



8.76%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 17 JUL 2025, 12:21 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.18%	8.58%	0.14%

Report #27531201

1 BAB I PENDAHULUAN AN 1.1 Latar Belakang Masalah Aksi demonstrasi bertajuk "Indonesia Gelap" menjadi salah satu gerakan sosial terbesar di Indonesia pada Februari 2025. Gerakan ini dipicu oleh ketidakpuasan publik terhadap berbagai kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan masyarakat, termasuk kenaikan harga bahan pokok, revisi undang undang yang kontroversial, serta dugaan korupsi di berbagai sektor pemerintahan. Sejak awal bulan, berbagai kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa, buruh, dan aktivis hak asasi manusia, mulai mengorganisir aksi protes di berbagai kota besar, dengan puncaknya terjadi pada pertengahan Februari di Jakarta (Santoso, 2025). Demonstrasi ini berlangsung selama beberapa minggu, dengan eskalasi yang semakin meningkat. Ribuan massa turun ke jalan, membawa spanduk dan meneriakkan tuntutan mereka kepada pemerintah. Beberapa titik aksi utama terjadi di depan Istana Merdeka, Gedung DPR/MPR, serta pusat-pusat kota besar lainnya seperti Bandung, Surabaya, dan Medan. Pemerintah merespons dengan menurunkan aparat kepolisian dalam jumlah besar untuk mengendalikan massa, namun hal ini justru memicu bentrokan di beberapa lokasi (Hidayat, 2025). Di ranah sosial budaya, publik mengecam pelarangan teater "Wawancara dengan Mulyono" oleh ISBI Bandung yang dianggap mengancam kebebasan akademik dan seni. Ditambah lagi, polemik perluasan peran militer dalam ranah sipil dan Revisi UU Minerba yang memperbolehkan kampus mengelola tambang semakin memperkuat narasi "pemerintahan

gagal . Penolakan terhadap proyek- proyek strategis nasional (PSN) pun ikut mengemuka karena dinilai tidak berkelanjutan dan merugikan masyarakat sekitar (GoodStats.id, 2025). Seiring meningkatnya eskalasi demonstrasi “Indonesia Gelap”, pendekatan represif aparat keamanan turut memperparah situasi.

64

Amnesty International mencatat sedikitnya 344 orang ditangkap, 152 mengalami luka fisik, dan 17 terkena 3 gas air mata selama aksi. SAFEnet juga melaporkan 123 kasus kekerasan fisik serta 288 ancaman digital terhadap jurnalis dan aktivis, termasuk 11 jurnalis yang ditahan saat meliput demonstrasi di Jakarta (AP News, 2025; SAFEnet, 2025). Dalam konteks ini, media sosial memang memainkan peran penting dalam mobilisasi massa dan diseminasi informasi, namun media online arus utama tetap menjadi instrumen krusial dalam membentuk opini publik secara luas. Pemberitaan media online turut mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami, menyikapi, dan menilai situasi krisis yang terjadi. Namun, yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini bukan hanya pada substansi peristiwanya, melainkan pada bagaimana peristiwa "Indonesia Gelap" dikemas oleh portal berita online nasional. Setiap media memiliki kerangka redaksional yang bisa berbeda dalam menonjolkan fakta, memilih narasumber, hingga penggunaan diksi dan visual. Praktik pengemasan berita ini sangat menentukan arah opini publik, apakah media bersikap netral, berpihak pada pemerintah, atau justru kritis terhadap kekuasaan. Sayangnya, belum banyak penelitian yang secara spesifik membedah bagaimana media online nasional melakukan proses pengemasan berita dalam situasi yang sarat kepentingan politik seperti ini. Padahal, perbedaan pengemasan berita bisa berdampak pada polarisasi opini publik, penciptaan bias informasi, hingga legitimasi terhadap aksi protes atau sebaliknya, delegitimasi gerakan sosial. Oleh karena itu, penting untuk meneliti pengemasan berita demo "Indonesia Gelap" pada portal berita online nasional sebagai objek kajian komunikasi politik dan jurnalisme digital. Penelitian ini tidak hanya mengkaji narasi yang dibentuk media, tetapi juga memahami bagaimana cara media memengaruhi dinamika demokrasi dan kebebasan berekspresi di ruang publik

Indonesia masa kini. 4 Selain di ruang publik, aksi "Indonesia Gelap" juga mengemuka luas di ruang digital. Media sosial menjadi arena baru bagi aktivisme politik, di mana tagar seperti #IndonesiaGelap, #ReformasiDikorupsi, dan #DaruratDemokrasi digunakan untuk menyebarkan informasi, dokumentasi lapangan, serta koordinasi aksi lanjutan. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X dimanfaatkan secara strategis oleh para aktivis untuk membangun solidaritas dan menekan pihak berwenang. Dalam konteks ini, pemberitaan media online tetap memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman publik dan opini kolektif terhadap krisis sosial-politik yang sedang berlangsung (SAFE-net, 2025). Aksi "Indonesia Gelap" mendapatkan liputan luas dari berbagai media nasional. Namun, cara media mengemas isu ini tidak seragam, tergantung pada orientasi editorial dan audiens yang mereka layani. Penelitian ini secara khusus memilih dua media arus utama, yakni Detik.com dan Kompas.com, sebagai objek analisis untuk menelaah dinamika pengemasan berita (news packaging). Sebelum itu, tabel berikut menyajikan lima media online terbesar di Indonesia berdasarkan popularitas dan kredibilitasnya. Tabel 1.1 Tabel Berita Demo Indonesia Gelap Periode Februari 2025 Sumber: detik.com, kompas.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, dan CNNIndonesia.com Tabel tersebut menunjukkan jumlah pemberitaan mengenai aksi demonstrasi "Indonesia Gelap" yang dimuat oleh lima portal berita online nasional selama periode Februari 2025. Dari data yang diperoleh, Kompas.com menjadi media dengan jumlah pemberitaan terbanyak, yakni 77 berita, disusul oleh Detik.com dengan 50 berita. CNNIndonesia.com berada di posisi ketiga dengan 53 berita, sementara Liputan6.com dan Tribunnews.com masing-masing menerbitkan 49 dan 31 berita terkait aksi demonstrasi tersebut. Tingginya jumlah pemberitaan dari masing-masing media menunjukkan tingkat perhatian yang diberikan terhadap isu ini, yang bisa jadi dipengaruhi oleh kebijakan redaksi, nilai berita, atau kepentingan audiens mereka. 7 Gambar 1.1 Perbandingan Berita Demo Detik.com Gambar 1.2 Perbandingan Berita Demo Kompas.com Pemilihan Detik.com didasarkan pada karakteristiknya sebagai media

daring yang mengutamakan kecepatan dan popularitas informasi. Detik.com dikenal memiliki orientasi editorial yang pragmatis dan populis, dengan fokus pada aktualitas serta format hard news yang ringkas dan mudah dicerna. Sementara itu, Kompas.com dipilih karena posisinya sebagai representasi media legacy yang bermigrasi ke ranah digital dengan mempertahankan gaya jurnalistik interpretatif. Kompas memiliki reputasi sebagai media yang lebih konservatif dan reflektif, sering kali menyajikan berita dengan pendekatan analisis dan nilai kedalaman (depth journalism), sesuai dengan tradisi jurnalistik minat umum yang berorientasi pada pembentukan opini publik berbasis pengetahuan. Secara akademis, perbedaan orientasi ini menggambarkan kontras posisi editorial: Detik.com lebih dekat pada model informational journalism yang berfokus pada fakta dan peristiwa terkini, sementara Kompas.com cenderung mengadopsi pendekatan interpretative journalism yang menekankan makna dan konteks sosial-politik dari peristiwa yang dilaporkan (McNair, 2017; Kovach & Rosenstiel, 2014). Dalam peliputan "Indonesia Gelap", Detik.com banyak menampilkan laporan real-time dari lokasi demonstrasi, dengan penekanan pada kronologi, jumlah massa, dan respons kepolisian (Detik.com, 2025). Format berita cenderung pendek dan menggunakan bahasa yang lugas, mengikuti pola breaking news. Sebaliknya, Kompas.com tidak hanya menyampaikan fakta aksi, tetapi juga memperluas sudut pandang dengan mengaitkannya pada dinamika politik nasional, ketimpangan sosial, serta dampaknya terhadap masyarakat sipil. Kompas juga menampilkan analisis dari akademisi dan pengamat untuk memperkaya konteks berita (Kompas.com, 2025). Berdasarkan kategori dalam lembar coding, kedua media sama-sama menonjolkan nilai berita timeliness dan conflict, mengingat eskalasi aksi dan respons aparat. Namun, Kompas.com lebih konsisten menyisipkan nilai significance, impact, dan human interest dalam artikelnya. Unsur 5W+1H pada Detik.com lebih berat pada what, where, dan when, sedangkan Kompas.com lebih mengeksplorasi why dan how, memperlihatkan kecenderungan untuk mbingkai isu secara struktural dan reflektif

(Haryanto, 2024). Dari sisi nada pemberitaan dan narasumber, Detik.com menunjukkan kecenderungan netral hingga negatif terhadap massa aksi, dengan dominasi kutipan dari kepolisian dan pejabat negara. Sementara Kompas.com cenderung lebih berimbang dan membuka ruang bagi suara dari mahasiswa, aktivis, dan akademisi. Ini menunjukkan adanya strategi pengemasan berbeda yang dipengaruhi oleh latar belakang redaksional dan segmentasi audiens masing-masing media (Yusuf, 2023; Rahman, 2024). Dengan demikian, Detik.com dan Kompas.com tidak hanya mewakili dua model media arus utama di Indonesia, tetapi juga mencerminkan perbedaan dalam strategi framing yang memiliki implikasi besar dalam pembentukan opini publik terhadap isu politik dan demokrasi. Kajian ini menjadi penting untuk melihat bagaimana media turut memengaruhi makna dalam situasi krisis melalui pemilihan narasi dan representasi aktor sosial. Berdasarkan jumlah pemberitaan yang dihimpun, penelitian ini akan berfokus pada Kompas.com dan Detik.com, dua media dengan jumlah berita tertinggi terkait aksi demonstrasi "Indonesia Gelap". Pemilihan kedua media ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana perbedaan pendekatan dalam mengemas isu demonstrasi, baik dari segi pemilihan narasumber, penggunaan bahasa, maupun penyampaian informasi. Sebagai media dengan jangkauan luas dan reputasi yang kuat di Indonesia, Kompas.com dan Detik.com dapat memberikan gambaran mengenai konstruksi realitas yang dibangun oleh media nasional terhadap peristiwa demonstrasi yang terjadi pada Februari 2025. Dengan menggunakan analisis isi kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengemasan berita yang dilakukan oleh kedua portal berita tersebut. Fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana Kompas.com dan Detik.com menyusun narasi, memilih sudut pandang, serta membingkai aksi demonstrasi dalam laporan mereka. Pemilihan Detik.com dan Kompas.com sebagai objek penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan utama. Pertama, keduanya merupakan media daring nasional terbesar di Indonesia yang memiliki jangkauan pembaca luas dan tingkat kredibilitas tinggi. Detik.com dikenal dengan gaya pemberitaan yang cepat,

langsung, dan padat, sementara Kompas.com lebih menonjolkan kedalaman analisis serta penyampaian berita yang kontekstual (Putri, 2024). Dengan perbedaan karakteristik ini, penelitian berupaya melihat bagaimana konstruksi berita tentang aksi demonstrasi dapat bervariasi bergantung pada pendekatan jurnalistik masing-masing media. 12 Kedua, kedua media ini memiliki gaya penyajian yang kontras. Detik.com cenderung menekankan kecepatan dan ringkasan peristiwa, sedangkan Kompas.com memberi ruang lebih besar untuk latar belakang peristiwa dan pemaknaan yang lebih luas (Haryanto, 2024). Perbedaan pendekatan tersebut penting untuk ditelaah guna memahami bagaimana suatu isu sosial-politik dapat dibingkai secara berbeda oleh media yang sama-sama berada dalam kategori arus utama. ⁷⁹ Ketiga, baik Detik.com maupun Kompas.com memiliki pengaruh signifikan 13 dalam membentuk opini publik. Sebagai media yang memiliki audiens dari berbagai lapisan masyarakat, cara mereka mengemas suatu isu berpotensi mempengaruhi persepsi khalayak (Santoso, 2025). Oleh karena itu, analisis pemberitaan dari kedua media ini menjadi penting untuk melihat dinamika konstruksi media terhadap isu aksi demonstrasi "Indonesia Gelap". Dalam konteks ini, penelitian juga mempertimbangkan aspek-aspek pemberitaan yang umum digunakan media dalam membingkai suatu isu, seperti nilai berita, jenis berita, unsur berita, serta pemilihan narasumber. Nilai berita seperti konflik, dampak sosial, dan tokoh penting sering dijadikan pertimbangan dalam menentukan kelayakan berita. Jenis berita pun beragam, mulai dari hard news hingga feature dan analisis mendalam, yang dapat memengaruhi kedalaman pemahaman pembaca. Pemilihan narasumber juga menjadi elemen penting, karena dapat mencerminkan sudut pandang dominan yang diangkat oleh media (Nugroho, 2023; Wahyuni, 2023). Dengan memperhatikan unsur-unsur tersebut, penelitian ini akan mengkaji bagaimana strategi pemberitaan Detik.com dan Kompas.com dalam mengemas informasi seputar aksi demonstrasi "Indonesia Gelap", tanpa mendahului hasil yang akan diperoleh dari proses analisis lebih lanjut. Pembatasan berita mengenai demonstrasi "Indonesia Gelap" dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan isi dari sejumlah pemberitaan yang membahas

topik tersebut, di mana fokus utamanya meliputi beberapa aspek penting, yakni adanya kronologi aksi demonstrasi yang menggambarkan urutan kejadian secara runtut, penyampaian tuntutan yang disuarakan oleh massa aksi sebagai bentuk ekspresi ketidakpuasan terhadap kondisi tertentu, respons atau tanggapan yang diberikan oleh pihak pemerintah sebagai bentuk klarifikasi atau kebijakan lanjutan, serta penyertaan opini dari masyarakat 14 umum maupun tokoh-tokoh terkait yang memberikan pandangan, kritik, atau dukungan terhadap isu yang diangkat dalam aksi tersebut. Penelitian ini memilih tiga penelitian terdahulu yang mana beberapa poin pentingnya menjadi perbedaan dengan penelitian kali ini. Pada penelitian terdahulu pertama yang berjudul “Strategi Pemberitaan Media Online Indonesia dalam Kasus Demonstrasi RUU HIP (Analisis Wacana Kritis Theo van Leeuwen) (Mclean HY, 2022). Penelitian ini berfokus pada strategi pemberitaan media online, seperti 15 Detiknews.com, Kompas.com, CNN Indonesia, dan Tempo.com, dalam meliput demonstrasi RUU HIP. **21** Dengan menggunakan analisis wacana kritis Theo van Leeuwen, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana media mengkonstruksi realitas demonstrasi melalui strategi inklusi dan eksklusi. Perbedaan utama dengan penelitian ini adalah fokusnya yang lebih pada strategi wacana, bukan pada analisis isi kualitatif dalam membangun citra suatu peristiwa. Sedangkan penelitian kedua berjudul “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Online Kompas.com dan VIVANews.com (Analisis Isi Aksi Demonstrasi Mahasiswa pada September 2019) (Safitri, Wilda; Aminah, Ratih Siti; dan Muslim, Muslim, 2019). Penelitian ini berfokus pada evaluasi kredibilitas berita demonstrasi mahasiswa yang dipublikasikan di Kompas.com dan VIVANews.com, dengan menilai aspek akurasi, kepercayaan, serta kesesuaian antara judul, lead, dan isi berita. Perbedaan utama dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek kredibilitas dan akurasi berita, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini lebih fokus pada pengemasan berita untuk membangun citra tertentu. Terakhir, penelitian yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Tribun-Timur.com tentang Demonstrasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar (Muhtadiah,

