya pemberitaan terkait reshuffle atau kinerja Stafsus. 17 54 Dalam menganalisis framing berita dari Kompas.com dan Tempo.co, peneliti akan menggunakan model framing Pan & Kosicki untuk mengurai konstruksi berita melalui empat struktur, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Analisis ini nantinya akan menunjukkan bagaimana Kompas.com dan Tempo.co membingkai isu Stafsus berdasarkan kepentingan redaksional. Selain itu, peneliti juga menggunakan model analisis framing ini untuk mengetahui apakah pemberitaan lebih sering mengangkat isu kinerja, konflik, atau legitimasi. Tidak hanya

itu, analisa dari model framing ini menunjukkan implikasi sosial-politik berdasarkan dampak framing terhadap persepsi publik tentang peran Stafsus dalam pemerintahan. 2.2 **79** 6. 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 dapat dilihat dari kriteria dan nilai tertentu yang harus dipenuhi. **101** Jurnalis mampu menjalankan standar ukuran dan nilai dari sebuah peristiwa dan dikategorikan menjadi berita (Latief, 2021). Berikut kategori nilai berita: 11 1. **56** Aktualitas, yaitu salah satu nilai berita yang paling penting dalam jurnalistik, dimana berita harus tentang peristiwa yang sedang terjadi atau baru saja terjadi, sehingga masih hangat dibicarakan oleh masyarakat. Nilai aktualitas ini membuat berita tetap relevan dan menarik bagi pembaca, karena mereka ingin tahu apa yang sedang terjadi di sekitar mereka. 2. Kedekatan, yaitu nilai berita yang terkait dengan seberapa dekat peristiwa tersebut dengan kehidupan masyarakat. Peristiwa yang terjadi di dekat geografis, ideologis, atau psikologis dengan pembaca cenderung lebih menarik perhatian mereka. Kedekatan juga dapat berarti peristiwa yang melibatkan orang-orang yang dikenal atau memiliki hubungan dengan masyarakat setempat. 3. Penting, yaitu nilai berita yang ditentukan dari pentingnya suatu peristiwa karena berdampak pada banyak orang atau memiliki konsekuensi signifikan terhadap masyarakat. Berita yang penting biasanya melibatkan isu-isu besar seperti kebijakan pemerintah, krisis ekonomi, atau peristiwa yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat. Nilai penting ini membuat berita tersebut relevan dan perlu diketahui oleh masyarakat luas, sehingga mereka dapat memahami dampaknya dan membuat keputusan yang tepat. 4. Keterkenalan, yaitu nilai berita yang terkait dengan peran atau status tokoh yang terlibat dalam suatu peristiwa. **108** Berita yang melibatkan tokoh terkenal, seperti selebritas atau pejabat tinggi, cenderung lebih menarik perhatian pembaca. Hal ini karena

masyarakat umumnya tertarik dengan kehidupan dan aktivitas orang-orang terkenal. Keterkenalan juga dapat meningkatkan nilai berita karena peristiwa yang melibatkan tokoh terkenal sering kali memiliki dampak yang lebih luas atau menimbulkan perdebatan yang lebih besar di masyarakat.

5. Dampak, yaitu nilai berita ditentukan oleh dampak dari suatu peristiwa karena menunjukkan seberapa besar pengaruhnya terhadap masyarakat. Berita yang memiliki dampak besar cenderung lebih penting dan menarik perhatian pembaca, karena mereka ingin tahu bagaimana peristiwa tersebut akan mempengaruhi kehidupan mereka.

6. Keluarbiasaan, yaitu nilai berita yang terkait dengan peristiwa yang tidak biasa atau aneh. Berita yang unik atau tidak terduga cenderung menarik perhatian pembaca karena membangkitkan rasa penasaran. Peristiwa yang tidak biasa ini bisa berupa rekor dunia, kejadian langka, atau hal-hal yang tidak terduga.

7. Konflik, yaitu nilai berita yang terkait dengan peristiwa yang melibatkan pertentangan atau perselisihan. Berita yang mengandung konflik selalu menarik perhatian karena membangkitkan rasa penasaran dan emosi pembaca. Nilai konflik membuat berita tersebut lebih dramatis dan menarik, sehingga pembaca lebih tertarik untuk mengikuti perkembangannya.

8. Human Interest, yaitu nilai berita yang terkait dengan kisah-kisah pribadi yang membangkitkan emosi atau perasaan pembaca. Berita yang memiliki nilai human interest biasanya melibatkan kisah inspiratif, tragedi, atau kejadian yang membangkitkan simpati. Nilai ini membuat berita tersebut lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari pembaca dan memungkinkan mereka untuk merasakan empati atau koneksi dengan orang-orang yang terlibat.

9. Seks, yaitu nilai berita yang terkait dengan peristiwa yang melibatkan hubungan romantis, skandal, atau isu-isu terkait seksualitas. Berita yang berkaitan dengan seks sering kali menarik perhatian pembaca karena topik ini sering kali tabu atau menimbulkan kontroversi. Namun, jurnalis harus berhati-hati dalam meliput isu-isu ini untuk memastikan bahwa berita disajikan dengan etis dan tidak mengeksploitasi individu yang terlibat.

80 Nilai berita (news value) dapat didefinisikan sebagai kriteria atau standar yang digunakan oleh jurnalis dan media untuk menentukan apakah suatu peristiwa atau informasi layak dijadikan berita. Nilai berita membantu media dalam memilih dan memprioritaskan informasi yang akan disampaikan kepada publik. Nilai berita juga dapat didefinisikan sebagai faktor-faktor yang membuat suatu peristiwa menarik dan relevan untuk diliput. Dalam praktiknya, nilai berita menjadi pedoman bagi media untuk memastikan bahwa konten yang mereka sajikan memiliki daya tarik, keakuratan, dan relevansi bagi audiens (Wahidar & Devitriana, 2021).

15 Menurut Abanat et al. (2023), konsep kredibilitas dari berita di suatu media mencakup beberapa unsur yang perlu diterapkan secara konsisten.

15 Konsep yang pertama adalah informasi yang disampaikan harus dapat dipercaya oleh masyarakat (believability).

15 Selain itu, informasi tersebut harus akurat dan berdasarkan pada fakta yang dapat dipertanggungjawabkan (accuracy). Konsep yang lainnya adalah media wajib berusaha menghindari adanya bias atau kecenderungan subjektif dalam penyampaian informasi. Lalu konsep yang terakhir adalah media diharapkan menyajikan informasi secara lengkap, yakni melalui perhatian secara mendalam terhadap berbagai aspek yang relevan dalam konteks pemberitaan (completeness). Standar-standar ini menjamin bahwa berita tidak hanya menarik, tetapi juga dapat dipercaya dan bermanfaat bagi masyarakat.