Dian dan Dewanty, Natasyah, 2023) mengkaji bagaimana Tribun-Timur.com membingkai demonstrasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar menggunakan model framing Pan dan Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tribun-Timur.com lebih menekankan pada aspek aksi mahasiswa, seperti pemblokiran jalan dan dampaknya terhadap masyarakat. Perbedaan utama dengan penelitian saat ini adalah pendekatannya yang menggunakan framing, sedangkan penelitian ini akan lebih mendalami unsur-unsur pengemasan 16 berita dalam membangun konstruksi realitas sosial terkait aksi demonstrasi “Indonesia Gelap. Berdasarkan perbedaan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru mengenai bagaimana berita aksi demonstrasi dikemas dalam portal berita nasional serta bagaimana konstruksi realitas sosial terbentuk melalui pemberitaan di media online. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan secara komprehensif proses pengemasan berita sebagai bagian dari upaya memahami secara lebih mendalam 17 dinamika komunikasi media di era digital yang terus berkembang. Dalam konteks ini, pengemasan berita dipandang sebagai praktik penting yang tidak hanya menyangkut bagaimana informasi disusun dan disampaikan, tetapi juga mencerminkan bagaimana media membingkai realitas sosial, politik, dan budaya yang ingin ditransmisikan kepada publik. Di tengah lanskap media yang semakin kompetitif dan dipengaruhi oleh algoritma digital serta preferensi audiens yang cepat berubah, strategi pengemasan berita menjadi semakin kompleks dan signifikan dalam membentuk opini serta memengaruhi persepsi masyarakat. Untuk menggali persoalan tersebut, studi ini akan menerapkan metode analisis isi kuantitatif sebagai pendekatan utama dalam menelaah berbagai aspek dalam proses produksi dan penyajian berita, khususnya berita-berita yang berkaitan dengan peristiwa debat yang memiliki nilai berita tinggi. Penelitian ini secara khusus akan berfokus pada dua portal berita daring yang memiliki jangkauan audiens luas dan merupakan pemain utama dalam industri media digital di Indonesia, yakni Detik.com dan Kompas.com pada periode februari 2025. Keduanya dipilih karena karakteristik dan pendekatan jurnalistik mereka yang berbeda,

sehingga memungkinkan perbandingan yang lebih tajam terhadap bagaimana masing-masing media mengemas informasi debat yang ditayangkan kepada khalayak, dan pada periode bulan tersebut kedua media ini pun memiliki berita “Berita Indonesia Gelap” dengan jumlah postingan terbanyak dibanding media online yang lain, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti dua media online tersebut di periode februari 2025. **24** 1.2. **24** **33** Rumusan Masalah Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dipaparkan 18 sebelumnya, maka dari itu peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pengemasan Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional (Analisis Isi Kuantitatif Pada Detik.Com Dan Kompas.Com Periode Februari 2025). 1. Bagaimana jenis berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com? 19 2. Bagaimana nilai berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com? 3. Bagaimana unsur berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com? 4. Bagaimana narasumber berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com? 5. Bagaimana nada berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com? 1.3. Tujuan Penelitian Tujuan penelitian ini, berdasarkan uraian rumusan masalah yang disajikan sebelumnya, adalah untuk mengidentifikasi bagaimana pengemasan berita demo tentang Indonesia Gelap yang dilakukan oleh media Detik.Com dan Kompas.com. 1. **43** Untuk mengetahui jenis berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com. 2. Untuk mengetahui nilai berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com. 3. Untuk mengetahui unsur berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com. 4. Untuk mengetahui narasumber berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com. 5. Untuk mengetahui nada berita Demo Indonesia Gelap pada Detik.com dan Kompas.com. 1.4. Manfaat Penelitian Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan 20 manfaat yang signifikan. **31** Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu seperti yang dijelaskan di bawah ini: 21 1.4 1. Manfaat Akademis 1. Memperkaya studi komunikasi, khususnya di bidang jurnalistik online, dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. 2. Menjadi referensi bagi penelitian yang

membahas pengemasan berita isu politik di media daring. 1.4.2. Manfaat Praktis 1. Memberikan gambaran kepada pengelola dan pekerja media mengenai strategi pengemasan berita terkait isu “Indonesia Gelap” pada portal berita online nasional. 2. Memberikan wacana pengemasan berita isu politik bagi kalangan jurnalis muda.

91 22 23 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1.

Penelitian Terdahulu Judul, Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 24

Perbedaan No Penulis, Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran dengan penelitian ini 1 Strategi Unik Kual Penelitian ini Penelitian Penelitian Pemberitaan versitatif menyimpulkan ini ini n Media tas deng n bahwa menyarankan menggunakan Online Indonesia media online n agar n Indonesia nesi pend seperti jurnalis dan pendekata n dalam Kasus Demonstrasi RUU HIP a eka t an Ana l isis Detik.com, Kompas.co m, CNNIndone si a.com, dan redaksi media lebih transparan dan objektif analisis wacana kritis dan lebih fokus (Analisis Wacana Kritis Theo van Leeuwen) (Mclean HY, 2022) Wa c ana Krit i s (A W K) Tempo.co mengguna ka n strategi wacana berupa inklusi dan eksklusi dalam menyusun narasi pemberitaan , agar publik tidak hanya pada strategi bahasa dalam pemberitaan, sedangkan penelitian ini menggunakan Th e o va n dalam mengonstruksi realitas menerima representasi sepihak n analisis isi kualitatif untuk Lee demonstras i dalam isu melihat uw e n RUU HIP. Media memiliki politik yang sensitif. unsur pengemasan berita yang kecenderun ga membantu k n memilih citra aktor mana peristiwa yang aksi ditonjolkan “Indonesia atau Gelap. disamakan 25 berdasarkan kepentingannya tertentu. Kredibilitas Universitas Kuantitatif Penelitian ini Disarankan Penelitian 2 Pemberitaan Islam dengan menemukan agar media ini lebih n pada Negeri metode bahwa online menitikberatkan 26 Portal Online Kompas. co m dan VIVANews .com (Analisis Isi Aksi Demonstrasi Mahasiswa pada September 2019) (Safitri, Wilda; Aminah, Ratih Siti; dan Muslim, Muslim , 2019) Syarif Hidayatullah Jakarta Analisis Isi pemberitaan aksi demonstrasi

mahasiswa pada dua portal berita online menunjukkan perbedaan dalam aspek kredibilitas. Kompas.com dinilai lebih konsisten dalam menyajikan berita yang akurat dan relevan dibandingkan VIVAnews.com. Aspek kesesuaian antara judul, lead, dan isi berita menjadi indikator penting dalam menilai kredibilitas tersebut. Meningkatkan konsistensi antara judul dan isi berita agar tidak menimbulkan misinterpretasi di kalangan pembaca. Fokus pada kredibilitas dan keakuratan isi berita, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada pengemasan berita sebagai konstruksi realitas sosial yang mempengaruhi citra sebuah peristiwa, bukan semata-mata pada aspek akurasi. Analisis 3 Framing Pemberitaan, Dian dan 27 Universitas Hasanuddin Kualitatif dengan Pendekatan Analisis Framing Model Pan dan Kosicki Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tribun-Timur.com membingkai pemberitaan demonstrasi mahasiswa secara negatif, dengan fokus pada efek gangguan. Penelitian ini menyarankan agar media menjaga keberimbangan dalam menyampaikan berita aksi agar tidak hanya berfokus pada efek negatif aksi. Perbedaan utama terletak pada pendekatan teoritis. Penelitian ini menggunakan analisis framing untuk melihat struktur berita, sementara 28 Dewanty, Natasyah (2023) terhadap masyarakat seperti kemacetan akibat pemblokiran jalan. Struktur framing dibangun melalui pengulangan elemen-elemen teks yang menonjolkan sisi konflik. Tetapi juga pada tuntutan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif untuk menyoro ti elemen pengemasan berita (jenis berita, narasumber, nada, nilai berita) yang berkontribusi dalam membentuk persepsi publik atas aksi "Indonesia Gelap." Referensi pada penelitian ini mencakup studi terdahulu yang relevan sebagai acuan dan panduan dalam memahami pengemasan berita di media online nasional. Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa masing-masing penelitian memiliki fokus dan pendekatan metodologis yang berbeda dalam mengkaji pemberitaan media online terkait aksi demonstrasi. Penelitian

McClean (2022) menyoroti strategi wacana dalam pemberitaan melalui analisis kritis, sementara Safitri et al. (2019) lebih berfokus pada aspek kredibilitas dan keakuratan isi berita. Adapun penelitian Muhtadiah dan Dewanty (2023) menggunakan pendekatan 29 framing untuk melihat bagaimana struktur teks membentuk cara pandang tertentu terhadap aksi mahasiswa. Perbedaan-perbedaan tersebut menunjukkan bahwa studi mengenai pemberitaan aksi demonstrasi di media online masih memiliki ruang yang luas untuk dieksplorasi lebih lanjut. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menitikberatkan pada analisis isi kualitatif terhadap unsur pengemasan berita, seperti jenis berita, nada pemberitaan, narasumber, dan nilai berita, dalam 30 membangun konstruksi realitas sosial atas peristiwa aksi "Indonesia Gelap." Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik dan jurnalisme digital, khususnya dalam konteks media daring nasional di Indonesia. Dengan adanya referensi dari penelitian-penelitian terdahulu ini, penelitian ini dapat mengembangkan kajian yang lebih dalam mengenai strategi pengemasan berita di media online nasional, khususnya dalam menyoroti isu "Indonesia Gelap" di Detik.com dan Kompas.com pada periode Februari 2025.

2.1. Teori dan Konsep

2.1.1. Media Daring

Media daring merupakan perkembangan dari media massa tradisional yang menggunakan jaringan internet sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi kepada publik. Keberadaan media daring memungkinkan informasi disampaikan secara real-time dan dapat diakses secara luas, tanpa batasan waktu maupun geografis (Ibrahim, 2020). Media ini tidak hanya berfungsi sebagai penyambung informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan partisipasi aktif dari masyarakat. Dalam konteks komunikasi digital, media daring menjadi alat penting dalam membentuk wacana publik, menyebarkan berita, serta membangun persepsi sosial terhadap suatu isu (Wahyuni & Darmawan, 2021). **77** Media daring memiliki sejumlah karakteristik utama yang membedakannya dari media konvensional. Karakteristik-karakteristik ini berperan penting dalam cara media daring menyampaikan pesan kepada audiens, serta bagaimana 31 audiens merespons dan

berpartisipasi dalam proses komunikasi tersebut (Sanjaya, 2021). **90** Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari media daring: 1. Komunikasi Dua Arah Media daring memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif antara pengirim pesan dan audiens. Hal ini ditunjukkan melalui fitur komentar, 32 reaksi, atau pesan langsung yang memungkinkan pengguna merespons secara langsung terhadap konten yang disampaikan (Sanjaya, 2021). 2. Aksesibilitas Tinggi Informasi yang disebarakan melalui media daring dapat diakses kapan saja dan di mana saja, selama terdapat koneksi internet. **16** Keunggulan ini menjadikan media daring sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi yang cepat dan luas (Ibrahim, 2020). **45** 3. Multimodalitas Media daring mampu menggabungkan berbagai format media—teks, gambar, audio, video—dalam satu platform, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens digital (Hidayat, 2022). 4. Segmentasi dan Personalisasi Konten Melalui teknologi algoritma, media daring mampu menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna. Hal ini membuat pengalaman konsumsi informasi menjadi lebih personal, namun juga menimbulkan risiko seperti bias informasi atau echo chamber (Wahyuni & Darmawan, 2021). Media daring juga memiliki beragam fungsi yang tidak jauh berbeda dari media massa, namun dengan pendekatan yang lebih adaptif terhadap karakteristik digital. Fungsi-fungsi utama media daring meliputi: a. Fungsi Informasi Media daring menyediakan informasi secara cepat, aktual, dan dapat diakses oleh siapa saja. Portal berita online seperti Kompas.com dan Detik.com berfungsi sebagai sumber utama bagi masyarakat dalam memperoleh berita terkini (Ibrahim, 2020). b. Fungsi Edukasi 33 Konten media daring sering kali berisi informasi yang bersifat edukatif, seperti artikel pengetahuan, video tutorial, hingga program diskusi yang memberikan wawasan baru bagi audiens (Sanjaya, 2021). c. Fungsi Partisipasi Publik 34 Salah satu keunggulan utama media daring adalah kemampuannya dalam membuka ruang partisipasi masyarakat, baik melalui kampanye sosial, petisi digital, maupun diskusi daring yang membentuk opini publik (Wahyuni & Darmawan, 2021). d.

Fungsi Hiburan Media daring juga menyajikan berbagai konten hiburan, mulai dari video lucu, musik, hingga serial web. Fungsi ini penting dalam memberikan relaksasi dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern (Hidayat, 2022). Media daring dapat diklasifikasikan dalam beberapa bentuk berdasarkan cara penyampaian kontennya. **72** Masing-masing jenis memiliki karakteristik unik yang memengaruhi cara audiens menerima dan menafsirkan informasi: 1.

Portal Berita Online Media yang menyajikan berita terkini dalam format digital seperti Kompas.com, Detik.com, dan Tempo.co. Informasi dapat diperbarui dalam hitungan menit dan mencakup berbagai topik. 2. Media Sosial Platform seperti Instagram, X (Twitter), dan Facebook memungkinkan penyebaran pesan yang cepat dan luas, serta mendorong partisipasi publik secara langsung. 3. Media Streaming dan Video Sharing YouTube dan TikTok menjadi media utama untuk menyampaikan konten audiovisual, baik dalam bentuk berita, hiburan, edukasi, maupun opini publik. Dengan sifatnya yang cepat, interaktif, dan dapat disesuaikan, media daring telah menjadi instrumen utama dalam komunikasi kontemporer. Pemahaman terhadap karakteristik dan fungsi media daring penting untuk menganalisis dinamika komunikasi di era digital, termasuk dalam konteks konstruksi berita dan pembentukan opini publik. 36 2.1.2. Jurnalisme Online Jurnalisme online adalah bentuk jurnalisme yang menggunakan internet sebagai media utama dalam produksi, distribusi, dan konsumsi berita. Seiring perkembangan teknologi digital, jurnalisme online telah mengubah cara kerja industri media dengan memungkinkan penyampaian berita yang lebih cepat, interaktif, serta menjangkau audiens yang lebih luas (Nurwulan & Puspita, 2019). Dibandingkan dengan media cetak, jurnalisme online memungkinkan pembaruan berita secara real-time, sehingga informasi yang disampaikan dapat terus diperbarui sesuai dengan perkembangan terbaru. Menurut Khaer et al. (2021), jurnalisme online memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari jurnalisme tradisional, yaitu: 1. Immediacy (Kesesegeraan): Salah satu keunggulan utama jurnalisme online adalah kemampuannya untuk menyampaikan berita dalam waktu nyata (

real-time). Jurnalis dapat langsung mempublikasikan berita sesaat setelah suatu peristiwa terjadi tanpa harus menunggu proses pencetakan seperti pada media cetak. Hal ini membuat berita lebih cepat diakses oleh publik, tetapi juga menuntut keakuratan dalam verifikasi informasi sebelum dipublikasikan. 2. Multiple Pagination (Halaman Berlapis): Jurnalisme online memungkinkan penyajian berita dalam format yang lebih dinamis dengan adanya hyperlink yang menghubungkan satu artikel dengan artikel lainnya. Hal ini memungkinkan pembaca untuk menggali informasi lebih dalam melalui referensi berita terkait dalam satu platform digital. 3. Multimedia: Tidak seperti media cetak yang hanya mengandalkan teks dan gambar, jurnalisme online dapat menyajikan berita dalam berbagai format seperti video, infografis, podcast, dan elemen interaktif lainnya. Kombinasi berbagai bentuk media ini tidak hanya meningkatkan daya tarik berita, tetapi juga memperkaya pengalaman pengguna dalam mengonsumsi informasi. 4. Flexibility Delivery Platform (Fleksibilitas Platform Distribusi): Berita dalam jurnalisme online dapat diakses dari berbagai perangkat digital seperti komputer, tablet, dan ponsel. Keberadaan aplikasi berita dan situs web responsif membuat akses berita menjadi lebih mudah dan dapat diikuti kapan saja serta di mana saja. 5. Archiving (Pengarsipan Berita): Berbeda dengan media cetak yang bersifat sekali terbit, berita dalam jurnalisme online dapat diarsipkan dan diakses kembali kapan saja. Arsip digital ini memberikan kemudahan bagi pembaca yang ingin mencari berita lama atau membandingkan perkembangan suatu isu dari waktu ke waktu. 6. Relationship with Readers (Hubungan dengan Pembaca): Salah satu perbedaan paling signifikan antara jurnalisme online dan tradisional adalah adanya interaktivitas dengan pembaca. Melalui fitur komentar, forum diskusi, dan media sosial, audiens tidak hanya berperan sebagai konsumen berita tetapi juga sebagai peserta aktif dalam diskusi dan penyebaran informasi. Keberadaan elemen ini memberikan dinamika baru dalam komunikasi antara jurnalis dan audiens, di mana umpan balik dapat diberikan secara langsung. Selain karakteristik di atas, jurnalisme online juga menghadapi

berbagai tantangan, terutama dalam hal verifikasi informasi. Dengan kemudahan distribusi berita secara instan, risiko penyebaran informasi yang belum terverifikasi menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, jurnalisisme online harus tetap berpegang pada prinsip etika jurnalistik, seperti akurasi, keberimbangan, dan tanggung jawab terhadap informasi yang dipublikasikan (Setiawan, 2018). Bradshaw (dalam Putria mulia, 2022) mengembangkan konsep B-A-S-I-C dalam jurnalisisme online, yang menekankan lima aspek utama dalam penyajian berita digital, yaitu:

- Brevity (Ringkas):** Informasi dalam jurnalisisme online harus disampaikan secara singkat, padat, dan langsung ke inti permasalahan. 37 Hal ini karena audiens digital cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih pendek dibandingkan pembaca media cetak. Oleh karena itu, penyajian berita harus menekankan poin-poin utama tanpa bertele-tele.
- Adaptability (Kemampuan Beradaptasi):** Jurnalisisme online harus dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta kebiasaan audiens dalam mengonsumsi berita. Misalnya, dengan semakin populernya media sosial, banyak media online kini mengoptimalkan penyebaran berita melalui platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok agar lebih mudah diakses oleh pembaca muda.
- Scannability (Mudah Dipindai):** Artikel dalam jurnalisisme online harus memiliki struktur yang memudahkan pembaca untuk menemukan informasi penting dengan cepat. Penggunaan subjudul, poin-poin bullet, serta paragraf yang tidak terlalu panjang membantu audiens dalam memahami isi berita dalam waktu singkat. Hal ini juga berhubungan dengan kebiasaan membaca digital yang cenderung lebih cepat dibandingkan membaca cetak.
- Interactivity (Interaktif):** Salah satu keunggulan utama jurnalisisme online adalah keterlibatan pembaca yang lebih aktif. Berita dapat dikomentari, dibagikan, atau bahkan dikritisi secara langsung oleh audiens. Beberapa media juga mengembangkan fitur polling atau live streaming untuk meningkatkan keterlibatan pembaca dengan berita yang sedang disajikan.
- Community & Conversation (Komunitas dan Percakapan):** Dalam jurnalisisme online, pembaca tidak hanya sekadar mengonsumsi berita tetapi juga berkontribusi dalam diskusi publik.

Keberadaan forum, media sosial, dan fitur komentar memungkinkan terciptanya dialog dua arah antara jurnalis dan pembaca. Fenomena ini menciptakan komunitas yang lebih terlibat dengan informasi dan isu- 41 isu yang diberitakan. Dalam praktiknya, model bisnis jurnalisme online juga menghadapi tantangan tersendiri. Monetisasi yang umumnya berbasis iklan digital terkadang membuat media lebih mengutamakan jumlah klik daripada kualitas berita. Beberapa media juga mengadopsi model berlangganan (subscription) atau sistem paywall untuk menjaga keberlanjutan bisnis mereka (Nurwulan & Puspita, 2019). 81 Secara keseluruhan, jurnalisme online telah menjadi bagian integral dalam industri media modern. Dengan keunggulannya dalam kecepatan, interaktivitas, 42 dan fleksibilitas, jurnalisme online terus berkembang sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat. Namun, tantangan terkait kredibilitas berita, verifikasi informasi, dan model bisnis yang berkelanjutan tetap menjadi perhatian utama dalam dunia jurnalisme digital. 2.1

63 3. Berita merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu peristiwa kepada masyarakat luas.

42 Istilah berita sendiri berasal dari bahasa Sanskerta Vrit, yang dalam bahasa Inggris berkaitan dengan kata write, yang berarti ada atau terjadi. 7 42 Ada juga istilah Vritta, yang berarti suatu kejadian atau sesuatu yang telah terjadi.

28 40 55 Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita didefinisikan sebagai laporan tentang kejadian atau peristiwa yang dianggap penting, menarik, dan aktual. Dengan kata lain, berita merupakan informasi yang memiliki nilai kepentingan bagi masyarakat dan layak untuk disebarluaskan (Purnama & Wibisono, 2021).

66 Dalam perkembangannya, berita tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk opini publik. Berita yang baik harus memenuhi unsur akurasi, objektivitas, dan keberimbangan agar dapat memberikan gambaran yang jelas kepada pembacanya. 80 Seiring dengan kemajuan teknologi, penyampaian berita pun mengalami perubahan signifikan. Jika sebelumnya berita lebih sering disampaikan melalui media cetak seperti koran dan majalah, kini berita lebih banyak diakses melalui media daring atau portal berita digital. Hal ini tidak lepas dari perubahan pola konsumsi

informasi masyarakat yang semakin bergantung pada internet dan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari (Suryani & Hidayat, 2018). Berita yang dikonsumsi masyarakat saat ini juga semakin bervariasi, baik dari segi isi maupun format penyajiannya. Tidak hanya berbentuk teks, berita kini juga dapat disampaikan melalui gambar, video, hingga infografis yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih mudah dan menarik bagi pembaca. Karakteristik utama berita adalah aktualitasnya, di mana informasi yang disampaikan harus relevan dengan kondisi terkini. Berita yang baik juga harus memiliki nilai signifikansi, yaitu memiliki dampak bagi khalayak, serta nilai kedekatan yang membuatnya lebih menarik bagi kelompok audiens tertentu. Menurut Assegaf (dalam Suryani & Hidayat, 2018), suatu peristiwa baru dapat dikategorikan sebagai berita jika ditemukan dan dilaporkan oleh seorang jurnalis. Berita merupakan hasil pengolahan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber, kemudian disusun dalam bentuk yang sistematis dan disebarluaskan melalui media massa. Dengan adanya perkembangan media digital, proses pencarian dan penyebaran berita menjadi semakin cepat dan dinamis. Wartawan kini dapat melaporkan suatu peristiwa secara real-time melalui media daring, memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi dalam hitungan menit setelah suatu kejadian terjadi. **50** Di dalam buku *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, Kusumaningrat (dalam Purnama & Wibisono, 2021) menjelaskan bahwa berita adalah informasi aktual yang mencakup fakta dan opini yang menarik perhatian publik. Dalam konteks jurnalistik, berita bukan sekadar laporan mengenai suatu kejadian, tetapi juga harus memiliki nilai kebaruan dan relevansi dengan kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, penyajian berita harus dilakukan dengan standar profesionalisme tinggi agar informasi yang diberikan tidak hanya menarik, tetapi juga kredibel dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, berita yang dianalisis adalah berita yang dipublikasikan melalui media daring. **16** Media berita online memiliki karakteristik yang membedakannya dari media tradisional, terutama dalam hal kecepatan penyebaran informasi, interaktivitas, serta kemudahan akses. Media online memungkinkan masyarakat

untuk memperoleh berita kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu menunggu edisi cetak seperti halnya koran atau majalah. Dengan adanya fitur komentar dan media sosial, berita yang disajikan dalam portal daring juga memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dan pembaca, sehingga memperkaya diskusi publik mengenai suatu 45 topik tertentu (Purnama & Wibisono, 2021). 37 Sebagai bagian dari ekosistem media digital, berita online juga memiliki tantangan tersendiri, terutama terkait dengan akurasi dan kredibilitas informasi. Perkembangan teknologi memungkinkan siapa saja untuk menyebarkan informasi dengan cepat, tetapi tidak semua informasi yang beredar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Oleh karena itu, dalam dunia jurnalistik, 46 verifikasi fakta tetap menjadi prinsip utama dalam menyajikan berita, agar masyarakat dapat menerima informasi yang akurat dan tidak menyesatkan. 2.1.3.1. Nilai 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. 16 30 71 Agar suatu peristiwa dapat dikategorikan sebagai berita, terdapat kriteria dan nilai tertentu yang harus dipenuhi. Informasi yang disampaikan harus memenuhi syarat tertentu agar layak disajikan melalui media massa. Dengan kemajuan teknologi dan internet, jutaan peristiwa dapat diakses dengan mudah oleh jurnalis, sehingga mereka harus memiliki standar ukuran yang jelas dalam menentukan apakah suatu peristiwa layak untuk dikategorikan sebagai berita (Latief, 2021). Berita yang memiliki nilai tinggi akan lebih menarik perhatian pembaca dan berpotensi lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Setiap organisasi media memiliki standar tersendiri dalam menentukan nilai berita, tetapi secara umum terdapat beberapa kategori yang menjadi tolak ukur utama dalam menentukan kelayakan berita. 1 26 44 Menurut Khoirul Muslimin dalam buku *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial* (2019), nilai berita dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek berikut: 1. 32 61 Magnitude (Besar) Semakin besar dampak suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. Misalnya, bencana alam yang

menelan banyak korban atau kebijakan ekonomi yang memengaruhi banyak orang. 2. Significance (Penting) 47 Berita memiliki nilai tinggi jika peristiwanya berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Contohnya, kebijakan pemerintah tentang pendidikan atau kesehatan yang berdampak luas. 3. Conflict (Konflik) Pertentangan antara individu, kelompok, atau negara sering menarik perhatian. Misalnya, persaingan politik, demonstrasi, atau konflik hukum. 4. Timeliness (Waktu) Semakin baru suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. Berita yang 48 cepat disajikan, seperti kejadian bencana atau pengumuman resmi, lebih menarik bagi pembaca. 76 5. Proximity (Kedekatan) Peristiwa yang terjadi di sekitar pembaca lebih menarik dibandingkan yang jauh. Kedekatan bisa bersifat geografis, budaya, atau emosional. 6. Human Interest (Manusiawi) Berita yang menyentuh perasaan, seperti kisah inspiratif atau kejadian yang memicu empati, sering menarik perhatian masyarakat. 7. Prominence (Keterkenalan) Tokoh terkenal, baik selebriti, politisi, maupun tokoh publik lainnya, selalu menjadi sorotan. Berita yang melibatkan mereka cenderung lebih banyak dikonsumsi. 8. Oddity (Unik) Peristiwa yang tidak biasa atau jarang terjadi sering menarik perhatian, seperti penemuan aneh atau kejadian langka. 9. Impact (Pengaruh) Semakin besar dampak berita terhadap masyarakat, semakin penting untuk diberitakan. 86 Misalnya, perubahan iklim atau kebijakan yang mempengaruhi banyak orang. Dalam konteks penelitian ini, nilai berita menjadi aspek yang sangat penting untuk dianalisis karena setiap berita memiliki daya tarik dan pengaruh yang berbeda terhadap audiens. Terutama dalam pengemasan berita mengenai "Indonesia Gelap" pada portal berita online nasional seperti Detik.com dan Kompas.com, nilai berita berperan dalam menentukan bagaimana suatu isu disajikan dan diterima oleh masyarakat. Berita dengan nilai tinggi cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian, mempengaruhi opini publik, serta membentuk persepsi terhadap situasi krisis yang 49 diberitakan. Oleh karena itu, memahami nilai berita dalam pemberitaan media sangat penting dalam mengkaji bagaimana portal berita online mengemas informasi, memilih sudut pandang, serta

menyusun narasi yang berdampak pada pemahaman dan reaksi pembaca terhadap isu yang diberitakan. 50 2.1.3.2. Unsur Berita Unsur berita merupakan elemen fundamental yang harus ada dalam setiap berita agar informasi yang disampaikan lengkap, akurat, dan dapat dipahami oleh pembaca. Unsur berita berfungsi sebagai pedoman bagi jurnalis dalam menyusun berita yang memenuhi standar jurnalistik dan menarik minat pembaca. Dalam jurnalistik modern, khususnya di media online, unsur berita menjadi semakin penting mengingat banyaknya informasi yang beredar dengan cepat dan luas (Timu, 2019). 39

Unsur berita memastikan bahwa setiap berita memiliki struktur yang jelas dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dalam konteks berita online, unsur berita juga berperan dalam meningkatkan kredibilitas dan keterbacaan suatu berita di tengah persaingan informasi yang begitu ketat. Berita yang baik harus memenuhi unsur-unsur mendasar agar tidak menimbulkan kesalahpahaman, spekulasi, atau bahkan disinformasi. Salah satu standar yang digunakan dalam penyusunan berita adalah konsep 5W+1H, yang mencakup enam pertanyaan utama untuk memastikan kelengkapan berita. Keenam unsur ini adalah: 1. What (Apa) Menjelaskan peristiwa utama yang menjadi inti berita. Unsur ini menjawab pertanyaan tentang apa yang terjadi dan memberikan gambaran awal kepada pembaca mengenai suatu kejadian. 2. Who (Siapa) Mengidentifikasi individu atau kelompok yang terlibat dalam peristiwa. Unsur ini penting untuk memberikan konteks mengenai siapa yang melakukan, mengalami, atau berpengaruh terhadap kejadian yang diberitakan. 51 3. Where (Di mana) Memberikan informasi tentang lokasi kejadian. Dalam berita online, unsur ini juga sering diperkuat dengan peta atau tautan lokasi untuk memberikan pemahaman visual kepada pembaca. 4. When (Kapan) Menyajikan waktu terjadinya peristiwa. Unsur ini penting untuk 52 menekankan urgensi atau relevansi suatu berita, terutama dalam berita hard news yang membutuhkan kecepatan penyampaian informasi. 39 46 82 5. Why (Mengapa) Menjelaskan latar belakang dan alasan terjadinya suatu peristiwa. Unsur ini memberikan konteks yang lebih dalam kepada pembaca mengenai faktor penyebab suatu kejadian. 6.

How (Bagaimana) Menguraikan proses atau kronologi suatu peristiwa. Unsur ini membantu pembaca memahami bagaimana suatu kejadian berlangsung, termasuk dampak atau konsekuensi yang diakibatkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Timu (2019), ditemukan bahwa tidak semua berita di media online memenuhi seluruh unsur 5W+1H. Unsur “Why” dan “How” sering kali kurang tergarap karena keterbatasan ruang dan kecepatan publikasi dalam jurnalistik daring. Namun, berita yang menyertakan semua unsur tersebut cenderung lebih informatif dan memiliki tingkat keterbacaan yang lebih baik. Dengan memahami unsur berita secara menyeluruh, terutama dalam konteks media online, jurnalis dapat menyajikan berita yang tidak hanya cepat tetapi juga akurat dan mendalam. Hal ini penting untuk menjaga kredibilitas media serta memberikan informasi yang berkualitas bagi masyarakat.

2.1.3.3. Jenis Berita Dalam dunia jurnalistik, berita memiliki berbagai jenis dan format yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Setiap jenis berita ini disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan tertentu, baik itu untuk memberikan informasi yang mendesak, menghibur, atau menyampaikan fakta secara objektif. Jenis-jenis berita yang ada di media massa juga mencerminkan cara penyajian informasi kepada pembaca, yang tidak hanya mempertimbangkan fakta, tetapi juga bagaimana berita tersebut dikemas untuk menarik perhatian audiens. Dalam konteks media online, jenis berita juga dapat memengaruhi persepsi dan pengaruh berita tersebut terhadap pembaca, terutama dalam mengemas isu-isu penting, termasuk yang berkaitan dengan politainment atau pemberitaan terkait pemilu.

54 Menurut McNair (2017), dalam dunia jurnalistik terdapat berbagai jenis berita yang memiliki karakteristik dan tujuan tertentu.

Adapun beberapa jenis berita yang umum dikenal adalah sebagai berikut: 1. **56 Hard News** Hard news adalah jenis berita yang dianggap memiliki nilai informasi yang sangat penting dan mendesak untuk segera diketahui masyarakat. Biasanya, berita-berita yang termasuk dalam kategori ini berisi informasi terkini yang dapat mempengaruhi banyak orang, seperti peristiwa politik, kriminalitas, atau kejadian besar lainnya. Kecepatan dalam penyampaian

informasi menjadi sangat krusial untuk menjaga relevansi berita tersebut. Misalnya, pemberitaan terkait peristiwa politik besar seperti pemilihan umum atau pengumuman hasil survei calon presiden yang dapat memengaruhi opini publik.

2. Soft News Berbeda dengan hard news, soft news lebih mengutamakan informasi yang bersifat ringan dan menghibur pembaca. Berita ini tidak terlalu mendesak dan bisa disajikan kapan saja tanpa harus memperhatikan waktu atau urgensinya. Fokus utama dari soft news adalah memberikan wawasan, hiburan, serta menarik perhatian pembaca melalui cerita yang menyentuh emosi. Jenis berita ini banyak ditemukan dalam segmen gaya hidup, hiburan, atau cerita- cerita inspiratif. Contohnya adalah artikel tentang tren mode terbaru, kisah sukses tokoh terkenal, atau cerita human interest yang bertujuan untuk memberikan inspirasi bagi pembaca. Dalam konteks penelitian mengenai pengemasan berita 55 Indonesia gelap pada portal berita online nasional, seperti Detik.com dan Kompas.com, penting untuk memahami bagaimana jenis berita yang disajikan memengaruhi persepsi publik terhadap peristiwa-peristiwa penting, termasuk yang berpotensi kontroversial atau bersifat politainment. Jenis-jenis berita tersebut akan dianalisis untuk melihat bagaimana pengemasan informasi yang disajikan oleh kedua portal berita ini dapat mempengaruhi pembaca dalam memahami dan merespons isu-isu 56 yang terkait dengan politik, sosial, dan budaya, terutama pada periode tertentu yang relevan dengan pemilu atau dinamika politik nasional.

2.1.3.4. Narasumber Dalam dunia jurnalistik, narasumber memegang peranan penting dalam penyajian informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Narasumber adalah pihak yang memberikan atau mengetahui informasi dengan jelas, yang kemudian digunakan oleh wartawan untuk menyusun sebuah berita yang informatif. Tanpa narasumber yang tepat, sebuah berita akan kehilangan kedalaman makna dan kualitasnya. 67 Oleh karena itu, pemilihan narasumber yang sesuai dan kredibel sangat penting untuk menghasilkan pemberitaan yang berkualitas. Narasumber dapat berasal dari berbagai kalangan, baik individu maupun informasi lainnya seperti dokumen atau sumber referensi lainnya yang relevan dengan topik berita yang dibahas. 57

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, narasumber adalah orang yang memberikan atau mengetahui informasi dengan jelas dan menjadi sumber informasi tersebut.