12 Tidak hanya terkait dengan standar yang menentukan kredibilitas berita, namun terdapat beberapa faktor yang juga mempengaruhi nilai berita itu sendiri, dimana faktor-faktor ini sering kali dijadikan acuan dalam menentukan nilai berita. Menurut Abanat et al. (2023), faktor yang pertama adalah dampak, yang berarti sejauh mana suatu peristiwa yang diberitakan memengaruhi kehidupan banyak orang. Selain itu, faktor yang kedua adalah kedekatan, dimana aspek geografis suatu peristiwa yang diberitakan menentukan keterkaitan dengan audiens. Faktor selanjutnya adalah ketepatan waktu, dimana suatu peristiwa yang diberitakan dengan cepat atau yang sedang berkembang akan memiliki nilai berita yang tinggi. Faktor yang terakhir adalah

konflik, dimana semakin tegang dan menarik suatu peristiwa yang diberitakan, maka berita ini dapat menarik perhatian publik dengan mudah. Menurut Jaga Fakta (2023), di era digital, nilai berita menjadi semakin penting karena banjir informasi yang tersedia di media daring, terlebih lagi dengan berita palsu yang semakin mudah tersebar. Media harus bersaing untuk menarik perhatian audiens sambil memastikan bahwa berita yang disajikan tetap berkualitas dan kredibel. Namun, tantangan muncul ketika media lebih mengutamakan clickbait daripada kualitas informasi. Hal ini dapat mengorbankan standar nilai berita, seperti keakuratan dan keseimbangan. Oleh karena itu, media perlu tetap berpegang pada prinsip-prinsip jurnalistik yang bertanggung jawab untuk menjaga kepercayaan publik.

2.2.7. Selebritas Menurut Hasna (2022),

Selebritas adalah individu yang terkenal dan mendapatkan perhatian publik secara luas, biasanya karena prestasi, bakat, atau kehadiran mereka di bidang tertentu seperti hiburan, olahraga, politik, atau media sosial. Selebritas juga sering kali dianggap sebagai "produk budaya" yang diciptakan oleh media dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan figur yang dapat diidolakan atau dijadikan sorotan. Selebritas tidak hanya dikenal karena karya atau kontribusi mereka, tetapi juga karena kehidupan pribadi mereka yang sering menjadi bahan pemberitaan. Ada beberapa faktor yang berkontribusi pada munculnya selebritas. Menurut Putri et al. (2025), faktor yang pertama adalah media massa yang memainkan peran kunci dalam membangun dan mempromosikan figur selebritas. Media memberikan platform bagi individu untuk dikenal oleh publik, baik melalui film, musik, acara televisi, atau media sosial. Faktor kedua adalah kebutuhan masyarakat akan figur idola juga mendorong munculnya selebritas, dimana masyarakat cenderung mencari sosok yang dapat dijadikan panutan atau sumber inspirasi. Faktor ketiga adalah kemampuan individu dalam membangun personal brand juga penting, yang mana selebritas sering kali memiliki kemampuan untuk menciptakan citra yang menarik dan mempertahankan popularitas mereka. Faktor yang terakhir

adalah dukungan industri, seperti misalnya industri hiburan atau olahraga, yang secara aktif mempromosikan individu berbakat untuk menjadi selebritas.

56 71 Selebritas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat, baik secara positif maupun negatif. Di sisi positif, selebritas dapat menjadi sumber inspirasi, memotivasi masyarakat untuk mencapai tujuan, atau mengadvokasi isu-isu sosial seperti lingkungan, kesehatan, dan pendidikan. Seperti contohnya dapat dilihat pada banyak selebritas yang terlibat dalam kampanye amal atau gerakan sosial (Hasna, 2022). Namun di sisi lain, selebritas juga dapat mempengaruhi opini publik dimana pengaruh yang diberikan oleh selebritas mampu menggiring audiens untuk mengikuti apa yang diucapkan atau disebarkan di jejaring sosial. Selebritas kini menjadi aktor politik yang memiliki kekuatan simbolik, karena modal popularitas digunakan untuk memengaruhi opini publik (Sudibyo, 2020). Pengaruh selebritas semakin besar dengan adanya media sosial, di mana mereka dapat berinteraksi langsung dengan penggemar dan mempengaruhi opini publik (Dharta, 2024).

2.2.8. Pengangkatan Selebritas Sebagai Pejabat Pemerintah Rajab (2019) mendefinisikan pejabat pemerintah sebagai individu yang memegang jabatan atau posisi resmi dalam struktur pemerintahan, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional. Mereka ditunjuk atau dipilih untuk menjalankan tugas-tugas administratif, legislatif, atau yudikatif dalam rangka mengelola urusan publik dan melayani kepentingan masyarakat. Pejabat pemerintah dapat mencakup berbagai peran, seperti presiden, menteri, gubernur, bupati, wali kota, anggota dewan perwakilan, dan pejabat tinggi lainnya yang bertanggung jawab atas kebijakan dan pelayanan publik. Pejabat pemerintah memiliki fungsi dan kewajiban yang vital dalam menjalankan pemerintahan. Hartati (2019) mengungkapkan bahwa kewajiban pertama adalah pejabat pemerintah bertanggung jawab untuk merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan publik yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kewajiban selanjutnya adalah wajib melayani kepentingan publik dengan transparan, akuntabel, dan adil. Selain itu, pejabat pemerintah harus menjaga integritas dan

etika dalam menjalankan tugasnya, termasuk menghindari praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN). Lalu kewajiban yang terakhir adalah bertugas untuk mengawasi dan mengevaluasi program-program pemerintah agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kewajiban ini diatur dalam peraturan perundang-undangan dan kode etik yang berlaku. Selain itu, Adminjak (2024) juga mengemukakan bahwa pejabat pemerintah memainkan peran penting dalam membentuk arah dan kebijakan negara. Mereka bertindak sebagai pengambil keputusan yang memengaruhi kehidupan masyarakat, mulai dari kebijakan ekonomi, pendidikan, kesehatan, hingga keamanan. Selain itu, pejabat pemerintah juga berperan sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat, memastikan bahwa aspirasi dan kebutuhan rakyat didengar dan diakomodasi dalam kebijakan publik. Di tingkat internasional, pejabat pemerintah mewakili negara dalam diplomasi dan kerja sama global, memperjuangkan kepentingan nasional di forum-forum internasional. Menjadi pejabat pemerintah bukanlah tugas yang mudah. Menurut Nasya et al. (2024), mereka sering menghadapi tantangan seperti tekanan politik, tuntutan masyarakat yang tinggi, dan kompleksitas masalah yang harus diatasi. Seperti contoh dalam situasi krisis seperti pandemi atau bencana alam, dimana pejabat pemerintah dituntut untuk mengambil keputusan cepat dan tepat guna melindungi masyarakat. Selain itu, mereka juga harus menjaga kepercayaan publik dengan menunjukkan kinerja yang baik dan menghindari skandal yang dapat merusak citra pemerintah. Tanggung jawab ini semakin berat di era digital, di mana setiap tindakan dan kebijakan pejabat pemerintah dapat dengan cepat menjadi sorotan media dan publik. (Bahwa pejabat publik tidak hanya datang dari kalangan politikus, akademik ataupun praktisi tetapi saat ini para selebritas juga bisa bersaing di kancah politik, alasannya karena mereka merupakan seorang figur terkenal yang memiliki popularitas dan elektabilitas yang tinggi). 2.2.9. Konstruksi Realitas Media Menurut Novita et al. (2021), konstruksi realitas media merujuk pada proses di mana media membentuk pemahaman publik tentang dunia

melalui seleksi, penekanan, dan penyajian informasi. Konsep ini berakar menjelaskan lebih lanjut bahwa media tidak hanya melaporkan fakta, tetapi secara aktif membangun narasi yang memengaruhi cara audiens memandang suatu isu. Realitas yang disajikan media bukanlah cerminan objektif dunia, melainkan hasil dari keputusan editorial, bias, dan nilai-nilai yang dianut oleh organisasi media. Konstruksi realitas media melibatkan suatu proses yang panjang. Menurut Permadi et al. (2024), media akan memilih peristiwa mana yang layak diberitakan dan mana yang diabaikan. Media membangun konstruksi realitas sosial dengan mengemas informasi dalam bingkai yang sesuai dengan kepentingan redaksional (Hamid, 2022). Salah satu contohnya dalam pemberitaan selebritas yang menjadi pejabat, dimana media mungkin lebih fokus pada figur terkenal sambil mengabaikan kasus serupa yang melibatkan non-publik figur. Lalu, media menentukan tingkat prioritas suatu isu melalui frekuensi dan penempatan pemberitaan. Jika suatu portal berita terus-menerus mengangkat kontroversi selebritas-pejabat, publik akan menganggap isu ini penting. Selanjutnya, media akan merangkai narasi (pemilihan kata, gambar, atau sudut pandang sumber) yang membentuk interpretasi audiens. Konstruksi realitas media memberikan dampak yang signifikan terhadap framing berita. Romadlan & Fauziah (2022) mengungkapkan bahwa salah satu dampaknya adalah pembentukan opini publik, yang mana narasi media yang dominan mampu mengarahkan dukungan atau penolakan terhadap kebijakan tertentu, seperti pengangkatan selebritas sebagai pejabat. Selain itu, konstruksi realitas media juga berdampak pada stereotip dan stigma, dimana representasi yang tidak seimbang, seperti menonjolkan kegagalan selebritas di pemerintahan, mampu menciptakan stigma buruk yang bertahan lama. Tidak hanya itu, apabila realitas yang dibangun media terlalu bias, masyarakat akan kesulitan membuat keputusan berbasis informasi yang utuh.

44 14 2.3. 44 Kerangka Berpikir Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian ini berfokus pada bagaimana media daring nasional, khususnya Kompas.com dan Tempo.co, memberitakan figur selebritas yang menjabat sebagai pejabat

pemerintahan dalam periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. 1 3 4 5 6 8 9 12 13 18 19

20 24 30 31 43 49 55 66 67 Pendekatan yang digunakan adalah analisis framing, dengan mengacu pada model yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. 3 11 Model ini memecah proses pembingkai berita ke dalam empat kategori utama: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media menyusun narasi mengenai penunjukan selebritas ke posisi pemerintahan dan sejauh mana penyusunan struktur berita memengaruhi persepsi publik terhadap peristiwa tersebut. Kategori sintaksis dalam analisis ini mengevaluasi struktur penyajian berita, seperti bagaimana judul, lead, dan paragraf pembuka disusun untuk membentuk kesan awal. Penelitian menelaah apakah gaya penyampaiannya bersifat netral, mendukung, atau justru kritis. Sintaksis juga mencakup aspek visual, termasuk pemilihan foto, caption, serta kutipan narasumber yang ditonjolkan, yang semuanya berperan penting dalam memperkuat arah pemberitaan. Kategori skrip menelusuri alur naratif dalam penyajian berita. Fokusnya adalah bagaimana kronologi peristiwa dibangun: apakah media lebih menekankan latar belakang profesional selebritas, keterlibatan politik sebelumnya, atau malah memberi ruang lebih besar pada kontroversi dan respons publik. Dalam bagian ini, skrip dapat mengungkap kecenderungan media untuk membentuk narasi personalitas, dramatisasi, atau justru obyektivitas dalam pemberitaan. Selanjutnya, kategori tematik menyoroti isu-isu utama yang konsisten diangkat oleh media dalam setiap berita. Misalnya, munculnya perdebatan antara profesionalisme dan popularitas dalam birokrasi, isu meritokrasi, serta praktik politisasi jabatan di era pemerintahan yang baru. Tema ini penting karena menunjukkan arah opini dan perhatian media dalam membingkai peran selebritas di ranah kekuasaan. Kategori terakhir, yaitu retorik, mengevaluasi penggunaan bahasa, diksi, metafora, dan gaya ekspresi lainnya yang memiliki kekuatan membentuk opini publik. Retorika dalam pemberitaan bisa memperhalus kritik atau sebaliknya, memperkuat nada sinis terhadap kebijakan pemerintah. Penggunaan istilah tertentu,

penekanan pada emosi, atau pemilihan kutipan bisa secara halus membentuk sikap pembaca terhadap tokoh yang diberitakan. Dengan menggabungkan keempat kategori tersebut secara mendalam, penelitian ini menyajikan pemetaan yang menyeluruh tentang bagaimana media membingkai keberadaan selebritas dalam posisi pemerintahan. Hasil analisis diharapkan memberikan pemahaman kritis 15 terhadap hubungan antara media, kekuasaan, dan representasi publik dalam konteks politik Indonesia kontemporer. 12 14 40 45 82 97

100 117 16 BAB III METODOLOGI PENELITIAN 3.1. 12 53 70 97 106 Pendekatan

Penelitian Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai pendekatan utama. Secara umum, paradigma konstruktivisme merupakan landasan teoritis yang mengakui bahwa pemahaman mengenai realitas sosial tidak dipandang secara statis maupun sebagai entitas yang terpisah (Azizah, 2023). Paradigma ini berpijak pada pandangan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif, melainkan dibentuk melalui proses konstruksi makna yang dilakukan secara terus-menerus oleh individu dan kelompok dalam interaksinya, serta teori konstruktivisme ini berargumen bahwa konstruksi antar individu menunjukkan pemahaman seseorang kepada orang lain (Karman, 2015). 53 83 Asumsi dasar dalam pendekatan konstruktivisme ini adalah realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, namun tidak juga turun karena campur tangan Tuhan. Tapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi (Butsi, 2019, p 53). Dalam konteks media, konstruksi realitas ini muncul melalui bagaimana media memilih, menyusun, dan menyampaikan informasi kepada publik. Artinya, pemberitaan bukanlah cerminan langsung dari kenyataan, tetapi interpretasi media terhadap suatu peristiwa yang dibingkai dengan cara tertentu. Pendekatan penelitian kualitatif memiliki fokus kepada pemahaman perilaku manusia, fenomena sosial, atau konteks budaya melalui analisis secara mendalam, interpretatif, dan juga deskriptif (Eriyanto, 2018). Pada penelitian kualitatif terdapat fokus utama yaitu pada pengalaman pribadi, pandangan, serta pemahaman makna ataupun kolektif. Perolehan data yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif bersifat tidak berbentuk numerik, dan

biasanya diperoleh dari hasil observasi, wawancara, analisis dokumen, dan juga studi kasus (Fadli, 2021). Pendekatan ini memiliki karakteristik yang fleksibel serta memungkinkan adanya penyesuaian sesuai dengan perkembangan dalam penelitian. Selain itu, paradigma konstruktivis memiliki tujuan untuk menganalisis makna yang terkandung dalam suatu aktivitas ataupun peristiwa melalui studi kasus, observasi, dan juga wawancara. Paradigma berfungsi sebagai pedoman fundamental untuk mendukung peneliti dalam mengidentifikasi fakta-fakta melalui proses penelitian. Dalam penelitian ini, media massa memiliki peran penting sebagai salah satu aktor yang turut membentuk dan mempengaruhi persepsi masyarakat melalui cara mereka menyusun dan menyampaikan informasi. Selain itu, paradigma konstruktivisme juga meliputi fokus fenomena penelitian, pemikiran dasar, serta metode penelitian yang digunakan untuk mengungkapkannya. Paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai entitas yang terkait, juga memiliki karakteristik yang dinamis dan kompleks, kata akan makna serta bersifat interaktif dan bukan sekedar hubungan sebab-akibat (Rahardjo, 2018). Penelitian ini mengimplementasikan paradigma konstruktivisme, yang diyakini dapat memberikan solusi terhadap pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini. **24** Dalam konteks paradigma konstruktivisme, dapat diamati bahwa hasil yang diperoleh dipengaruhi oleh media, bukan sebagai sesuatu yang terbentuk secara alami. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pembingkai yang dikonstruksi dalam situs media Kompas.com dan Tempo.co dalam membingkai dan menyajikan pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah periode Oktober 2024 - Maret 2025.