Kualitas berita sangat bergantung pada kualitas narasumber yang digunakan. Semua sumber informasi, baik berupa orang (sumber manusia) maupun sumber fisik lainnya seperti catatan, dokumen, buku, dan referensi lainnya, harus disebutkan asalnya, karena tidak menyebutkan sumber dapat berujung pada tindakan plagiat. Narasumber yang baik adalah mereka yang memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidang tertentu dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap pentingnya publik memperoleh informasi yang tepat. Bagus Sasmito (2020:17) mengungkapkan bahwa narasumber yang baik adalah seseorang yang memiliki pengetahuan dalam bidangnya serta memiliki kepedulian terhadap pentingnya mengungkapkan kebenaran kepada publik. Dalam penelitian ini, beberapa narasumber yang relevan dengan topik yang dibahas akan digunakan untuk memperkuat analisis, antara lain: 1. Kerabat/ Keluarga Kerabat atau keluarga adalah unit sosial terkecil dalam masyarakat, yang memiliki hubungan darah antara satu individu dengan individu lainnya. Kerabat dapat memberikan wawasan pribadi yang mendalam mengenai suatu peristiwa atau keadaan yang terjadi. Sebagai narasumber, mereka 58 memiliki kedekatan emosional dengan peristiwa tersebut, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih subjektif dan pribadi. 2. Politikus Politikus adalah individu yang terlibat dalam dunia politik, baik sebagai kandidat ataupun pemimpin partai. Mereka memiliki pemahaman yang mendalam mengenai kebijakan, dinamika politik, serta peristiwa yang terjadi dalam sistem pemerintahan. Dalam pemberitaan yang berkaitan dengan politainment, politikus menjadi sumber yang sangat penting untuk menggali informasi terkait proses politik dan keputusan-keputusan penting dalam pemerintahan. 3. Selebriti Selebriti adalah individu yang dikenal luas oleh masyarakat, baik karena prestasinya dalam dunia hiburan maupun karena kontroversi yang melibatkan dirinya. 47 Selebriti sering kali menjadi sorotan media massa, sehingga perspektif mereka sangat penting untuk memahami bagaimana kehidupan pribadi mereka dapat mempengaruhi citra publik dan perhatian media. 4.

Jurnalis adalah orang yang bertugas untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyampaikan berita kepada publik. Mereka memiliki keterampilan untuk mencari dan mengolah informasi secara objektif. Dalam penelitian ini, jurnalis juga menjadi narasumber yang relevan untuk memahami proses produksi berita, terutama dalam konteks pemberitaan politainment, yang sering kali melibatkan sudut pandang media terhadap isu-isu politik.

5. Masyarakat merupakan sekelompok individu yang hidup bersama dalam suatu tatanan sosial. Pandangan masyarakat sebagai narasumber penting karena mereka mewakili opini publik yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana suatu peristiwa atau isu diterima oleh masyarakat luas. Dalam analisis politainment, pemahaman terhadap opini masyarakat sangat penting untuk memahami bagaimana isu-isu politik diserap dan dipersepsikan oleh publik.

6. Mahasiswa merupakan seseorang yang memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis, dan juga bertanggung jawab dalam intelektual dan sosial.

7. TNI/Polri merupakan seseorang yang memiliki komitmen untuk menegakkan hukum dan menjaga stabilitas nasional.

Dalam penelitian mengenai Pengemasan Berita Indonesia Gelap pada Portal Berita Online Nasional (Analisis Isi Kualitatif pada Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025), pemilihan narasumber yang relevan dan kredibel menjadi kunci utama untuk mengkaji bagaimana berita-berita isu politik Indonesia Gelap dikemas dalam media massa. Penggunaan narasumber yang tepat, seperti kerabat, politikus, selebriti, jurnalis, dan masyarakat, akan memperkaya pemahaman terhadap bagaimana media online nasional mengolah dan menyajikan berita terkait isu tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang cara pemberitaan politik dilakukan, serta pengaruhnya terhadap persepsi publik melalui portal berita seperti Detik.com dan Kompas.com.

2.1.3.5. Nada Berita Dalam pandangan Mulyadi dan Musman (2017), tone atau nada dalam pemberitaan merujuk pada pendekatan khas yang digunakan oleh jurnalis dalam menyampaikan informasi, yang secara langsung dapat memengaruhi cara khalayak menafsirkan isi berita.

ini terbagi menjadi tiga jenis utama: netral, positif, dan negatif. Nada netral dicirikan oleh penyajian informasi yang bebas dari opini atau emosi pribadi, 61 dan kerap digunakan dalam peliputan peristiwa besar atau bencana dengan tujuan menjaga objektivitas. Sebaliknya, nada positif lebih menekankan sisi optimistis dari suatu isu, seperti solusi atau dampak baik yang ditimbulkan, dan umumnya ditemukan dalam berita yang bersifat human interest. Di lain pihak, nada negatif mengandung elemen kritik dan ketidaksetujuan, terutama dalam isu-isu kontroversial atau investigatif. 62 Senada dengan hal tersebut, Wahyuti (2015) menjelaskan bahwa nada dalam berita tidak hanya sebatas pada isi, tetapi juga berkaitan erat dengan cara media menyusun dan menyampaikan informasi. Nada ini juga dikategorikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu: netral, yang menyajikan informasi tanpa keberpihakan; negatif, yang cenderung mengkritik atau memberikan penilaian buruk terhadap individu, kelompok, atau isu tertentu; serta positif, yang menampilkan berita dengan sentimen mendukung atau memuji suatu subjek.

1. Nada Positif Mengandung unsur apresiasi, menunjukkan dukungan, memberikan dorongan, serta menyampaikan harapan dan pandangan yang bersifat optimis.
2. Nada Negatif Berisi ungkapan ketidakpuasan, sindiran halus, peringatan, kritik tajam, maupun ekspresi penolakan terhadap isu.
3. Nada Netral Menyajikan informasi secara berimbang dari kedua perspektif, juga menggunakan bahasa objektif dan netral tanpa memunculkan opini atau emosi pribadi dan jurnalis Mengacu pada uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses pengemasan berita merupakan teknik strategis yang digunakan media untuk membentuk narasi dan menyampaikan informasi kepada publik. Proses ini mencakup sejumlah aspek penting seperti frekuensi tayang, jenis berita, nilai-nilai berita, unsur-unsur 5W+1H, dan tentu saja nada atau tone pemberitaan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut menjadi relevan karena bertujuan untuk mengeksplorasi dalam berita Indonesia gelap pada periode februari 2025. Perbedaan 63 sudut pandang jurnalis maupun karakter editorial masing- masing media memungkinkan munculnya variasi dalam nada

pemberitaan, yang bisa bersifat netral, mendukung, atau bahkan kritis terhadap program tersebut. 64 2.1.4. Pengemasan Pesan Pengemasan pesan adalah suatu proses penting dalam dunia komunikasi massa yang mencakup penyusunan, pengolahan, dan penyajian informasi dengan cara yang dapat mempengaruhi pemahaman dan persepsi audiens. Proses ini tidak hanya melibatkan penulisan teks atau penyajian informasi secara sederhana, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana elemen-elemen yang ada, seperti visual, bahasa, dan struktur berita, bekerja untuk mencapai tujuan tertentu. Pengemasan pesan bertujuan agar informasi yang disampaikan tidak hanya diterima oleh audiens, tetapi juga diproses, dipahami, dan mempengaruhi pandangan atau perilaku audiens. Menurut Saraswati (2018), pengemasan pesan adalah kegiatan mengatur informasi sedemikian rupa agar dapat mencapai efek yang diinginkan, baik itu dalam membentuk opini, merangsang emosi, atau mengubah perilaku audiens. Setiap media memiliki cara dan gaya tertentu dalam mengemas pesan, bergantung pada audiens yang dituju dan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, pengemasan pesan tidak sekadar menyajikan fakta atau informasi, tetapi juga menyampaikan makna yang lebih dalam yang dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu isu atau peristiwa. Tujuan utama dari pengemasan pesan adalah untuk memudahkan audiens dalam memahami dan mengingat informasi. Sebagai contoh, dalam pemberitaan tentang politik, pengemasan pesan akan sangat berpengaruh dalam membentuk citra seorang kandidat atau partai politik. Media massa, seperti Detik.com dan Kompas.com, akan memilih cara tertentu untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan politik, agar pesan yang disampaikan dapat memperkuat posisi politik tertentu di mata publik. Tujuan pengemasan pesan tidak hanya untuk menginformasikan, tetapi juga untuk mempengaruhi opini audiens dan membentuk pola pikir mereka mengenai isu yang 65 dibahas. Selain itu, pengemasan pesan juga berfungsi untuk memotivasi audiens untuk bertindak atau membuat keputusan tertentu. Bungin (2017) dalam bukunya menjelaskan bahwa pengemasan pesan yang baik harus mampu menyentuh aspek emosional audiens, agar informasi yang disampaikan

tidak hanya dipahami secara rasional, tetapi juga dapat merangsang reaksi emosional yang mengarah pada 66 perubahan sikap atau perilaku. 2.1.5. Konstruksi Realitas di Media Konstruksi realitas di media mengacu pada cara media menyajikan, menginterpretasikan, dan membentuk persepsi publik tentang suatu peristiwa atau fenomena. Proses ini tidak hanya melibatkan penyajian informasi, tetapi juga penataan, pemilihan, dan penekanan pada aspek-aspek tertentu yang akhirnya membentuk cara audiens memahami dunia. Media berperan penting dalam membentuk konstruksi realitas sosial, karena melalui berita yang mereka sampaikan, media mempengaruhi cara audiens melihat suatu peristiwa atau kelompok sosial. Menurut Sulisty (2016), konstruksi realitas di media terjadi melalui pemilihan dan pengolahan informasi yang disesuaikan dengan kepentingan tertentu, baik itu ideologi, politik, maupun komersial. Media tidak hanya merepresentasikan dunia secara langsung, tetapi juga mengolah dan membingkai informasi sehingga audiens menerima gambaran tertentu mengenai realitas yang sedang dibahas. Hal ini sering kali dikaitkan dengan teori framing, yang menjelaskan bagaimana media memilih cara tertentu dalam menyajikan isu atau peristiwa, dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu untuk membentuk opini publik. Proses konstruksi realitas di media melibatkan seleksi dan pengorganisasian informasi, yang kemudian disajikan dengan tujuan tertentu. Cangara (2015) menjelaskan bahwa dalam framing, media memutuskan apa yang penting untuk diberitakan dan bagaimana informasi tersebut disajikan, baik melalui teks, gambar, ataupun video. Framing ini pada akhirnya mengarahkan audiens untuk menginterpretasikan peristiwa dengan cara yang diinginkan oleh media. Dalam konteks ini, media menjadi "penjaga makna" yang 67 mempengaruhi bagaimana audiens memahami dan menilai isu- isu tertentu. Selain framing, agenda- setting juga berperan dalam konstruksi realitas. Teori ini menyatakan bahwa media tidak hanya memberi tahu audiens apa yang harus dipikirkan, tetapi juga apa yang harus dipikirkan tentang isu yang dipilih untuk diberitakan. 68 Konstruksi realitas di media tidak dapat dipisahkan dari ideologi yang ada di balik media tersebut. Mulyana

(2017) menjelaskan bahwa ideologi media berperan dalam pemilihan dan pembingkaiannya suatu isu. Media dengan ideologi tertentu akan memilih perspektif dan cara pemberitaan yang sesuai dengan nilai dan pandangan yang diusungnya. Sebagai contoh, media yang memiliki afiliasi politik tertentu akan cenderung memberi pemberitaan yang lebih positif terhadap pihak yang sejalan dengan ideologi mereka, sementara pihak yang berseberangan bisa diberitakan dalam perspektif yang lebih kritis atau negatif. Konstruksi realitas di media juga melibatkan aspek representasi sosial, yaitu cara media menggambarkan kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat. Hadiyanto (2019) menekankan bahwa media seringkali membangun representasi yang dapat memperkuat stereotip atau bias terhadap kelompok tertentu, baik itu berdasarkan ras, kelas sosial, atau orientasi politik. Misalnya, pemberitaan tentang kelompok minoritas seringkali diwarnai dengan stereotip negatif yang dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap kelompok tersebut. Oleh karena itu, cara media mengemas pesan memiliki dampak besar terhadap bagaimana kelompok-kelompok ini dipandang oleh masyarakat luas. Konstruksi realitas yang dilakukan oleh media memiliki dampak yang besar terhadap audiens, baik dalam pembentukan opini maupun perubahan sikap sosial. Saraswati (2018) berpendapat bahwa media dapat membentuk opini publik dengan menyoroti isu-isu tertentu, membingkai mereka dalam perspektif tertentu, dan mengabaikan aspek-aspek lain yang tidak sejalan dengan narasi yang ingin dibentuk. Media dengan cara ini mampu menciptakan persepsi yang berbeda tentang suatu peristiwa atau isu, tergantung pada bagaimana mereka memilih dan menyajikan informasi. Dalam konteks media berita 69 online, seperti Detik.com dan Kompas.com, pengemasan berita yang berfokus pada pemilihan kata, gambar, atau sudut pandang yang digunakan dapat memengaruhi pembentukan realitas sosial yang diterima audiens.

70 Indikator dan Definisi Operasional Tabel 2. 53 2 Indikator dan Definisi Operasional No Kategori Indikator Bentuk 1. Nilai Berita

1. Magnitude (Besar)
2. Significance (Penting)
3. Conflict (Konflik)
4. Timeline (Waktu)
5. Proximity (Kedekatan)
6. Human Interest

(Manusiawi) 7. Prominenc e (Keterkenal an) 8. Oddity (Unik) 9. Impact (Pengaruh) 1. **32**

61 87 Semakin besar dampak suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. 2. Berita memiliki nilai tinggi jika peristiwanya berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. 3. Pertentangan antara individu, kelompok, atau negara sering menarik perhatian. 4. Semakin baru suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. 5. Peristiwa yang terjadi di sekitar pembaca lebih menarik dibandingkan yang jauh. Kedekatan bisa bersifat geografis, budaya, atau emosional. 6. Berita yang menyentuh perasaan, seperti kisah inspiratif 71 atau kejadian yang memicu empati, sering menarik perhatian masyarakat. 7. Tokoh terkenal, baik selebriti, politisi, maupun tokoh publik lainnya, selalu menjadi sorotan. Berita yang melibatkan mereka cenderung lebih banyak dikonsumsi. **68** 8. Peristiwa yang tidak biasa atau jarang terjadi sering menarik perhatian, seperti penemuan aneh atau kejadian langka. 9. Semakin besar dampak berita terhadap masyarakat, semakin penting untuk diberitakan. Misalnya, perubahan iklim atau kebijakan yang mempengaruhi banyak orang. (Baskoro, 2023) 2. Unsur Berita 1. What (Apa) 2. Who (Siapa) 3. **89** Where (Dimana) 4. When (Kapan) 5. Why (Mengapa) 6. How (Bagaimana) 1. Menjelaskan peristiwa utama yang menjadi inti berita. Unsur ini menjawab pertanyaan tentang apa yang terjadi dan memberikan gambaran awal kepada pembaca mengenai suatu kejadian. **46** 2. Mengidentifikasi individu atau kelompok yang terlibat dalam peristiwa. 72 Unsur ini penting untuk memberikan konteks 73 mengenai siapa yang melakukan, mengalami, atau berpengaruh terhadap kejadian yang diberitakan. 3. Memberikan informasi tentang lokasi kejadian. Dalam berita online, unsur ini juga sering diperkuat dengan peta atau tautan lokasi untuk memberikan pemahaman visual kepada pembaca. 4. Menyajikan waktu terjadinya peristiwa. Unsur ini penting untuk menekankan urgensi atau relevansi suatu berita, terutama dalam berita hard news yang membutuhkan kecepat an penyampaian informasi. **39 46** 5. Menjelaskan latar belakang dan alasan terjadinya suatu peristiwa. Unsur ini memberikan konteks yang lebih dalam kepada pembaca mengenai faktor penyebab suatu kejadian. 6. Menguraikan proses atau kronologi suatu peristiwa. Unsur ini membantu

74 pembaca memahami bagaimana suatu kejadian berlangsung, termasuk 75 dampak atau konsekuensi yang diakibatkan. (Timu, 2019) 3. 92 Jenis Berita 1.

92 Hard News 2. Soft News 1. 65 Hard news adalah jenis berita yang dianggap memiliki nilai informasi yang sangat penting dan mendesak untuk segera diketahui masyarakat. Biasanya, berita-berita yang termasuk dalam

kategori ini berisi informasi terkini yang dapat mempengaruhi banyak orang, seperti peristiwa politik, kriminalitas, atau kejadian besar lainnya. 2. Soft news lebih mengutamakan informasi yang bersifat ringan 76 dan menghibur pembaca. Berita ini tidak terlalu mendesak dan bisa disajikan kapan saja tanpa harus memperhatikan waktu atau urgensinya. Fokus utama dari soft news adalah memberikan wawasan, hiburan, serta menarik perhatian pembaca melalui cerita yang menyentuh emosi.

(Krisyantono, 2015) 4. Narasumber 1. Kerabat/ Keluarga 2. Politikus 3.

Selebriti 4. Jurnalis 5. Masyarakat 6. Mahasiswa 7. TNI/Polri 1.

Kerabat atau keluarga adalah unit sosial terkecil dalam masyarakat, yang memiliki hubungan darah antara satu individu dengan individu lainnya. 2.

Politikus adalah individu yang terlibat dalam dunia politik, baik sebagai kandidat ataupun pemimpin partai. politikus menjadi sumber yang sangat penting untuk menggali informasi terkait proses politik dan keputusan-keputusan penting dalam pemerintahan. 3. Selebriti adalah individu

yang dikenal luas oleh masyarakat, baik karena 77 prestasinya dalam dunia hiburan maupun karena 78 kontroversi yang melibatkan dirinya. 40 4. Jurnalis

adalah orang yang bertugas untuk mengumpulkan, menganalisis, dan

menyampaikan berita kepada publik. Mereka memiliki keterampilan untuk mencari dan mengolah informasi secara objektif. 5. Masyarakat merupakan sekelompok

individu yang hidup bersama dalam suatu tatanan sosial. Pandangan

masyarakat sebagai narasumber penting karena mereka mewakili opini publik yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana suatu peristiwa atau isu diterima oleh masyarakat luas. 84 6. Mahasiswa merupakan seseorang yang

memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis. 7. TNI / Polri .merupakan 7

9 seseorang yang ,emiliki komitmen untuk menegakkan hukum dan menjaga

stabilitas nasional (Sasmito, 2020) 80 5. Nada berita Positif Negasif Netral 1. Mengandung unsur apresiasi, menunjukkan dukungan, memberikandorongan, serta menyampaikan harapan dan pandangan yang bersifat optimis. 2. Berisi ungkapan ketidakpuasan, sindiran halus, peringatan, kritik tajam, maupun ekspresi penolakan terhadap isu. 3. Menyajikan informasi secara berimbang dari kedua perspektif, juga menggunakan bahasa objektif dan netral tanpa memunculkan opini atau emosi pribadi dan jurnalis. (Wahyuti, 2015) Sumber : Oleh Peneliti 81 2.2. Kerangka Berpikir Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir Penelitian ini berfokus kepada bagaimana cara pengemasan berita terkait Berita Indonesia Gelap yang diunggah oleh kedua media tersebut yaitu Detik.com dan Kompas.com. Kemudian dari sebuah fenomena tersebut ingin terdapat sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana Pengemasan Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional (Analisis Isi Kualitatif Pada Detik.Com Dan Kompas.Com Periode Februari 2025). Lalu memiliki konsep utama dalam penelitian tersebut adalah Pengemasan Berita dengan indikator seperti, nilai, unsur yang didalamnya terdapat 5W=1H, narasumber dan nada berita. Metode analisis isi kualitatif ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana pengemasan berita tentang Indonesia Gelap yang dilakukan oleh media Detik.Com dan Kompas.com. 82 83 BAB III METODOLOGI PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena sosial melalui interpretasi atas makna yang muncul dari interaksi sosial, simbol, bahasa, serta konteks yang melingkupi suatu peristiwa. Pendekatan ini tidak bergantung pada data numerik atau statistik, melainkan mengandalkan data dalam bentuk narasi, deskripsi verbal, dokumen, maupun visual yang dianalisis secara mendalam dan kritis. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkap makna- makna subjektif di balik perilaku, tindakan, serta wacana yang dibangun oleh individu atau kelompok dalam konteks sosial tertentu (Moleong, 2017). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk

menelaah bagaimana dua media online nasional, yaitu Detik.com dan Kompas.com, mengemas berita tentang aksi demonstrasi #IndonesiaGelap yang berlangsung pada bulan Februari 2025. Peneliti berusaha untuk memahami bagaimana konstruksi realitas sosial tentang peristiwa tersebut dibentuk dan disampaikan melalui teks berita yang diterbitkan oleh kedua media tersebut. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi perbedaan strategi pengemasan berita yang digunakan oleh masing-masing media, termasuk dalam hal pilihan diksi, struktur narasi, pemilihan narasumber, serta fokus isu yang diangkat. Pendekatan kuantitatif sangat sesuai digunakan dalam penelitian ini karena dapat menangkap aspek-aspek yang bersifat kontekstual, subjektif, dan interpretatif dari suatu pemberitaan. Dengan menggunakan metode ini, peneliti tidak hanya melihat apa yang diberitakan, tetapi juga bagaimana berita itu dibentuk, disampaikan, dan dipersepsikan oleh khalayak. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis mendalam terhadap teks berita guna mengungkap makna yang tersembunyi di balik penyajiannya. **54** Dalam penelitian kuantitatif terdapat beberapa paradigma yang dapat digunakan sebagai dasar berpikir, yaitu paradigma positivisme, post-positivisme, kritis, dan konstruktivisme. Keempat paradigma ini merepresentasikan cara pandang yang berbeda terhadap kenyataan sosial, proses pengetahuan, dan hubungan antara peneliti dengan objek yang diteliti (Hasyim dalam Yasin, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivisme, yang berpandangan bahwa realitas sosial memang ada secara objektif, namun tidak dapat dipahami secara utuh dan final karena selalu dipengaruhi oleh konteks, nilai, serta keterbatasan dalam proses observasi dan interpretasi manusia (Creswell, 2018) **20**

25 Paradigma positivisme merupakan suatu pendekatan dalam ilmu pengetahuan yang menekankan pentingnya penggunaan metode ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang valid dan dapat dipercaya. Paradigma ini berakar dari pemikiran filsuf Auguste Comte yang menganggap bahwa pengetahuan sejati hanya dapat diperoleh melalui pengalaman empiris yang dapat diamati secara langsung dan diuji secara objektif. Dalam positivisme,

realitas dianggap sebagai sesuatu yang bersifat tetap, teratur, dan dapat dijelaskan melalui hukum-hukum sebab-akibat yang bersifat universal. Paradigma positivisme sangat relevan digunakan dalam penelitian ini yang berfokus pada analisis isi kuantitatif pemberitaan media daring. Dengan demikian, paradigma positivisme berorientasi pada pendekatan deduktif dan logis, serta menekankan netralitas, keterpisahan antara peneliti dan objek penelitian, serta pentingnya generalisasi hasil penelitian. Penelitian ini tidak bertujuan menemukan kebenaran absolut, melainkan mendekati pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana realitas sosial dikonstruksi oleh media melalui penyajian unsur-unsur berita seperti jenis berita, nada, 86 nilai berita, serta narasumber yang dipilih. Media daring seperti Detik.com dan Kompas.com dipahami dalam paradigma ini sebagai entitas yang memiliki kecenderungan tertentu dalam memilih, menyusun, dan menyajikan informasi. Oleh karena itu, positivisme memungkinkan peneliti untuk menganalisis pemberitaan secara lebih reflektif, sambil tetap mengandalkan proses verifikasi melalui indikator-indikator yang terstruktur. Dengan demikian, paradigma ini memberikan landasan metodologis 87 yang memadai untuk mengkaji bagaimana kedua media tersebut mengemas pemberitaan mengenai aksi “Indonesia Gelap” serta implikasi pengemasan tersebut terhadap pembentukan persepsi publik. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya mengungkap kecenderungan naratif dalam pemberitaan dan menjelaskan bagaimana media online dapat merepresentasikan peristiwa sosial-politik dengan gaya dan intensi yang berbeda. Penelitian ini juga menyadari adanya keterbatasan dalam proses interpretasi, sehingga hasil yang diperoleh bersifat terbuka untuk ditinjau kembali dalam konteks atau waktu yang berbeda. Oleh karena itu, paradigma post-positivisme memberikan kerangka analisis yang memungkinkan keseimbangan antara struktur metodologis yang ketat dan kesadaran kritis terhadap kompleksitas realitas sosial. 34 3.2 Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan metode analisis isi sebagai teknik utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Analisis isi merupakan suatu metode ilmiah yang digunakan untuk menelaah isi komunikasi secara

sistematis, objektif, dan deskriptif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pesan atau informasi dikemas dan disampaikan melalui berbagai media komunikasi, khususnya dalam bentuk teks berita (West & Turner, 2013 dalam Sugiyono, 2020). Analisis isi dipilih karena sangat relevan untuk meneliti konten-konten tertulis yang berasal dari media massa, seperti artikel berita daring yang diterbitkan oleh Detik.com dan Kompas.com. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada teks berita online sebagai unit analisis utama, di mana teks tersebut akan dianalisis berdasarkan kategori dan elemen pengemasan berita, seperti unsur berita, nilai berita, jenis berita, serta 88 narasumber yang digunakan. Metode ini sejalan dengan pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian, di mana tujuan utamanya adalah untuk mendeskripsikan secara mendalam bagaimana dua media nasional tersebut membingkai isu demonstrasi "Indonesia Gelap". Dengan menggunakan analisis isi, peneliti dapat menggali makna yang terkandung dalam teks berita serta melihat pola, kecenderungan, dan 89 strategi komunikasi yang digunakan oleh masing-masing media dalam membentuk konstruksi realitas sosial mengenai aksi demonstrasi tersebut. Konten yang dianalisis meliputi berita teks, yang diambil dari pemberitaan Detik.com dan Kompas.com selama periode Februari 2025, yaitu masa ketika aksi "Indonesia Gelap" berlangsung dan menjadi sorotan publik nasional. Pemilihan waktu ini didasarkan pada intensitas pemberitaan yang tinggi serta relevansi tema dengan dinamika sosial-politik yang sedang terjadi. Fokus dari analisis ini akan mencakup beberapa elemen penting dalam pengemasan berita, yaitu: 1. Unsur berita (5W + 1H) – untuk mengetahui kelengkapan informasi yang disajikan. 2. Nilai berita – untuk menilai aspek kelayakan berita seperti konflik, dampak, kedekatan, atau keterkenalan tokoh. 29 3. Jenis berita – untuk melihat apakah berita disajikan dalam bentuk Hard News, hard news, atau soft news. 4. Narasumber – untuk menganalisis keberagaman dan orientasi sumber informasi, apakah berasal dari pemerintah, kepolisian, akademisi, atau masyarakat sipil. Untuk menjaga objektivitas dan mengurangi bias dalam proses

analisis, penelitian ini akan melibatkan proses coding secara sistematis. Proses ini dilakukan oleh peneliti bersama dengan seorang coder lain yang memahami kategori analisis yang telah ditentukan. Hasil coding akan dibandingkan dan diuji konsistensinya menggunakan rumus Holsti, agar diperoleh 90 keandalan data (inter-coder reliability) yang tinggi. Melalui metode analisis isi ini, peneliti berharap dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana media Detik.com dan Kompas.com mengemas narasi demonstrasi "Indonesia Gelap" serta bagaimana konstruksi pemberitaan tersebut dapat memengaruhi pemahaman publik terhadap isu sosial-politik yang diangkat.

52 91 3.3 Unit Analisis Morissan (2017) mengungkapkan bahwa unit analisis adalah seluruh item atau hal yang diteliti untuk mendapatkan ringkasan atau kesimpulan dari data yang akan dianalisis. Sedangkan menurut Hamidi dalam Rifada (2021), unit analisis dapat terdiri dari individu, kelompok, organisasi, maupun peristiwa sosial seperti interaksi antarindividu atau aktivitas kelompok dalam konteks sosial tertentu. Dengan menentukan unit analisis yang tepat, peneliti dapat memperoleh temuan yang akurat, relevan, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020) menyatakan bahwa dalam memilih unit analisis, peneliti perlu mempertimbangkan aksesibilitas, relevansi, signifikansi, dan keunikan dari data atau objek yang diteliti. Pemilihan unit analisis yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap keakuratan hasil penelitian serta kedalaman interpretasi yang dapat dihasilkan dari proses analisis data. Dalam penelitian ini, unit observasinya adalah berita daring mengenai aksi "Indonesia Gelap" yang dipublikasikan oleh Detik.com dan Kompas.com selama Februari 2025, sedangkan unit analisis mencakup elemen seperti headline, narasumber, nada pemberitaan (tone), struktur 5W+1H, nilai berita, serta framing. Pemilihan kedua media ini didasarkan pada perbedaan orientasi editorialnya: Detik.com cenderung ringkas dan faktual, sementara Kompas.com lebih analitis dan kontekstual. 34 74 Adapun kriteria berita yang digunakan dalam penelitian ini sebagai unit analisis adalah sebagai berikut: 1. Dipublikasikan pada periode Februari 2025, yaitu masa puncak terjadinya

aksi demonstrasi “Indonesia Gelap” di berbagai kota besar di Indonesia . 92 2. Berbentuk teks atau tulisan, bukan video atau konten visual lainnya, agar memudahkan proses analisis isi secara linguistik dan naratif. 3. Berisi pemberitaan langsung ataupun analisis mendalam terkait aksi “Indonesia Gelap”, termasuk kronologi demonstrasi, tuntutan massa, tanggapan pemerintah, serta opini masyarakat atau tokoh terkait. 93 4. Memuat kata kunci yang relevan, seperti “Indonesia Gelap”, “demonstrasi mahasiswa”, “aksi unjuk rasa”, atau istilah lain yang secara eksplisit merujuk pada peristiwa tersebut, guna memastikan keterkaitan langsung dengan topik penelitian. 5. Dipublikasikan oleh Detik.com dan Kompas.com, yang dipilih karena merupakan dua media online nasional dengan jumlah pemberitaan tertinggi terkait isu ini serta memiliki gaya pemberitaan dan posisi editorial yang berbeda. Pemilihan Detik.com dan Kompas.com sebagai sumber data didasarkan pada kredibilitas, jangkauan, dan karakteristik editorial masing-masing media. Detik.com dikenal dengan gaya pemberitaan cepat dan ringkas, sementara Kompas.com lebih menonjolkan kedalaman analisis dan kontekstualisasi isu. Perbedaan tersebut menjadikan keduanya menarik untuk dibandingkan dalam hal strategi pengemasan berita mengenai aksi demonstrasi ini. Dengan menggunakan unit analisis berupa berita-berita dari dua portal tersebut, peneliti berharap dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konstruksi media terhadap gerakan sosial “Indonesia Gelap” dan bagaimana perbedaan pendekatan jurnalistik memengaruhi pembingkai informasi yang diterima oleh publik. Tabel 3. 1 Konten Berita Media Jumlah Berita Detik 5 Kompa s 76 Total 126 Sumber: Olah Data Peneliti 2025 94 Unit analisis dalam penelitian ini sekaligus berfungsi sebagai unit observasi. Setelah unit tersebut dikumpulkan, peneliti kemudian mengelompokkan instrumen pengukuran yang diperlukan berdasarkan lembar coding yang telah dirancang sebelumnya. Langkah ini dilakukan 95 untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini memiliki relevansi yang kuat dengan data yang telah dianalisis. 3.4 Teknik Analisis Data Data yang digunakan dalam penelitian

berasal dari dua sumber utama, yaitu: 1. **70** Sumber data primer, yakni merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu.

75 2. Sumber data sekunder, yakni data yang sudah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan lain. Peneliti menggunakan data ini sebagai bahan referensi atau pendukung dalam penelitian mereka (Siyoto & Sodik, 2015).

34 Peneliti menggunakan data primer dan sekunder berupa dokumen. **20** **69** Studi dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen atau catatan lama, seperti laporan, arsip, dan catatan kegiatan. Dengan menggunakan dokumentasi, peneliti tidak perlu mengumpulkan data secara langsung dari responden, dengan ini juga menghemat waktu dan tenaga karena lebih efisien.

Kelemahannya adalah bahwa data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, dan ada kemungkinan bahwa data tersebut tidak lagi relevan atau akurat. Selain itu, informasi yang diambil dari dokumen juga dapat salah jika ada kesalahan, seperti kesalahan cetak (Siyoto & Sodik, 2015). Secara keseluruhan, penggunaan studi dokumentasi sebagai metode pengumpulan data memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan informasi yang sudah ada dengan efisien, namun perlu dilakukan pengecekan keakuratan dan kebaruan data yang diambil secara berkala. Pada data primer, 96 data yang digunakan adalah berita video reels/foto/video reels dan foto tentang "Indonesia Gelap" yang diunggah oleh Detik.com dan Kompas.com. Data yang sudah dikumpulkan pada penelitian ini yang berlangsung pada waktu 1 Bulan yaitu pada Februari 2025. **8** **59** Pada data sekunder, penelitian ini

menggunakan buku, artikel jurnal, penelitian terdahulu, dan sumber dokumen lainnya yang akan mendukung hasil penelitian ini. **97** 3.5 Metode Pengujian Data Pengujian data sangat penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data. Dalam hal ini sangat penting untuk mempertimbangkan validitas penelitian kualitatif, yang memerlukan bukti tambahan agar hasilnya tidak dapat dipertanyakan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menilainya dalam penelitian kualitatif. Ada empat kriteria yang digunakan untuk menilai validitas peneliti, keandalan (reliabilitas), kemampuan transfer (transferabilitas), kredibilitas, dan

verifikasi. Kredibilitas dan Konfirmabilitas adalah teknik pengujian data yang relevan dengan penelitian ini. 1. Kepastian (Confirmability) Peneliti kemudian mengevaluasi hasil penelitiannya untuk memahami hubungannya dengan tujuan penelitian. Confirmability adalah teknik untuk mengonfirmasi data atau menguji objektivitasnya. Teknik ini sesuai untuk menguji hasil penelitian yang terkait dengan proses penelitian. 78 Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Holsti untuk menguji reliabilitas antara pengode. 25 Rumus Holsti diperkenalkan oleh R. Holsti. Keandalan dinyatakan dalam persentase kesamaan, yaitu seberapa banyak kesamaan antara pengode (Eriyanto, 2016).