3.2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan analisis framing, untuk memahami bagaimana media daring membingkai pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah dalam pemberitaannya. Analisis framing dipilih karena mampu mengurai strategi media dalam membentuk narasi serta memberikan gambaran bagaimana media menyusun dan menyoroti isu tertentu secara selektif. Teori framing media adalah sebuah konsep dalam ilmu komunikasi yang menjelaskan bagaimana media

membentuk persepsi publik melalui cara penyajian informasi. Framing merujuk pada proses seleksi, penekanan, dan penyajian fakta tertentu oleh media untuk menciptakan sudut pandang tertentu terhadap suatu peristiwa atau isu (Pangestu, 2021). Yang mana dapat diketahui bahwa media tidak hanya menyampaikan berita secara objektif, tetapi juga mempengaruhi cara audiens memahami realitas melalui pemilihan kata, gambar, narasi, dan konteks yang disajikan (Hamid et al., 2023). Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, ciri utama metode penelitian ini adalah peneliti langsung terlibat ke lapangan, bertindak sebagai pengamat, membuat kategori pelaku, mengamati fenomena, mencatatnya dalam buku observasi, tidak memanipulasi variabel, menitikberatkan pada observasi ilmiah (Mappasere & Suyuti, 2019, p.35). Penelitian ini menggunakan analisis framing, terutama untuk mengamati perspektif, bagaimana media membingkai realitas dengan memilih isu-isu tertentu dan menekankan atau menyoroti aspek-aspek tertentu dari realitas. 88

Penelitian deskriptif kualitatif ditinjau dari rumusan masalah yang memandu penelitian untuk menunjukkan eksplorasi atau memotret keadaan sosial yang ingin diteliti secara luas dan mendalam. Creswell merumuskan tujuan penelitian kualitatif menjadi empat komponen, yaitu tujuan utama, central phenomenon, subjek penelitian, dan lokasi penelitian. Tujuan utama dalam penelitian pendekatan kualitatif adalah untuk memahami, untuk menggambarkan, untuk mengembangkan dan untuk menemukan suatu central phenomenon. Central phenomenon adalah melakukan spesifikasi sesuatu yang direncanakan untuk tujuan eksplorasi, mengidentifikasi subyek penelitian dengan jelas, menyebutkan lokasi penelitian dengan jelas (Mappasere & Suyuti, 2019, p 1 2 3 4 6 8 9 12 18 19 20 24 25 27 30 31 36 43 46 47 49 63 66 69 76 39) 17 Pada penelitian ini menggunakan model analisis framing yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M 25 Kosicki. Model analisis ini digunakan pada penelitian ini dikarenakan model framing Pan & Kosicki menawarkan pendekatan yang sistematis dalam menganalisis bagaimana media membingkai suatu isu melalui struktur teks berita. Menurut Pratama & Saragih

(2022), model ini membagi framing ke dalam empat struktur utama, yakni struktur sintaksis (susunan narasi berita), struktur skrip (alur cerita dan kronologi), struktur tematik (pesan utama yang ingin disampaikan), dan struktur retorik (pemilihan kata, metafora, atau gaya bahasa). Alasan lainnya adalah isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah yang sering kali menimbulkan pro-kontra di masyarakat, sehingga media memiliki kecenderungan untuk membingkai berita dengan sudut pandang tertentu, baik sisi positif maupun negatifnya. Melalui penggunaan model Pan & Kosicki, peneliti dapat mengurai strategi framing yang digunakan media dalam menyajikan isu ini, termasuk bias atau agenda yang mungkin tersembunyi di balik pemberitaan. Zhongdong Pan dan Gerald M. Kosicki juga memiliki implikasi lebih luas dalam komunikasi massa. Dalam konteks sosial, framing dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami dan menafsirkan realitas. Selain itu, model ini juga menekankan pentingnya memahami peran media sebagai aktor sosial yang mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat. Melalui keempat komponen utamanya, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, teori ini memiliki tujuan untuk membantu penganalisis dalam mengungkap strategi framing yang digunakan oleh media. Teori ini juga tidak hanya berguna untuk penelitian akademis, namun juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kritis masyarakat terhadap pemberitaan media. Serta pada penggunaannya, analisis framing berfungsi untuk memperjelas pesan dan juga menonjolkan informasi tertentu, sehingga dapat menarik perhatian audiens terhadap pesan yang disampaikan (Riyanto, 2018). Dan pada konteks media modern, teori framing tetap relevan untuk memahami bagaimana informasi dibingkai dan disebarkan, serta bagaimana hal ini mempengaruhi opini dan sikap publik.

3.3. Unit Analisis Penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti akan menggunakan media nasional Kompas.com dan Tempo.co. Informasi berita yang akan dipilih sebagai unit analisis adalah pemberitaan yang menyoroti pemberitaan terkait pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, terutama topik

pemberitaan yang menyajikan terkait kontroversi diangkatnya selebritas sebagai pejabat pemerintah pada periode Oktober 2024 - Maret 2025, yang mana publik dan netizen mengkritik langkah ini karena dianggap tidak selaras dengan kemampuan. Maka dari itu, fokus pemilihan berita pada penelitian ini adalah berita-berita yang menyajikan informasi terkait kontroversi dari pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah yang berhasil menciptakan polemik di dunia maya. Pemberitaan yang akan dijadikan unit analisis pada penelitian ini berdasarkan periodisasi saat awal peristiwa tersebut berlangsung yaitu Oktober 2024 - Maret 2025. Untuk memudahkan informasi mengenai kriteria pemilihan berita, peneliti memilih berita dengan keyword “Raffi Ahmad utusan khusus”, “Raffi Ahmad Patwal”, “Tugas Raffi Ahmad”, “Yovie Widianto stafsus”, “Giring Wamen Kebudayaan”, “Deddy Corbuzier stafsus”, “Ifan Seventeen Dirut PT PFN”.

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti kemudian memilih ke 20 berita dibawah ini. Masing-masing 10 dari kedua situs media daring Kompas.com dan Tempo.co. Pemberitaan mengenai pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah pada periode Oktober 2024 - Maret 2025 terdapat 71 Artikel di Kompas.com dan 49 Artikel di Tempo.co. Namun, penelitian ini berfokus untuk melihat bagaimana pembedaan analisis framing pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah di situs media daring Kompas.com dan Tempo.co Pada Periode Oktober 2024 - Maret 2025. Hal ini dikarenakan, peneliti ingin mengetahui pembedaan analisis framing pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah di situs media daring Kompas.com dan Tempo.co Pada Periode Oktober 2024 - Maret 2025. Peneliti mengambil berita melalui masing-masing media nasional berdasarkan periode yang ditentukan yaitu pada Oktober 2024 - Maret 2025. Unit analisis yang diambil berdasarkan pemberitaan dari kedua media nasional Kompas.com dan Tempo.co. Pemberitaan pada media nasional Kompas.com berjumlah 71 pemberitaan mengenai pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah, sedangkan pada media nasional Tempo.co berjumlah 49 pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat

pemerintah untuk dijadikan unit analisis. Berdasarkan berbagai unit yang telah dikumpulkan, peneliti memutuskan untuk memilih 10 pemberitaan dari masing-masing portal berita daring sebagai subjek analisis. Pemilihan berita ini didasarkan pada relevansi konten yang ditunjukkan dengan headline dan Isi pemberitaan yang relevan serta parameter pada alat ukur yaitu dimensi-dimensi dari analisis framing Pan & Kosicki. 47 Empat struktur dari model framing Pan & Kosicki ini sangat penting pada penelitian ini, elemen ini terdiri dari Judul, Latar Belakang, Pendapat atau Pernyataan, dan juga Penutup yang mencakup kepada struktur Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris. 3.4. 1 12 32 36 37 42 60 62 71 93 Teknik Pengumpulan Data Pada penelitian yang dilakukan, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam mengumpulkan data-data adalah studi dokumentasi. 14 Metode dokumentasi merujuk kepada metode pengumpulan data yang menggunakan dokumen sebagai sumber informasi. Dokumen tersebut 18 berisi mengenai rekaman peristiwa ataupun catatan masa lalu dalam berbagai format, termasuk arsip, buku, gambar atau foto dan juga dokumen tertulis yang berfungsi sebagai sumber informasi (Sugiyono, 2015). Metode ini umum digunakan dalam studi yang membutuhkan analisis kebijakan, data historis serta penelitian kualitatif yang berlandaskan pada data yang telah tersedia. 3.4.1. Data Primer Data Primer dalam penelitian ini diperoleh melalui artikel-artikel berita terkait pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah pada periode Oktober 2024 - Maret 2025. Sumber data primer ini berasal dari dua situs berita daring, yaitu Kompas.com dan Tempo.co yang dipilih karena keduanya merupakan situs berita daring dengan kredibilitas yang tinggi dalam menyajikan informasi politik dan pemerintahan. 3.4 12 2. Data Sekunder Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari bermacam-macam sumber, termasuk buku, jurnal, penelitian terdahulu, serta pemberitaan lain yang memiliki keterkaitan topik. 95 Data sekunder ini digunakan untuk memberikan konteks teoritis, memperkaya analisis, serta memperkuat interpretasi terhadap hasil temuan dari data primer. Sebagai bentuk dukungan, teori framing yang digunakan untuk

menganalisis cara media membingkai pemberitaan, sedangkan penelitian terdahulu dijadikan sebagai pembanding dalam mengidentifikasi pola atau kecenderungan serupa yang pernah terjadi. Dengan demikian, data sekunder berperan sebagai landasan konseptual dan referensi komparatif dalam mendukung hasil analisis terhadap artikel berita yang dianalisis sebagai data primer.

3.5. Metode Pengujian Data Dalam memastikan valid atau tidaknya sebuah data, peneliti memanfaatkan berbagai sumber data untuk mengevaluasi dan memperkuat temuan-temuan tema yang saling berhubungan. Artinya, metode pengujian data bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas, keteralihan, ketergantungan, dan konfirmabilitas hasil penelitian.

73 Fauzan (2025) menyatakan bahwa terdapat empat kriteria utama yang penting diperhatikan dalam menguji keabsahan data, yaitu credibility (kepercayaan), transferability (keteralihan), dependability (konsistensi), dan juga confirmability (kepastian).

115 Dalam menguji keabsahan data, teknik yang digunakan peneliti adalah:

- 10 26 Dependability, Dependability dalam konteks penelitian kualitatif dikenal sebagai reliabilitas. 10 26 105 Peneliti dianggap memiliki kriteria Dependability jika individu lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses yang sama. 10 26 52 68 Untuk menguji Dependability dalam penelitian kualitatif, dilakukan dengan audit secara menyeluruh terhadap semua proses penelitian yang dilakukan oleh pembimbing atau auditor independen untuk melakukan audit terhadap seluruh aktivitas peneliti selama proses penelitian.
2. Transferability, dapat dikenal juga sebagai keteralihan. 10 52 114 Transferability dapat dipahami sebagai validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. 10 Yang dimana, hasil dan konteks penelitian harus dijelaskan secara rinci dan mendalam untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Keteralihan informasi sangat bergantung pada kesamaan konteks yang serupa. Transferability memiliki tujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipahami orang lain. Oleh karena itu, peneliti perlu menyusun laporan dengan penjelasan yang rinci, terstruktur, jelas, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Dependability (Konsistensi) dan Transferability

(Keteralihan) sebagai teknik pengujian keabsahan data dari penelitian terkait pemberitaan pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah di situs media daring Kompas.com dan Tempo.co Pada Periode Oktober 2024 - Maret 2025. 3.6. Metode Analisis Data Analisis data merupakan suatu proses yang melibatkan pengorganisasian, pengelompokan, dan identifikasi pola atau tema dalam data dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Proses penyusunan data mencakup pengelompokan informasi ke dalam tema, pola, atau kategorisasi yang relevan sesuai dengan tujuan tertentu. Pada penelitian kualitatif, analisis data umumnya berfokus pada interpretasi mendalam terhadap data yang terkumpul dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, atau dokumen (Aulia, 2023). Proses ini sering kali melibatkan pengkodean, yaitu Mengidentifikasi tema atau pola dalam data yang menggambarkan konteks penelitian, tanpa adanya pengorganisasian data yang baik, penelitian, tesis, artikel, atau karya ilmiah lainnya dapat menghadapi berbagai tantangan. Setelah menyelesaikan tahap pengujian data langkah berikutnya adalah melakukan analisis terhadap data yang relevan guna mencapai tujuan penelitian. Di samping itu, pemilihan metode analisis data perlu disesuaikan dengan spesifikasi penelitian yang dilakukan agar dapat memberikan respons yang efektif terhadap rumusan masalah yang dihadapi. Dalam studi ini, diterapkan model framing Pan & Kosicki sebagai alat analisis data. 3 4 5 6 11 17 20 23 24 29 38 39 41 49 75 76 78

103 110 Terdapat empat dimensi yang digunakan sebagai perangkat analisis, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi tersebut memiliki fungsi sebagai pembentuk tema, yaitu merupakan elemen makna yang saling terkait dalam informasi berita (Sobur, 2018). 63 19 Tabel 3.1. 1 2 3 4 7 13 48 63 65 70 86 104 Kerangka Framing Pan & Kosicki Struktur Perangkat Framing Unit Yang Diamati Sintaksis (Cara wartawan Menyusun berita) 1. 2 32 34 37 Skema berita Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, Penutup Skrip (Cara wartawan mengisahkan berita) 2. 1 2 7 11 25 39 40 46 50 58 59 62 69 77 109 Kelengkapan berita 5W+1H Who, When, Where, Why, What, dan juga How Tematik (Cara wartawan menulis fakta) 3. 1 2 14 17 42 86 Detail