2. Kepercayaan (Credibility) Teknik ini melakukan dua hal memastikan tingkat kepercayaan yang dapat dicapai oleh peneliti dan memberikan bukti untuk hasil penelitian. Untuk menguji reabilitas antar coder, peneliti menggunakan rumus Holsti. Rumus Holsti diperkenalkan oleh R. holsti. Keandalan dalam persentase kesamaan, yaitu. H. berapa 98 banyak kesamaan antara programmer (Eriyanto, 2015). 25 51 Berikut formula Holsti: 99 Reabilitas Antar Coder = $\frac{2m}{N1+N2}$ Keterangan: M= Jumlah coding yang sama N1= Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1 N2= Jumlah coding yang dibuang oleh coder 2 Tabel 3. 2 Coding Sheet Kategori Indikator Coder 1 Coder 2 Uji Reliabilitas Nilai/ Persentase Jenis Berita Hard News 99 99 $\frac{2(99)}{(99+99)}$ 100,00% Soft News 27 27 $\frac{2(27)}{(27+27)}$ 100,00% Nilai Berita Prominance 3 3 $\frac{2(3)}{(3+3)}$ 100,00% Timeliness 13 11 $\frac{2(11)}{(13+11)}$ 100,00% Proximity 18 18 $\frac{2(18)}{(18+18)}$ 100,00% Significance 15 15 $\frac{2(15)}{(15+15)}$ 100,00% Impact 12 15 $\frac{2(12)}{(12+15)}$ 80,00% Magnitude 14 14 $\frac{2(14)}{(14+14)}$ 100,00% Conflict 37 37 $\frac{2(37)}{(37+37)}$ 100,00% Oddity 3 2 $\frac{2(2)}{(3+2)}$ 80,00% Human Interest 11 11 $\frac{2(11)}{(11+11)}$ 100,00% What 126 126 $\frac{2(126)}{(126+126)}$ 100,00% 10 5W + 1H When 126 126 $\frac{2(126)}{(126+126)}$ 100,00% Who 126 126 $\frac{2(126)}{(126+126)}$ 100,00% Why 126 126 $\frac{2(126)}{(126+126)}$ 100,00% Where 126 126 $\frac{2(126)}{(126+126)}$ 100,00% How 75 75 $\frac{2(75)}{(75+75)}$ 100,00% Narasumber Kerabat 2 2 $\frac{2(2)}{(2+2)}$ 100,00% Mahasiswa 35 35 $\frac{2(35)}{(35+35)}$ 100,00% Politikus 25 25 $\frac{2(25)}{(25+25)}$ 100,00%

(25+25) 100,00% Selebriti - - - - Jurnalis 38 38 2(38)/(38+38)

100,00% Masyarakat 8 8 2(8)/(8+8) 100,00% TNI/POLRI 4 4 2(4)/(4+

4) 100,00% Pengamat/ Ahli 14 14 2(14)/(14+14) 100,00% Nada Berita

Netral 57 57 2(57)/(57+57) 100,00% Positif 48 48 2(48)/(48+48)

100,00% Negatif 21 21 2(21)/(21+21) 100,00% Sumber: Olahan Peneliti

3.6 Metode Analisis Data Analisis data kualitatif dilakukan setelah

peneliti mengumpulkan data melalui beberapa cara di antaranya dokumen

sehingga diperoleh data dalam bentuk naratif atau deskriptif. Data

naratif atau deskriptif itu merupakan data empiris jika berupa kata -

kata konkret dan bukan sekadar serangkaian angka atau data yang dapat

dikuantifikasi. Meski analisis data kuantitatif masih memerlukan pendekatan

yang sistematis dan terstruktur, analisis data kuantitatif tetap

menggunakan kalimat - kalimat normal dalam analisisnya, dengan fokus pada

pemahaman mendalam terhadap konten dan konteks dat 20 31 . Dalam analisis data

10 1 kuantitatif, peneliti mencari pola, tema, atau makna yang muncul

dari data, sering kali menggunakan teknik seperti pengkodean, kategorisasi, dan interpreta

i. Tujuan utama dari analisis data kuantitatif adalah untuk memahami

konten yang terkandung dalam data tersebut, mengidentifikasi hubungan

antara berbagai konsep atau tema, dan menyajikan temuan secara naratif atau deskriptif

83 Untuk itu, peneliti akan menggunakan analisis data milik Miles dan Huberm n.

Menurut Miles dan Huberman dalam (Fadli, 2021), proses dalam menganalisis

data dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu: 10 2 36 60 1. Reduksi Data Reduksi

data dalam penelitian kualitatif merupakan proses penyederhanaan, pengurangan

perhatian, dan transformasi data dari catatan lapang 36 n. Proses ini

berlangsung selama proyek penelitian dan meliputi ringkasan, pengkodean,

identifikasi tema, pengelompokan, dan pembuatan memo Reduksi data merupakan

bagian penting dari analisis, memungkinkan peneliti untuk mengarahkan,

mengorganisasi, dan menyajikan data dengan cara yang memudahkan pengambilan kesimpulan

18 n. Meskipun data kualitatif tidak selalu diartikan sebagai angka,

reduksi data dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti seleksi ketat,

ringkasan, pengelompokan, dan transformasi data ke dalam format yang sesu

i. 2. Penyajian Data Penyajian data dalam analisis kualitatif adalah proses mengorganisir informasi dalam bentuk yang terstruktur untuk memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan 18 24 32 35 58 Penyajian data yang efektif merupakan aspek kunci dalam analisis yang valid, menggunakan berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan Tujuannya adalah menyajikan informasi secara terpadu dan mudah dipahami agar peneliti dapat melihat pola dan hubungan yang ada, serta membuat keputusan yang tepat dalam analisis data. 3. Menarik Kesimpulan Penarikan kesimpulan dalam penelitian merupakan bagian penting dari aktivitas keseluruhan. Kesimpulan tidak hanya dihasilkan sekali, tetapi 10 3 terus diverifikasi selama proses penelitian. Verifikasi ini bisa meliputi refleksi peneliti, tinjauan ulang catatan lapangan, diskusi dengan rekan sejawat, dan perbandingan temuan dengan data lain untuk memastikan kebenaran, kekokohan, dan relevansinya 35 Kesimpulan akhir tidak hanya dibuat selama pengumpulan data, tetapi juga perlu diverifikasi untuk memastikan validitasnya (Rijali, 201). 10 4 Pada penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data atau penyederhanaan data menggunakan konsep pengemasan pesan. Peneliti juga telah menyusun alat ukur yang menggabungkan penjelasan sejumlah ahli terkait pengemasan pesan, yakni jenis berita (Arief, 2022), nilai berita (Wendratama, 2017), pemenuhan 5W+1H (Aisyah, 2021), struktur berita (Filak, 2019), dan nada berita (Filak, 2019),. Pada tahap ini, peneliti akan mengorganisasikan data sehingga memudahkan penyajian dan penarikan kesimpulan. Pada penyajian data, peneliti akan menggunakan bagan dan narasi untuk menyajikan informasi secara terpadu dan mudah dipaha 85 i. Pada penarikan kesimpulan, peneliti akan berupaya menjawab pertanyaan pada rumusan masalah h. 3.7 Keterbatasan Masalah Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu periode waktu berita yang diteliti hanya dibatasi selama kurun waktu 1 Bulan, yaitu pada Februari 2025, dan kedua media online tersebut Detik.com dan Kompas.com hanya saja memiliki berita 50 (Detik.com) dan 76 (Kompas.com) dengan jumlah unit analisis yang berbeda antara 2 media ini sangat mempengaruhi hasil, hal ini menjadi keterbatasan peneliti untuk mengemas berita tersebut 2 7 12 88 t.

10 5 BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 3 .1.1

Portal Berita Online Detik.com Gambar 4.1 (Detik.com, 2025) Detik.com

pertama kali terdaftar pada 29 Mei 1998, namun baru mulai aktif

menyajikan konten berita secara online pada 9 Juli 199 1 3 6 12 13 17 21 22 29 38 .

Media digital ini didirikan oleh empat tokoh berpengalaman di dunia

jurnalistik, yaitu Budiono Darsono (mantan jurnalis Tempo dan Tabloid

Detik), Yayan Sopyan (mantan jurnalis Tabloid Detik), Abdul Rahman

(mantan jurnalis majalah SWA), serta Didi Nugrahadid Detikcom dibangun dengan

visi untuk menyediakan informasi aktual secara terus-menerus kepada

publik, sebagai respons terhadap kebutuhan akan pemberitaan yang lebih cepat dan dinamis

15 Berbeda dengan media cetak konvensional yang terikat pada siklus

harian, mingguan, atau bulanan, detikcom hadir dengan pendekatan baru

melalui konsep Breaking News, yang memungkinkan pembaruan berita dilakukan setiap sa 1

15 t. Menariknya, kantor redaksi pertama detikcom berlokasi di sebuah

ruang kecil yang berada di bawah balkon stadion Lebak Bulus, menjadi

saksi awal berdirinya salah satu media digital terbesar di Indones 1 3 8 11 15 17 19 22

49 a. Pada tanggal 3 Agustus 2011, detikcom secara resmi diakuisisi

oleh Transmedia, yang merupakan bagian dari CT 10 6 Corp, sebuah

grup perusahaan yang didirikan oleh Chairul Tanjung 1 8 11 Meskipun kepemilikan

berpindah tangan, Chairul Tanjung sebagai pemilik baru tetap berkomitmen

untuk mempertahankan detikcom sebagai media yang menjunjung tinggi

independensi dan netralitas dalam menyampaikan informasi kepada publi 8 11 . Dalam

operasionalnya, detikcom terus 10 7 mengedepankan nilai-nilai inovasi,

kreativitas, serta semangat kewirausahaan sebagai prinsip utama dalam

menjalankan bisnis media digita . Seiring berjalannya waktu, detikcom

mengalami pertumbuhan pes 8 11 19 t. Dari yang awalnya hanya memiliki

ratusan ribu pengunjung per hari, kini detikcom berhasil menjadi salah

satu media online terbesar di Indonesia dengan jumlah pengakses yang

mencapai jutaan setiap harinya . Selain itu, detikcom juga berhasil menarik

perhatian berbagai brand dan perusahaan, menjadikannya sebagai salah satu

platform dengan pendapatan iklan tertinggi di tanah air. Transformasi tidak berhenti di situ

1 8 17 19 62 Perusahaan induk yang sebelumnya bernama PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom), kini telah berganti nama menjadi PT Trans Digital Med a. Perubahan ini menandai langkah baru detikcom dalam memperluas cakupan bisnisnya. Detikcom tidak lagi berdiri sendiri sebagai satu- satunya media digital, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari jaringan media yang lebih besar yang dikenal sebagai Detik Network, yang menaungi berbagai unit dan layanan digital lainnya di bawah satu payung ekosistem med 13 a. Visi dan Misi Detik.com ini merupakan dimana media massa yang memberitakan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegrasi, juga memberitakan informasi terpercaya dengan cepat dan akurat, selalu berpijak pada independensi dan keberimbang 1 13 n. Menyampaikan dengan cara yang lugas, memikat dan informatif dengan varian konten yang lengkap, serta selalu berinovasi dan membangun produk dengan teknologi terdepan yang teruk r. Gambaran umum objek penelitian ini menggunakan 50 berita “Indonesia Gelap” pada periode februari 2025 . Kriteria berita yang diambil sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan pada unit analisis, hanya berita yang diunggah pada bulan februari. 10 8 2 3 4 5 6 7 9 10 12 14 23 28 30 .1.2 Portal Berita Online Kompas.com Gambar 4.2 (Kompas.com) Kompas.com merupakan salah satu pelopor media daring di Indonesia, yang pertama kali hadir di jagat internet pada 14 September 1995 dengan nama awal Kompas Onlin 2 3 4 5 6 7 9 10 14 16 48 . Pada masa awal kehadirannya, Kompas Online yang saat itu dapat diakses melalui alamat kompas.co.id hanya menampilkan salinan dari berita-berita harian Kompas versi cetak yang terbit pada hari yang sama 2 3 4 5 6 7 9 10 14 Inisiatif ini bertujuan untuk memberikan akses informasi kepada para pembaca harian Kompas yang tinggal di wilayah yang sulit dijangkau oleh sistem distribusi fisik, terutama di kawasan Indonesia Timur maupun di luar nege 4 6 7 i. Dengan adanya layanan ini, pembaca tidak lagi harus menunggu sehari-hari untuk menikmati isi harian Komp s. Memasuki awal tahun 1996, Kompas Online mengganti alamatnya menjadi www.kompas.com. Perubahan ini tidak hanya memudahkan akses, tetapi juga mendorong peningkatan popularitas Kompas

Online, khususnya di kalangan pembaca internasional yang menjadi bagian dari komunitas pembaca setia Kompas Online. Melihat peluang dan potensi perkembangan dunia digital yang kian menjanjikan, Kompas Online kemudian dikembangkan menjadi unit bisnis mandiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM) pada tanggal 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, masyarakat lebih mengenalnya dengan sebutan Kompas.com. Pada fase ini, KCM tidak hanya menyajikan versi digital harian Kompas, namun juga mulai menyuguhkan berita-berita terbaru yang diperbarui secara berkala sepanjang hari. Pertumbuhan pengguna internet yang pesat di Indonesia turut mendorong lonjakan jumlah pengunjung Kompas.com. Akses informasi digital mulai menjadi bagian dari kebutuhan harian masyarakat. Menanggapi dinamika dan perubahan dunia digital yang begitu cepat, KCM terus melakukan pembaruan dan penyesuaian. Akhirnya, pada 29 Mei 2008, KCM melakukan proses rebranding dengan mengusung kembali 11 nama besar Kompas dan resmi mengganti identitasnya menjadi Kompas.com. Langkah ini dilakukan untuk menegaskan posisinya sebagai portal berita yang mengedepankan jurnalisme berkualitas di tengah maraknya arus informasi yang tidak selalu terverifikasi kebenarannya. Seiring transformasi tersebut, Kompas.com juga memperluas cakupan pemberitaannya dengan menambah kanal-kanal berita baru serta meningkatkan intensitas produksi konten. Tujuannya adalah untuk menghadirkan informasi yang lebih aktual, relevan, dan dapat diandalkan oleh para pembaca. Rebranding ini sekaligus menjadi pernyataan bahwa Kompas.com hadir sebagai rujukan utama bagi publik yang mencari berita terpercaya dan jurnalisme yang bermakna di era digital yang penuh tantangan. Media Kompas.com ini memiliki visi dan misi yaitu menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas Indonesia yang lebih harmonis, toleran, aman, dan sejahtera. Dan mempertahankan posisinya sebagai market leader di Indonesia melalui optimalisasi sumber daya dan kerjasama strategis. Gambaran umum objek penelitian ini menggunakan 76 berita "Indonesia Gelap" pada periode Februari 2025. Kriteria berita yang diambil sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan pada unit analisis, hanya berita yang diunggah

pada bulan februari. 4.2 Hasil dan Analisis Penelitian 4.2.1 Jumlah Pemberitaan Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Daring Hasil penelitian pada periode ini menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai isu cukup banyak ditemukan di kedua portal media, yaitu Kompas.com dan Detik.com. Setelah dilakukan pengamatan, jumlah berita yang membahas berita tentang “Indonesia Gelap” teridentifikasi cukup signifikan, 11 1 dengan total 126 berita dari kedua media tersebut. Beritaini menunjukkan bahwa isu “Indonesia Gelap” mendapatkan perhatian yang sangat besar dari kedua media tersebut. 11 2 Berdasarkan pemantauan terhadap dua portal berita online utama di Indonesia, yakni Detik.com dan Kompas.com, pemberitaan mengenai “Indonesia Gelap” mengalami peningkatan signifikan dalam periode Februari 2025. Tabel 4.1 Jumlah Berita Indonesia Gelap Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025 Bulan Detik.com Kompas.com Total % Februari 2025 5 76 126 10% Sumber : Hasil Olahan Peneliti Berikut merupakan tabel yang menyajikan hasil kuantitas jumlah berita “Indonesia Gelap” pada portal media online yaitu Detik.com dan Kompas.com pada periode Februari 2025. Berdasarkan penyajian hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa penyajian berita dari kedua portal berita online yaitu Detik.com dan Kompas.com menunjukkan 100% karena pada penelitian ini hanya menggunakan periode 1 bulan dalam mengambil berita “Indonesia Gelap” yaitu pada bulan Februari . 4.2.2 Jenis Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional Detik.com dan Kompas.com Dalam penggunaan konsep yang dimiliki berita tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi jenis berita dalam pemberitaan “Indonesia Gelap” di portal berita online Detik.com dan Kompas.com. Penelitian ini mengkategorisasikan jenis berita menjadi 2, yaitu Hard News dan Soft News. Hard News merupakan jenis berita yang dianggap memiliki nilai informasi yang sangat penting dan mendesak untuk segera diketahui 11 3 masyarakat. Soft News adalah lebih mengutamakan informasi yang bersifat ringan dan menghibur pembaca. 11 4 Tabel 4.2 Jenis Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Detik.com dan

Kompas.com Periode Februari 2025 No Jenis Berita Detik.com Kompas.com

Total % 1. Hard News 41 58 99 78,57% 2. Soft News 9 18 27

21,43% 126 100,00% Sumber : Hasil Olahan Peneliti Tabel Olahan diatas

menunjukkan bahwa berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa diantara kedua portal berita online Detik.com dan Kompas.com sama-sama didominasi oleh pemberitaan berjenis hardnews, sehingga hardnews angka sebesar 78,57% dari seluruh berita yang didapatkan. Tetapi terdapat Detik.com memiliki lebih banyak jumlah pemberitaan berjenis soft news dibandingkan Kompas.com. Hal

ini menunjukkan bahwa kedua portal berita online kedua tersebut lebih berfokus pada sebuah penyampaian informasi yang sangat penting dan memiliki nilai fakta. 4.2.2.1 Jenis Berita Hard News Detik.com dan

Kompas.com Dalam jenis berita hard news “Indonesia Gelap” pada kedua

portal berita yaitu Detik.com dan Kompas.com dengan total jenis

berita 99 hard news . Media Detik.com dengan 41 berita dan Kompas

dengan 58 Jenis berita hard news . Berikut merupakan contoh berita

dari Detik.com dan Kompas.com dengan jenis berita hard news : 11 5

Gambar 4.3 Detik.com (Detik.com, 2025) 11 6 Berita berjudul “Aksi 'Indonesia

Gelap' di Jatim Ricuh Usai Mahasiswa Bakar Keranda” merupakan jenis berita

hard news karena bersifat aktual, penting, mendesak, dan disampaikan

secara lugas untuk memberi informasi faktual mengenai kejadian

sosial-politik yang sedang berlangsung. Dimana pada pemberitaan tersebut

ratusan hingga ribuan mahasiswa dari berbagai kampus akan melakukan long

march menuju DPRD Jatim, yang akan membakar keranda dan banner akibat

tidak adanya penggubrisan untuk bertemu DPRD. Pemberitaan ini disampaikan

secara langsung sebagai objektif sehingga bisa dikatakan sebagai berita

yang berjenis hard news. Gambar 4.4 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “Massa

Aksi “Indonesia Gelap” mulai Padati Bundaran Patung Kuda” merupakan jenis

berita hard news karena bersifat mendesak dan faktual. Dimana berita

ini memprotes dalam kebijakan efisiensi anggaran pendidikan program

pemerintahan yang dianggap dapat merugikan rakyat. Mahasiswa berdatangan

dengan membawa spanduk dan poster bertuliskan “Will Prabowo Come To Save us?”.