4. 2 14 17 42 86 Koherensi 5. 2 14 17 32 42 86 Bentuk Kalimat 6. 32 37 Kata

ganti Paragraf, Proposisi, Kalimat, Hubungan antar Kalimat Retoris (Cara wartawan menekankan fakta) 7. 34 Leksikon 8. Grafis 9. 34 Metafora Kata, Idiom, Gambar, Foto, Grafik Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025 1. Sintaksis, Dimensi pertama yang menjelaskan bagaimana jurnalis menyusun sebuah fakta di dalam pemberitaan, bagian ini merujuk kepada headline, lead, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Pernyataan, Penutup 2. Skrip, merupakan dimensi yang menjelaskan bagaimana jurnalis menceritakan atau menyampaikan informasi yang ditemukan. Bagian ini merujuk kepada who, when, where, why, what, dan juga how, yang terkandung dalam 5W+1H. 3. Tematik, yaitu bagaimana jurnalis menganalisis dan mengungkapkan fakta atau sudut pandangnya lalu dituangkan untuk membentuk pemberitaan. 4. Retoris, yaitu menjelaskan jurnalis memberikan penekanan pada makna tertentu dalam berita dengan memperhatikan penggunaan kata, Idiom, grafis, dan gambar. Elemen- elemen ini tidak hanya berfungsi sebagai pendukung tulisan, tetapi juga menyoroti makna tertentu bagi pembaca. Dalam konteks ini, penelitian yang dilaksanakan peneliti memiliki tabel yang berisi berita serta dimensi yang relevan dari setiap strukturnya. Setelah melakukan analisis terhadap setiap pemberitaan secara individu, peneliti akan merangkum dan mengakurasi temuan dari setiap berita, sehingga peneliti dapat membandingkan hasil analisis yang diperoleh dari masing-masing media seperti Kompas.com dan tempo.co. 3.7. Keterbatasan Penelitian Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam pemilihan periode waktu pemberitaan sebagai unit analisis, mengingat fokus penelitian hanya pada isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah. Pemilihan topik pemberitaan yakni Pra pengangkatan, Tugas Pokok dan fungsi, serta pasca pengangkatan, cukup menantang karena harus disesuaikan dengan periode waktu tertentu yang hanya mencakup pemberitaan dari bulan Oktober 2024 hingga Maret 2025. Selain itu, penelitian ini hanya membandingkan dua situs berita daring, yaitu Kompas.com dan Tempo.co. Keterbatasan lainnya terletak pada fokus subjek penelitian yang hanya

mencakup publik figur atau selebritas yang telah memiliki popularitas di dunia hiburan dan diangkat sebagai pejabat pemerintah selama periode tersebut, sehingga belum mencakup selebritas lainnya ataupun isu-isu terkait yang berada di luar periode analisis tersebut. 20 BAB V

PENUTUP 5.1 Kesimpulan Penelitian ini membuktikan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik melalui strategi framing yang digunakan dalam menyajikan berita. Dengan menggunakan model analisis framing Pan dan Kosicki, peneliti dapat mengurai cara Kompas.com dan Tempo.co membingkai isu pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah selama periode Oktober 2024 hingga Maret 2025. Kedua media ini merepresentasikan dua pendekatan redaksional yang berbeda, Kompas.com yang cenderung netral dan faktual, sedangkan Tempo.co yang kritis dan kontroversi. Kompas.com dalam pemberitaannya lebih sering menampilkan narasi yang bersifat personal dan human interest terhadap figur selebritas yang diangkat menjadi pejabat. Media ini menonjolkan aspek kesederhanaan, loyalitas, hingga rasa syukur para tokoh selebritas atas pengangkatan mereka. Elemen sintaksis yang digunakan cenderung disusun secara naratif dan empatik, seolah berusaha membangun simpati publik terhadap tokoh yang diberitakan. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas.com cenderung meredam kontroversi melalui pembingkai yang positif. Sebaliknya, Tempo.co lebih menonjolkan sisi kritis dalam pemberitaan. Tempo menyoroti kurangnya kompetensi para selebritas, polemik di masyarakat, hingga jejak rekam publik yang menimbulkan kontroversi. Framing dilakukan melalui pemilihan kata dan kutipan yang memperkuat keraguan publik, serta penekanan pada narasi konflik. Gaya retorik yang digunakan pun lebih tegas dan sarkastik, memperlihatkan sikap editorial yang skeptis terhadap fenomena politisasi selebritas. Komponen skrip dalam analisis framing juga menunjukkan perbedaan mencolok. Kompas.com membangun alur cerita yang cenderung linier dan menenangkan, dengan struktur yang mengarah pada membenaran atas pengangkatan selebritas. Sementara Tempo.co menggunakan skrip narasi yang lebih kompleks,

mengangkat kritik dari berbagai pihak, termasuk akademisi, pengamat politik, dan netizen. Ini menunjukkan bahwa Tempo aktif membingkai isu sebagai problematik dan layak dipertanyakan. Dalam aspek tematik, Kompas.com fokus pada narasi dedikasi dan semangat para selebritas untuk mengabdikan kepada negara. Tema yang dibangun berkisar pada semangat baru dalam pemerintahan, keterbukaan terhadap talenta dari sektor kreatif, dan adaptasi pejabat dari dunia non-politik. Sementara itu, Tempo.co membingkai tema seputar ketidaksiaraan kompetensi, potensi konflik kepentingan, dan kekhawatiran terhadap penurunan kualitas birokrasi. Strategi retorik yang digunakan kedua media sangat berpengaruh dalam membangun emosi pembaca. Kompas.com menggunakan diksi yang cenderung netral atau positif seperti “loyal,” “tidak menyangka, dan “dipercaya.” Tempo.co justru menggunakan kata-kata yang memuat kritik dan ironi, seperti “kontroversial,” “minim pengalaman, dan “menimbulkan pertanyaan publik. Perbedaan ini semakin menguatkan posisi framing masing-masing media terhadap isu yang sama. Perbedaan framing antara Kompas.com dan Tempo.co tidak lepas dari latar belakang kepemilikan media dan garis redaksional yang mereka miliki. Kompas.com sebagai bagian dari Kompas Gramedia cenderung berhati-hati dan menghindari konfrontasi langsung terhadap kebijakan pemerintah. Sedangkan Tempo.co yang lahir dari semangat jurnalisme kritis mempertahankan pendekatan watchdog yang lebih independen. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media memiliki kemampuan membentuk konstruksi realitas sosial. Masyarakat tidak hanya mengonsumsi berita sebagai fakta, tetapi juga sebagai narasi yang telah melalui proses seleksi, penekanan, dan interpretasi oleh media. Framing terhadap tokoh selebritas yang menjadi pejabat pemerintah pada akhirnya turut memengaruhi cara publik menilai kapabilitas dan legitimasi mereka dalam jabatan yang diemban. Temuan ini penting untuk dipahami karena dalam era banjir informasi, framing media sangat berperan dalam membentuk opini publik. Ketika media menyajikan narasi yang berbeda terhadap isu yang sama, masyarakat dituntut untuk lebih kritis dan

reflektif dalam membaca berita. Literasi media menjadi hal yang penting agar publik tidak hanya terpengaruh oleh satu sudut pandang tertentu, melainkan mampu menimbang informasi secara objektif. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media daring memiliki pengaruh besar dalam membentuk wacana publik terkait pengangkatan selebritas sebagai pejabat pemerintah. Melalui pendekatan framing Pan & Kosicki, terlihat bagaimana struktur penyampaian berita menjadi alat untuk mengarahkan opini, memperkuat atau melemahkan legitimasi, serta menciptakan persepsi yang dapat memengaruhi sikap masyarakat terhadap kebijakan politik tertentu.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya yang mengangkat topik serupa dapat memperluas objek kajian ke media alternatif atau media lokal, serta periode waktu pemberitaan. Sehingga dapat melihat dinamika framing yang lebih beragam dan perubahan pola pemberitaan seiring waktu.

2. Penelitian dengan tema yang sama di waktu mendatang juga dapat melibatkan persepsi audiens sebagai bagian dari analisis. Hal ini penting untuk memahami sejauh mana framing yang dilakukan media berpengaruh terhadap opini publik, khususnya dalam menanggapi keterlibatan selebritas dalam pemerintah.

5.2.2 Saran Praktis

1. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa alam proses pengangkatan pejabat publik, aspek popularitas masih kerap menjadi pertimbangan utama dibandingkan kapabilitas. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan lebih selektif dan bertanggung jawab dalam memilih pejabat dengan mempertimbangkan kompetensi dan latar belakang profesional yang relevan.

2. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat masih rentan terhadap pengaruh framing media. Karena itu, publik diharapkan dapat meningkatkan literasi media agar mampu memahami informasi secara lebih kritis dan objektif serta tidak mudah terpengaruh oleh narasi yang dibentuk oleh media tertentu.

22



REPORT #27418447

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

| | | |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 1. | 1.46% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/8163/1/DONIE%20K... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 2. | 1.2% ettheses.iainponorogo.ac.id https://ettheses.iainponorogo.ac.id/31732/1/SKRIPSI%20DIMAS%20ethesis.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 3. | 1.14% repositori.uma.ac.id https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25562/1/208530161%20... | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 4. | 1.03% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73663/1/FALAH%20... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 5. | 0.98% ejurnal.iainpare.ac.id https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/download/1275/734/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 6. | 0.95% e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/18538/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 7. | 0.89% repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/5617/3/BAB%202.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 8. | 0.84% ettheses.iainponorogo.ac.id https://ettheses.iainponorogo.ac.id/21006/1/SKRIPSI%20E-TESES%20YUDHA.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 9. | 0.84% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/35059/1/PDF%20CETAK%20SKRIPSI%20RAIHA... | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 10. 0.81% | eprints.ums.ac.id https://eprints.ums.ac.id/27442/7/05._BAB_III-TESES_SARMADI.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 11. 0.79% | etheses.iainponorogo.ac.id https://etheses.iainponorogo.ac.id/28758/1/BAB%20I%20-%20V%20fix_merged... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 12. 0.79% | repository.radenfatah.ac.id http://repository.radenfatah.ac.id/39826/2/SKRIPSI%20CICI%20AMELIA.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 13. 0.75% | jkd.komdigi.go.id https://jkd.komdigi.go.id/index.php/jskm/article/view/2047/1335 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 14. 0.74% | repositori.uin-alauddin.ac.id http://repositori.uin-alauddin.ac.id/18235/1/St%20Nirmalasari%20SG.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 15. 0.72% | journal.ubm.ac.id https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/download/4615/pdf | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 16. 0.67% | elibrary.unikom.ac.id https://elibrary.unikom.ac.id/81/8/UNIKOM_JESICA%20C%20M_41814037_BAB%20I.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 17. 0.64% | repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/15411/7/7.%20BAB%20II_2018124KOM.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 18. 0.63% | eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9403/9/9.%20BAB%20II.pdf | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 19. 0.58% | jurnal.pbs.fkip.unila.ac.id https://jurnal.pbs.fkip.unila.ac.id/index.php/buanakata/article/download/559/2... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 20. 0.58% | repository.unissula.ac.id http://repository.unissula.ac.id/31563/1/Ilmu%20Komunikasi_32801900030_full... | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 21. | 0.57% ejournal.iainu-kebumen.ac.id https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/article/view/1170 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 22. | 0.56% repository.uin-suska.ac.id https://repository.uin-suska.ac.id/16996/7/07.%20BAB%20II.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 23. | 0.54% digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/87590/4/4_bab1.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 24. | 0.54% caraka.web.id https://caraka.web.id/index.php/caraka/article/view/118/110 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 25. | 0.52% jurnal.peneliti.net https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/3499/3044/ | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 26. | 0.51% repository.iainkudus.ac.id http://repository.iainkudus.ac.id/8206/6/6.%20BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 27. | 0.51% www.esaunggul.ac.id https://www.esaunggul.ac.id/framing-berita-gayus-tambunan-di-surat-kabar-m... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 28. | 0.49% repository.uksw.edu https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10119/3/T1_362010046_BAB%20I.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 29. | 0.48% repository.usahidsolo.ac.id http://repository.usahidsolo.ac.id/2757/4/c_Skripsi_2018071010%20-%20BAB%20I.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 30. | 0.47% archive.umsida.ac.id https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/5289/37708/. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 31. | 0.45% publikasi.mercubuana.ac.id https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/bmw/article/download/29015/88... | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 32. 0.44% | eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3226/55/10.%20BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 33. 0.43% | repository.ums.ac.id https://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/35525/BAB%202.pdf?... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 34. 0.43% | repository.unpas.ac.id http://repository.unpas.ac.id/28877/2/12.%20BAB%20II.pdf | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 35. 0.43% | repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/86131/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 36. 0.42% | digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/84172/4/4_bab1.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 37. 0.42% | eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4215/10/BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 38. 0.42% | publication.petra.ac.id https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13215/1... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 39. 0.41% | digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/67067/2/Fenty%20Novianti%20-1746031005-%20Tanpa... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 40. 0.41% | repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/79393/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 41. 0.4% | jurnal.syntaxliterate.co.id https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/download/15.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 42. 0.4% | repository.ums.ac.id https://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/25838/5.%20BAB%20... | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 43. 0.39% | journal.uta45jakarta.ac.id https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/download/6853/2489 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 44. 0.39% | eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4205/9/BAB%20II.pdf | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 45. 0.39% | repository.unhas.ac.id http://repository.unhas.ac.id/42243/2/E022222011_tesis_25-11-2024%20BAB%2... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 46. 0.38% | journal.asdkvi.or.id https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Filosofi/article/download/96/127/481 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 47. 0.38% | eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6385/11/10.%20BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 48. 0.38% | jptam.org https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/3486/2969/6717 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 49. 0.38% | digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/26494/6/Clarissa%20Aisyah%20Putri_B76214063.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 50. 0.37% | repository.uin-suska.ac.id https://repository.uin-suska.ac.id/20662/7/9.%20BAB%20II.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 51. 0.36% | journal.binadarma.ac.id https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/616/3.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 52. 0.35% | eprints.ums.ac.id https://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 53. 0.34% | digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/103949/5/5_BAB%20I.pdf | ● |