Pemberitaan ini 11 7 juga disampaikan secara langsung sebagai objektif tanpa adanya opini sehingga dikatakan sebagai berita yang berjenis hard news. Jenis Berita Soft news Detik.com dan Kompas.com 11 8 Dalam jenis berita Soft news “Indonesia Gelap” pada kedua portal berita yaitu Detik.com dan Kompas.com dengan total jenis berita 27 Soft news . Media Detik.com dengan 18 berita dan Kompas dengan 9 Jenis berita Soft news 27 Berikut merupakan contoh berita dari Detik.com dan Kompas.com dengan jenis berita Soft news : Gambar 4.5 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul 1 “Massa Aksi 'Indonesia Gelap' Bacakan 13 Tuntutan, Ini Isi 27 ya” termasuk kedalam jenis soft news . Karena berita ini hanya memfokuskan sebuah ide dan konteks, bukan sebuah liputan langsung pada kejadian yang sedang berlangsung. Artikel ini hanya memuat aspirasi mahasiswa yang fokus pada isi dialog politik bukan situasi lapangan. Meski berkaitan dengan demonstrasi, namun pemberitaan ini termasuk kedalam soft news karena hanya memberikan sebuah pemahaman mendalam soal konten aksi. 11 9 Gambar 4.6 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “Ini 13 Tuntutan Massa Aksi Indonesia Gelap untuk Pemerintah” termasuk kedalam jenis berita soft news. Didalam berita tersebut hanya bersifat informasi pendukung dari aksi demonstrasi bukan sebuah berita utama dari terjadinya dilapangan. Berita tersebut juga hanya berfokus pada penjabaran aspirasi atau sebuah gagasan yaitu “Ciptakan pendidikan gratis, ilmiah, dan demokratis serta batalkan pemangkasan anggaran pendidikan”-unjuk rasa yang dibacakan oleh Bagas Wisnu (Jendral Lapangan Aksi Indonesia Gelap). 4.2.3 Nilai Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional Detik.com dan Kompas.com Berita adalah laporan mengenai suatu peristiwa yang harus memenuhi unsur dan nilai-nilai berita agar layak disampaikan kepada khalayak. Nilai-nilai tersebut mencakup kriteria seperti Prominence (Ketokohan), Timeliness (keburuan), Proximity (kedekatan), Consequence (dampak), Magnitude (cakupan atau skala), Conflict (konflik), Oddity (keunikan), dan Human Interest (manusiawi). Berdasarkan kriteria ini, peneliti akan menganalisis pemberitaan terkait pengemasan berita “Indonesia Gelap” yang berlangsung pada

REPORT #27531201

a periode Februari 2025. 12 1 4.3 Nilai Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025 No Nilai Berita Detik.co m Kompas.c om Tot al % 1 Prominance 1 2 3 2,38% 2 Timelines 5 8 13 10,32 % 3 Proximity 8 1 18 14,29 % 4 Significance 6 9 15 11,90 % 5 Magnitude 3 11 14 11,11 % 6 Conflict 14 23 37 29,37 % 7 Oddity 1 2 3 2,38% 8 Impact 7 5 12 9,52% 9 Human Interest 5 6 11 8,73% Jumla h 5 76 126 100,00 % Berdasarkan data pada tabel distribusi nilai berita antara Detik.com dan Kompas.com, terlihat bahwa total berita yang dianalisis berjumlah 126 berita. Dari jumlah tersebut, kategori Conflict (konflik) menjadi yang paling dominan dengan 37 berita atau sekitar 29,37%, yang menunjukkan bahwa kedua media banyak menyoroti pertentangan, protes, atau ketegangan dalam isu “Indonesia Gelap”. Selanjutnya, kategori Proximity (kedekatan) menempati posisi kedua dengan 18 berita (14,29%), mengindikasikan bahwa peristiwa yang terjadi dekat dengan pembaca baik secara geografis maupun emosional mendapat perhatian tinggi. Disusul oleh kategori Significance (kepentingan) sebanyak 15 berita (11,90%) dan Magnitude (skala besar) sebanyak 14 berita (11,11%), menunjukkan bahwa isu-isu yang berdampak luas dan penting bagi masyarakat juga menjadi sorotan. Kategori Timeliness (ketepatan waktu) mencakup 13 berita (10,32%), memperlihatkan bahwa 12 2 kecepatan dalam menyampaikan informasi tetap menjadi prioritas media. Sementara itu, kategori Impact (pengaruh) muncul dalam 12 berita (9,52%), dan Human Interest (kemanusiaan) dalam 11 berita (8,73%), yang menekankan sisi emosional dan pengaruh sosial terhadap pembaca. Kategori yang paling sedikit muncul adalah Prominence (ketokohan) dan Oddity (keunikan), masing-masing hanya sebanyak 3 berita (2,38%), menandakan bahwa berita dengan tokoh terkenal atau kejadian luar biasa tidak terlalu mendominasi dalam konteks isu ini. Secara 12 3 keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa media lebih menekankan aspek konflik, kedekatan isu dengan masyarakat, dan urgensi dampaknya dalam mengemas berita “Indonesia a Gelap”. 4.2.3.1 Jenis Berita Prominance Detik.com dan Kompas.com

REPORT #27531201

Gambar 4.7 Detik.com (Detik.com,2025) Berita berjudul "Massa 'Indonesia Gelap' Bentangkan Bendera Merah Putih Raksasa" yang dimuat oleh Detik.com termasuk dalam kategori prominence karena memuat unsur-unsur yang menonjol dan memiliki daya tarik tinggi bagi khalayak. Dalam isi pemberitaan disebutkan bahwa aksi demonstrasi dilakukan oleh kelompok mahasiswa yang tergabung dalam aliansi BEM Seluruh Indonesia (BEM SI), sebuah organisasi kemahasiswaan yang sudah dikenal luas di tingkat nasional karena sering terlibat dalam aksi-aksi penting yang mengkritisi kebijakan pemerintah. Dalam aksi tersebut, para demonstran membentangkan bendera Merah Putih berukuran raksasa di kawasan Patung Kuda, Jakarta Pusat, sebuah lokasi yang sangat strategis karena berada dekat dengan Istana Negara dan kerap menjadi tempat penyampaian aspirasi rakyat. Pembentangan bendera Merah Putih, yang merupakan simbol kedaulatan dan identitas bangsa, menjadikan aksi ini tidak hanya bernuansa politis, tetapi juga sarat makna nasionalisme yang kuat. Selain itu, tuntutan mereka yang mengarah langsung kepada Presiden RI, yakni pencabutan UU Minerba yang dinilai merusak alam, menunjukkan bahwa aksi ini ditujukan kepada tokoh paling berpengaruh di negara ini. Gambar 4.8 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul "Soal Tagar Indonesia Gelap, Lapangan Kerja Kurang, Luhut: Di Amerika Juga Bermasalah" tergolong dalam kategori prominence karena menampilkan pernyataan dari tokoh penting, Luhut Binsar Pandjaitan, yang menjabat sebagai Ketua Dewan Ekonomi Nasional. Dalam forum The Economic Insights 2025, Luhut menanggapi kritik dari tagar #IndonesiaGelap dan aksi mahasiswa soal minimnya lapangan kerja, serta membandingkan kondisi Indonesia dengan Amerika Serikat yang juga menghadapi masalah pengangguran. Ia juga menekankan upaya pemerintah menciptakan lapangan kerja, seperti melalui program GovTech di Peruri. Tokoh berpengaruh, isu nasional, dan konteks internasional menjadikan berita ini memiliki nilai prominence yang tinggi.

12.6.4.2.3.2 Jenis Berita Oddity

Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.9 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita detik.com berjudul "Aksi Demo Mahasiswa Indonesia Gelap Trending, Apa Itu? Ini Tuntutan Mereka"

termasuk dalam kategori oddity karena menggambarkan fenomena yang tidak biasa dan memancing rasa penasaran publik. Protes ini secara tak lazim menggunakan tagar #IndonesiaGelap, yang membangkitkan kesan krisis dramatis dan berhasil menjadi trending di Google sejak 17 Februari. Aksi ini pun digelar secara serempak di puluhan kota dari Aceh hingga Makassar, termasuk Bandung, di mana demonstran bahkan membakar ban sebagai simbol protes terhadap kebijakan efisiensi anggaran suatu gaya unjuk rasa simbolik yang jarang dilihat. Serta tuntutan yang disuarakan sangat komprehensif, yaitu 13 poin yang mencakup beragam isu seperti pencabutan UU Minerba, pemangkasan anggaran pendidikan, dan reforma agraria. Kombinasi antara penggunaan simbol kuat, penyebaran luas, gaya kreatif dan tuntutan multi-dimensional ini menjadikan aksi “Indonesia Gelap” sebagai fenomena aneh namun menarik, sehingga layak digolongkan sebagai oddity dalam pemberitaan.

12 7 Gambar 4.10 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “Mahasiswa Bawa Poster Mayor Teddy dalam Aksi Indonesia Gelap di Patung Kuda” termasuk kategori oddity karena menampilkan hal yang tidak biasa, yaitu aksi mahasiswa yang membawa poster bergambar Mayor Teddy, seorang perwira aktif yang menjabat sebagai Sekretaris Kabinet, dengan tuduhan melanggar UU TNI. Aksi ini menjadi unik karena melibatkan sosok militer dalam demonstrasi sipil, ditambah dengan aksi simbolik seperti pembakaran ban dan poster, sehingga menarik perhatian publik karena sifatnya yang tidak lazim dan mengejutkan.

4.2.3.3 Jenis Berita Human Interest Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.11 Detik.com (Detik.com, 2025) 12 8 Berita berjudul “Mahasiswa Demo ‘Indonesia Gelap’, Pakar Fisipol UGM Bilang Begini” termasuk kategori human interest karena menyoroti sisi empati dan kepedulian sosial mahasiswa. Dalam isi beritanya, Pakar Fisipol UGM Dr. Subarsono mengapresiasi tuntutan mahasiswa yang memperjuangkan tunjangan dosen, menunjukkan kepedulian terhadap nasib pendidik. Ia juga menyebut aksi ini sebagai bentuk semangat demokrasi yang patut dihargai. Sorotan terhadap nilai kemanusiaan, perhatian pada nasib orang lain, dan keterlibatan emosi menjadikan sehingga berita ini layak masuk dalam kategori human interest

. Gambar 4.12 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “Aksi Mahasiswa Indonesia Gelap: Kami Butuh Pendidikan, Bukan Perut Kenya g!” termasuk kategori human interest karena menyoroti keluhan emosional mahasiswa terhadap kebijakan pemerintah. Seruan mereka mencerminkan kepedulian terhadap masa depan pendidikan, bukan hanya kebutuhan sesaat. Ungkapan tersebut menyentuh aspek kemanusiaan dan empati, sehingga layak dikategorikan sebagai berita human interest . 12 9 4.2.3.4 Jenis Berita impactt Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.13 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul “Respons Pemerintah Usai Mahasiswa Demo ‘Indonesia Gelap’” termasuk dalam kategori impact karena menunjukkan dampak nyata dari aksi mahasiswa terhadap pemerintah. Mensesneg Prasetyo Hadi merespons langsung tuntutan mahasiswa, menegaskan bahwa kebijakan efisiensi tidak mengganggu anggaran pendidikan, serta menyatakan masukan mahasiswa akan dijadikan bahan evaluasi. Respons ini mencerminkan pengaruh aksi terhadap arah kebijakan dan perhatian publik, sehingga berita ini memiliki nilai impact yang kuat. Gambar 4.14 Kompas.com (Kompas.com) 13 Berita berjudul berjudul “Berjam-jam Demo Indonesia Gelap di Jakarta Diwarnai Keributan dan 13 Tuntutan” termasuk dalam kategori impact karena menggambarkan dampak nyata dari aksi mahasiswa terhadap situasi sosial dan keamanan. Aksi yang berlangsung berjam-jam di kawasan Patung Kuda menimbulkan keributan, seperti pelemparan botol, pembakaran ban, perusakan fasilitas umum, hingga menyebabkan beberapa demonstran terluka dan diamankan. Kerusakan taman kota dan gangguan ketertiban menunjukkan bahwa aksi ini tidak hanya berdampak simbolis, tetapi juga memengaruhi kondisi masyarakat secara langsung, menjadikannya memiliki nilai impact yang kuat dalam pemberitaan. 4.2.3.5 Jenis Berita Magnitude Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.15 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul “BEM SI Gelar Puncak Demo 'Indonesia Gelap' 20 Februari di Jakarta” termasuk dalam kategori magnitude karena menunjukkan besarnya skala aksi dan potensi dampaknya terhadap publik serta pemerintahan. 13 1 Dalam berita tersebut disebutkan bahwa BEM Seluruh Indonesia (BEM SI) akan menggelar aksi puncak nasional yang melibatkan mahasiswa dari berbagai daerah,

seperti Sumatera Utara, Jawa Tengah, hingga Bali, menandakan jangkauan gerakan yang luas secara geografis dan masif secara jumlah peserta. Aksi ini juga membawa 13 tuntutan penting yang mencakup berbagai isu strategis, seperti pendidikan, UU Minerba, dan efisiensi anggaran. Selain itu, aparat keamanan bahkan telah menyiapkan ratusan personel gabungan untuk mengamankan aksi, mencerminkan antisipasi terhadap potensi gangguan besar terhadap ketertiban umum. Besarnya jumlah peserta, luasnya cakupan isu yang diangkat, dan persiapan pengamanan berskala tinggi menunjukkan bahwa berita ini mengandung nilai magnitude, karena peristiwa yang diberitakan memiliki dampak luas dan melibatkan banyak pihak di tingkat nasional. Gambar 4.16 Kompas.com (Kompas.com) Berita berjudul "Ada Demo Indonesia Gelap Lagi, Polisi Mulai Tutup Jalan di Medan Merdeka Barat" termasuk dalam kategori magnitude karena menunjukkan besarnya skala aksi dan dampaknya terhadap aktivitas publik. Dalam berita disebutkan bahwa polisi menutup jalan di sekitar Medan Merdeka Barat dan mengerahkan ribuan personel gabungan untuk pengamanan, termasuk barrier beton dan kawat berduri. Penutupan jalan dan rekayasa lalu lintas juga memengaruhi transportasi umum seperti Transjakarta. Hal ini mencerminkan bahwa aksi tersebut memiliki dampak luas dan signifikan terhadap masyarakat, sehingga layak dikategorikan sebagai berita dengan nilai magnitude.

4.2.3.6 Jenis Berita Timelines Detik.com dan Kompas.com

Gambar 4.17 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul "Massa Aksi Indonesia Gelap Bubar, Lalin Patung Kuda Arah Istana Dibuka Lagi" yang mencerminkan dengan jelas konsep timeliness sebagai salah satu nilai berita. Dalam jurnalisme, timeliness merujuk pada ketepatan waktu dalam penyampaian informasi, di mana berita yang disajikan segera setelah suatu peristiwa terjadi dianggap memiliki nilai yang tinggi. Dalam kasus ini, pembubaran massa aksi terjadi pada pukul 20.25 WIB, sementara laporan terkait kondisi lalu lintas yang kembali dibuka di kawasan Patung Kuda arah Istana ditayangkan pada pukul 21.32 WIB di hari yang sama. Dimana nilai waktu (timeliness) meningkatkan daya tarik dan urgensi suatu

berita di mata audiens. Gambar 4.18 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “2 Titik Aksi Indonesia Gelap Hari Ini: Patung Kuda dan Istana” menunjukkan penerapan nilai timeliness karena dipublikasikan pada pagi hari (20 Februari 2025, pukul 10.12 WIB), beberapa jam sebelum aksi dimulai pukul 14.00 WIB. Penyampaian informasi secara cepat dan sebelum peristiwa berlangsung memberi nilai penting bagi pembaca untuk bersiap, terutama warga yang terdampak di sekitar lokasi aksi. Dengan begitu, berita ini memenuhi unsur timeliness karena menyajikan informasi aktual, relevan, dan berguna tepat waktu.