REPORT #27418447

| | | | |
|-----------------|-------|---|---|
| INTERNET SOURCE | | | |
| 54. | 0.34% | www.academia.edu https://www.academia.edu/129241829/REPRESENTASI_FRAMING_REALITAS_DA... | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 55. | 0.32% | repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/44038/1/FARIZA%20ANGGELINA%20%28I1B118004... | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 56. | 0.31% | www.birdsnbees.co.id https://www.birdsnbees.co.id/apa-yang-dimaksud-teks-editorial/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 57. | 0.31% | jurnalunibi.unibi.ac.id http://jurnalunibi.unibi.ac.id/ojs/index.php/ArtComm/article/download/535/490 | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 58. | 0.31% | repositori.uin-alauddin.ac.id http://repositori.uin-alauddin.ac.id/12720/1/FAISAL-Konstruksi%20Berita%20Ak... | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 59. | 0.3% | repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/2630/3/BAB%20II%20.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 60. | 0.3% | acopen.umsida.ac.id https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/11487/2822 | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 61. | 0.29% | jurnalunibi.unibi.ac.id https://jurnalunibi.unibi.ac.id/ojs/index.php/ArtComm/article/download/784/679 | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 62. | 0.29% | repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/82747/1/DINDA%20... | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 63. | 0.28% | repository.uksw.edu https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/11713/10/T1_362012019_BAB.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | | |
| 64. | 0.28% | doc-pak.undip.ac.id https://doc-pak.undip.ac.id/10420/1/Buku%20Kajian%20Bahasa%20dengan%2... | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|---|---|
| INTERNET SOURCE | | |
| 65. | 0.27% jayapanguspress.penerbit.org https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/download/3823... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 66. | 0.27% digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/81459/4/4_bab1.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 67. | 0.27% repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/10136/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 68. | 0.26% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/11908/5/BAB%20III.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 69. | 0.26% journal.appihi.or.id https://journal.appihi.or.id/index.php/Aliansi/article/download/637/929/3457 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 70. | 0.26% digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/91428/4/4_bab1.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 71. | 0.26% journal-stiyappimakassar.ac.id https://journal-stiyappimakassar.ac.id/index.php/Concept/article/download/9... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 72. | 0.26% repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/5792/3/BAB%20II.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 73. | 0.25% lib.unnes.ac.id https://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 74. | 0.25% eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2015/G.311.15.0100/G.311.15.0100-... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 75. | 0.25% jurnal.unismuhpalu.ac.id https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/download/6933/4865/ | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|---|---|
| INTERNET SOURCE | | |
| 76. | 0.24% journal.untar.ac.id https://journal.untar.ac.id/index.php/Kiwari/article/view/33115/19602 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 77. | 0.24% jurnal.dharmawangsa.ac.id https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/download/465.. | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 78. | 0.23% ejournal.uit-lirboyo.ac.id https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/kopis/article/download/6011/1867/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 79. | 0.22% pakarkomunikasi.com https://pakarkomunikasi.com/hal-yang-harus-diperhatikan-dalam-penyajian-be... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 80. | 0.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9382/9/BAB%20II.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 81. | 0.21% aksiologi.org https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/download/2070/1380/12935 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 82. | 0.21% library.moestopo.ac.id https://library.moestopo.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=2262&bid=130873 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 83. | 0.2% j-innovative.org http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/5535/3914/8613 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 84. | 0.2% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/72501/1/DIAN%20C... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 85. | 0.19% digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/38719/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 86. | 0.19% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/83526-ID-analisis-framing-pember... | ● |



REPORT #27418447

| | | |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE | | |
| 87. 0.19% | voi.id https://voi.id/bernas/452796/raline-shah-perpanjang-daftar-artis-di-pemerintah... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 88. 0.19% | repositori.uin-alauddin.ac.id https://repositori.uin-alauddin.ac.id/19810/1/2021_Book%20Chapter_Metodolo... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 89. 0.18% | eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2017/G.311.17.0075/G.311.17.0075-... | ● ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 90. 0.17% | proceeding.unesa.ac.id https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/790/264/2974 | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 91. 0.17% | ejournal.iainu-kebumen.ac.id https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/article/download/1170/... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 92. 0.17% | eprints.umm.ac.id https://eprints.umm.ac.id/16049/2/BAB%20II.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 93. 0.16% | jurnal.plb.ac.id https://jurnal.plb.ac.id/index.php/komversal/article/download/2212/1062/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 94. 0.16% | repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/30319/4/BAB%20II.pdf | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 95. 0.16% | publishjurnal.com https://publishjurnal.com/2023/08/31/sumber-data-primer-sekunder-tersier/ | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 96. 0.16% | repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/311/1/101702-ENI%... | ● |
| INTERNET SOURCE | | |
| 97. 0.16% | eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8895/33/BAB%20III.pdf | ● |



REPORT #27418447

INTERNET SOURCE

98. **0.15%** eprints.umm.ac.id

<https://eprints.umm.ac.id/13661/3/BAB%20II.pdf>



INTERNET SOURCE

99. **0.15%** telkomuniversity.ac.id

<https://telkomuniversity.ac.id/en/memahami-unsur-berita-dari-dasar-pengertia...>



100.

INTERNET SOURCE

0.14% repositori.uin-alauddin.ac.id

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/6479/1/CANGGI%20ARALIYA%20APRIANTI%2..>



101.

INTERNET SOURCE

0.14% eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6333/9/9.%20BAB%202.pdf>



102.

INTERNET SOURCE

0.13% www.kapanlagi.com

<https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/indonesia/7-potret-yovie-widianto...>



103.

INTERNET SOURCE

0.13% eprints.umm.ac.id

<https://eprints.umm.ac.id/5294/3/BAB%20II.pdf>



104.

INTERNET SOURCE

0.13% repository.radenfatah.ac.id

<https://repository.radenfatah.ac.id/10387/3/Skripsi%20Ali%20Akbar%20Bab%2...>



105.

INTERNET SOURCE

0.13% ettheses.iainkediri.ac.id

<https://ettheses.iainkediri.ac.id/1463/4/932133215%20Bab%20III.pdf>



106.

INTERNET SOURCE

0.13% digital.uinsgd.ac.id



107.

INTERNET SOURCE

0.13% publication.petra.ac.id

<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10889/9...>

109.

INTERNET SOURCE

0.12% journal.universitaspahlawan.ac.id

<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/138...>

<https://www.birdsnbees.co.id>
<https://www.birdsnbees.co.id/newsworthy-event-adalah/>

110.

INTERNET SOURCE

0.11% mikazestory.blogspot.com

<http://mikazestory.blogspot.com/2016/08/macam-macam-model-analisis-frami...>

111.

INTERNET SOURCE

0.11% repository.ipw.ac.id

<https://repository.ipw.ac.id/index.php/BKD/article/download/1288/1204>

112.

INTERNET SOURCE

0.1% pdfs.semanticscholar.org

<https://pdfs.semanticscholar.org/6640/972ddfd37018932ea04511d5d939caa3fa...>

113.

INTERNET SOURCE

0.1% digilib.uinsgd.ac.id

https://digilib.uinsgd.ac.id/102646/4/4_bab1.pdf

114.

INTERNET SOURCE

0.08% eprints2.undip.ac.id

<https://eprints2.undip.ac.id/29371/2/BAB%201.pdf>

115.

INTERNET SOURCE

0.07% kc.umn.ac.id

https://kc.umn.ac.id/18263/5/BAB_III.pdf

116.

INTERNET SOURCE

0.05% repository.unhas.ac.id

http://repository.unhas.ac.id/42028/1/A021201170_skripsi_29-07-2024%201-2.p...

117.

INTERNET SOURCE

0.03% eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6398/1/BAB%20III.pdf>



PLAGIARISM
CHECK.ORG



REPORT #27418447

118
QUOTES

INTERNET SOURCE

0.02% repository.itsk-soepraoen.ac.id

1. 0.14% <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/3/BAB%202.pdf>

<https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/article/view/1170>



INTERNET SOURCE

2. 0.06% etheses.iainponorogo.ac.id

https://etheses.iainponorogo.ac.id/28758/1/BAB%20I%20-%20V%20fix_merged...