4.2.3.7 Jenis Berita Proximity Detik.com dan Kompas.com Berita berjudul “Massa 'Indonesia Gelap' Mulai Bubarkan Diri, Sekelompok Orang Masih Bertahan” dapat dikaitkan dengan konsep proximity (kedekatan) karena peristiwa ini terjadi di kawasan strategis Ibu Kota, yaitu sekitar Patung Kuda dan Istana Negara lokasi yang familiar dan dekat secara geografis dengan banyak pembaca, khususnya warga Jakarta dan sekitarnya. Selain kedekatan lokasi, proximity juga tercermin dari keterlibatan langsung masyarakat terutama mahasiswa dan warga sipil yang masih bertahan di lokasi untuk menyuarkan tuntutan. Berita berjudul “Kritik UU Minerba, Massa Aksi Indonesia Gelap: Alam Kami Rusak, Tolong Cabut Pak Presiden” (20 Februari 2025), nilai berita yang paling tepat dikaitkan adalah proximity (kedekatan). Dalam berita tersebut, massa aksi terutama mahasiswa dari daerah terdampak pertambangan menyuarkan langsung keluhan mereka terhadap dampak buruk revisi UU Minerba. Mereka menyampaikan bahwa kerusakan lingkungan sudah mereka rasakan secara nyata, dengan membawa narasi “Alam Kami Rusak” ke pusat pemerintahan.

4.2.3.8 Jenis Berita Significance Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.21 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul “Massa Aksi 'Indonesia Gelap' Bacakan 13 Tuntutan, Ini Isinya” mencerminkan nilai significance karena memuat isu-isu penting yang berdampak luas, seperti pendidikan gratis, reforma agraria, dan antikorupsi. Tuntutan ini menyentuh kepentingan publik secara langsung, sehingga layak diberitakan karena memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat dan kebijakan pemerintah.

Gambar 4.22 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “Rangkuman Mahasiswa

Demo Indonesia Gelap, Ini Maksud dan Tuntutan ya” (18 Februari 2025, pukul 09.15 WIB) mencerminkan nilai significance karena secara komprehensif menyajikan latar belakang dan 13 tuntutan mahasiswa terkait isu-isu strategis seperti pemangkasan anggaran pendidikan, reforma agraria, dan revisi UU Minerba yang secara langsung berpengaruh terhadap kesejahteraan dan kehidupan masyarakat. Dengan mengulas konteks tagar #IndonesiaGelap yang telah digunakan lebih dari 743.000 unggahan, serta dampak berbagai kebijakan pemerintah yang dinilai kontroversial, artikel ini menunjukkan bahwa demonstrasi tersebut bukan sekadar kekinian, tetapi mengandung substansi penting yang 13 9 berdampak luas. Liputan seperti ini memperkuat urgensi berita dengan menggambarkan hubungan nyata antara aspirasi mahasiswa dan kepentingan publik, sehingga memenuhi kriteria significance dalam nilai berita. 14 4.2.3.9 Jenis Berita Conflict

Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.23 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul “Demo 'Indonesia Gelap', Mahasiswa Tolak Revisi UU TNI, Polri & Kejaksaan” sangat relevan dengan konsep conflict dalam nilai berita. Konflik muncul dari penolakan tegas mahasiswa terhadap rencana revisi UU TNI, Polri, dan Kejaksaan, yang dianggap mengancam prinsip demokrasi, memperluas kekuasaan aparat, serta meruntuhkan prinsip kesetaraan di hadapan hukum. Aksi ini mencerminkan pertentangan antara kelompok masyarakat sipil (mahasiswa) dan pemerintah/lembaga negara inti dari nilai conflict yang menarik perhatian publik karena melibatkan oposisi langsung dan perjuangan hak-hak sipil. Gambar 4.24 Kompas.com (Kompas.com, 2025) Berita berjudul “Massa Aksi Indonesia Gelap Bakal Demo Lagi Jika Tuntutan Tak Dipenuhi” mencerminkan nilai 14 1 conflict secara jelas. Konflik muncul ketika massa aksi menegaskan bahwa mereka akan kembali turun ke jalan jika 13 tuntutan termasuk soal anggaran pendidikan dan reforma 14 2 agraria tidak direalisasikan oleh pemerintah. Pernyataan ini menunjukkan pertentangan serius antara masyarakat sipil (mahasiswa) dengan otoritas negara, menggambarkan konflik yang berkelanjutan dan berpotensi menimbulkan eskalasi protes. Dengan demikian, liputan ini secara gamblang menyoroti konflik struktural yang

penting dan menarik bagi publik. 4.2.4 Unsur Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional Detik.com dan Kompas.com Unsur berita merupakan elemen fundamental yang harus ada dalam setiap berita agar informasi yang disampaikan lengkap, akurat, dan dapat dipahami oleh pembaca. Unsur berita berfungsi sebagai pedoman bagi jurnalis dalam menyusun berita yang memenuhi standar jurnalistik dan menarik minat pembaca. Dalam jurnalistik modern, khususnya di media online, unsur berita menjadi semakin penting mengingat banyaknya informasi yang beredar dengan cepat dan luas (Timu, 2019). Dalam penelitian ini, unsur berita berupa 5W+1H digunakan sebagai tolak ukur kelengkapan penulisan berita dalam berita Indonesia Gelap pada portal berita Online Detik.com dan Kompas.com periode Februari 2025. Tabel 4.4 Unsur Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025.

No	Unsur Berita	Detik.com	Kompas.com	Total	%	
1	What	40	76	126	19,30%	
2	When	40	76	126	19,30%	
3	Who	40	76	126	19,30%	
4	Why	40	76	126	19,30%	
5	Where	40	76	126	19,30%	
6	How	15	21	36	3,49%	
Jumlah					601	100,00%

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

4 Berdasarkan tabel distribusi unsur 5W+1H dalam pemberitaan Detik.com dan Kompas.com mengenai isu “Indonesia Gelap”, terlihat bahwa unsur What, When, Who, Why, dan Where masing-masing muncul sebanyak 126 kali atau sebesar 19,30% dari total keseluruhan 601 kemunculan unsur. Ini menunjukkan bahwa kedua media sangat konsisten dalam menyampaikan lima unsur utama yang menjadi fondasi dalam penulisan berita. Sementara itu, unsur How hanya muncul sebanyak 21 kali atau sekitar 3,49%, yang menunjukkan bahwa kedua media lebih fokus pada pelaporan fakta dasar dibandingkan penjabaran mendalam mengenai cara atau proses terjadinya peristiwa. Dalam konteks latar belakang mengenai berita ‘Indonesia Gelap’, hasil analisis terhadap portal berita media online yaitu Detik.com dan Kompas.com menunjukkan bahwa penggunaan unsur-unsur 5W+1H (apa, kapan, siapa, mengapa, di mana, dan bagaimana) terdistribusi secara seimbang, terkecuali “Bagaimana”. Berdasarkan data yang diolah, setiap unsu

r tercatat muncul sebanyak 126 (5W) dan 21 (1H), yang masing-masing mewakili 19,30% dan 3,49% dari total 601 unsur yang dianalisis. 4.2.4.1 Unsur Berita 5W+1H Detik.com dan Kompas.com 14 5 Gambar 4.25 Detik.com (Detik.com, 2025) 14 6 Berita berjudul “BEM SI Aksi ‘Indonesia Gelap’, Lalin Patung Kuda Arah Istana Mulai Ditu up” mengandung unsur 5W+1H karena di dalamnya termuat informasi lengkap mengenai siapa yang melakukan aksi BEM SI, apa yang terjadi dalam penutupan lalu lintas di sekitar Patung Kuda, lokasi peristiwa berlangsung di kawasan Jalan Medan Merdeka Barat, Jakarta Pusat, tepatnya menuju arah Istana Negara, kejadian tersebut terjadi pada hari Senin, 17 Februari 2025, sekitar pukul 13.23 WIB, aksi tersebut dilakukan sebagai bentuk protes terhadap kebijakan pemerintah melalui gerakan bertajuk “Indonesia Gelap”, dan aksi pelaksanaan tersebut berdampak terhadap situasi lalu lintas melalui pengalihan arus kendaraan, penyekatan jalan, dan pengamanan oleh lebih dari 1.600 personel kepolisian yang telah disiagakan untuk mengatur lalu lintas dan menjaga ketertiban massa aksi, sehingga keseluruhan isi pemberitaan memberikan gambaran utuh dan faktual mengenai peristiwa tersebut secara langsung dan aktual. Gambar 4.26 Kompas.com (Kompas.com, 2025) 14 7 Berita yang berjudul “Kritik UU Minerba, Massa Aksi Indonesia Gelap: Alam Kami Rusak, Tolong Cabut Pak Presiden” mengandung unsur 5W+1H (apa, siapa, kapan, di mana, mengapa, dan bagaimana) karena dalam isi pemberitaan 14 8 tersebut dijelaskan secara lengkap bahwa aksi demonstrasi dilakukan oleh sekelompok mahasiswa yang tergabung dalam Aliansi Badan Eksekutif Mahasiswa Seluruh Indonesia (BEM SI) (siapa), yang menyuarakan penolakan terhadap Undang- Undang Mineral dan Batubara atau UU Minerba (apa) pada hari Senin tanggal 17 Februari 2025 (kapan), bertempat di kawasan Patung Kuda, Jakarta Pusat yang merupakan lokasi simbolik dan strategis untuk menyampaikan aspirasi publik kepada pemerintah (di mana), karena mereka menilai bahwa kebijakan dalam UU Minerba telah merusak lingkungan hidup serta mengancam keberlanjutan alam dan kehidupan masyarakat sekitar (mengapa), dan aksi tersebut dilakukan

dengan cara berunjuk rasa secara damai sambil membawa poster, menyuarakan orasi, serta menyerukan permintaan kepada Presiden Republik Indonesia untuk segera mencabut undang-undang yang dinilai tidak berpihak kepada rakyat dan lingkungan tersebut (bagaimana). 4.2.5 Narasumber Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional Detik.com dan Kompas.com

Narasumber yang digunakan dalam menganalisis pemberitaan “Indonesia Gelap” ini memiliki 8 narasumber yaitu jurnalis, kerabat/keluarga, masyarakat, mahasiswa, pengamat ahli, politikus, selebriti, dan TNI/Polri. Tetapi setelah hasil perhitungan coding narasumber yang mengarah selebriti tidak ada, maka dari itu peneliti akan menganalisis 7 narasumber yang akan dilakukan. Kategori ini menjadi sebuah indikator yang sangat penting dalam penelitian karena menunjukkan menunjukkan tingkat kredibilitas dalam pemberitaan tersebut.

14 9 Tabel 4.5 Narasumber Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025.

No	Narasumber	Detik.com	Kompas.com	Total	%
1	Jurnalis	16	21	37	29,37 %
2	Kerabat/ Keluarga	1	2	3	2,38%

15 Berdasarkan tabel distribusi narasumber dalam pemberitaan isu “Indonesia Gelap” di Detik.com dan Kompas.com, terlihat bahwa narasumber yang paling dominan adalah jurnalis, dengan total 37 kutipan atau 29,37% dari seluruh narasumber yang digunakan. Ini menunjukkan bahwa kedua media sering mengandalkan kutipan atau penjelasan dari reporter sendiri sebagai sumber informasi utama dalam pelaporan. Narasumber dari kalangan mahasiswa menempati urutan kedua terbanyak, yaitu 35 kutipan (27,78%), mencerminkan bahwa mahasiswa sebagai pelaku aksi dianggap penting dan kredibel untuk menjelaskan langsung maksud serta tujuan demonstrasi. Diikuti oleh politikus sebanyak 25 kutipan (19,84%), yang menunjukkan bahwa peran pejabat publik dalam merespons isu ini cukup besar dalam pemberitaan. Sementara itu, pengamat ahli juga muncul cukup signifikan dengan 14 kutipan (11,11%), menunjukkan adanya upaya dari media khususnya Kompas.com untuk menghadirkan perspektif akademik atau analitis guna memperdalam pemahaman pembaca terhadap isu. Narasumber dari masyarakat umum hadir

dalam 8 kutipan (6,35%), menggambarkan partisipasi opini publik yang mulai dilibatkan meskipun belum dominan. Narasumber dari kalangan TNI/Polri, hanya muncul sebanyak 4 kali (3,17%), dan kerabat/keluarga sebanyak 3 kali (2,38%), sedangkan selebriti sama sekali tidak ditemukan sebagai narasumber (0,00%), 3 Masyarakat 17,86,35% 4 Mahasiswa 21,43,52,78 % 5 Pengamat Ahli 13,14 11,11 % 6 Politikus 10,15,25 19,84 % 7 Selebriti - - 0,00% 8 TNI/Polri - 4 3,17%

15.1 menandakan bahwa media lebih fokus pada sumber-sumber yang langsung terlibat atau relevan secara kontekstual dengan isu. Secara keseluruhan, data ini memperlihatkan bahwa pemberitaan tentang “Indonesia Gelap” lebih banyak mengandalkan sumber internal (jurnalis) dan pelaku langsung (mahasiswa), sementara sumber tambahan seperti pengamat, masyarakat, dan aparat menjadi pelengkap dalam memperkaya narasi berita.

15.2.4.2.5.1 Narasumber Jurnalis Pada Berita Detik.com dan Kompas.com

Gambar 4.27 Detik.com (Detik.com, 2025) Berita berjudul “BEM SI Gelar Puncak Demo ‘Indonesia Gelap’ Hari Ini, 588 Personel Dikerahkan” mencerminkan konsep jurnalis melalui penyajian informasi yang faktual, aktual, dan berasal dari sumber resmi. Jurnalis dalam berita ini memilih sudut pandang yang menekankan pentingnya aksi puncak BEM SI sekaligus menggambarkan skala pengamanan yang besar, yaitu dengan dikerahkannya 588 personel. Informasi tersebut diperoleh dari pernyataan langsung Kapolres Metro Jakarta Pusat, yang menunjukkan bahwa jurnalis berperan dalam menyampaikan data yang akurat dan kredibel. Selain itu, berita ini disusun secara ringkas dan jelas, memuat unsur 5W+1H dalam judulnya, serta menampilkan keseimbangan antara aksi mahasiswa dan respons aparat, mencerminkan fungsi utama jurnalis sebagai penyampai informasi yang berimbang dan dapat dipercaya oleh publik.

15.3 Gambar 4.28 Kompas.com (Kompas.com) Berita berjudul “Ada Demo Indonesia Gelap, Lalu Lintas di Sekitar Patung Kuda Merdeka” mencerminkan konsep jurnalis karena memuat laporan langsung dari lokasi, menyajikan informasi faktual tentang penutupan Jalan Medan Merdeka Barat sejak pukul 13.00 WIB akibat aksi demonstrasi, serta menggambarkan kondisi lalu lintas yang

padat di sekitar Patung Kuda, disertai kehadiran aparat kepolisian yang berjaga dan mengatur arus kendaraan. 27 .2.5.2 Narasumber Kerabat/Keluarga Pada Berita Detik.com dan Kompas.com 15 4 Gambar 4.29 Detik.com (Detik.com) 15 5 Berita berju 1 ul “Emak-emak Orasi di Demo 'Indonesia Gelap': Mahasiswa, Aku Ibu Kandun u!” dapat dikaitkan dengan konsep kerabat /keluarga dalam peran narasumber, karena menghadirkan sosok ibu yang menyuarakan dukungan secara emosional terhadap perjuangan mahasiswa. Dalam orasinya, perempuan yang dikenal sebagai "emak-emak" itu menyebut dirinya sebagai ibu kandung para mahasiswa, bukan secara biologis, tetapi sebagai representasi kedekatan emosional dan solidaritas orang tua terhadap anak-anak bangsa. Ungkapan ini mengandung muatan simbolik yang kuat, memperlihatkan bahwa perjuangan mahasiswa dalam aksi "Indonesia Gelap" tidak hanya menjadi perhatian kelompok intelektual muda, tetapi juga dirasakan oleh masyarakat umum yang berperan seperti keluarga mereka sendiri. Gambar 2.30 Kompas.com Berita berju ul “[BERITA FOTO] Aksi Indonesia Gelap: Awalnya Tenang, Berujung Teg ng” dapat dikaitkan dengan konsep kerabat karena dalam isi pemberitaan terdapat momen emosional ketika seorang perempuan berorasi sambil menyebut dirinya seba ai “ibu kandung mahasi wa” . 15 6 Meskipun bukan kerabat biologis, ungkapan tersebut menunjukkan adanya ikatan emosional yang kuat dan solidaritas dari masyarakat khususnya sosok keibuan yang merasa memiliki tanggung jawab moral terhadap perjuangan mahasiswa. Hal ini 15 7 mencerminkan dukungan yang bersifat kekeluargaan, di mana seorang “ibu” menyuarakan kepedulian dan kasih sayang layaknya terhadap anaknya sendiri. Oleh karena itu, peristiwa ini mewakili nilai kerabat atau keluarga dalam bingkai empati dan kedekatan emosional terhadap gerakan mahasiswa. 4.2.5.3 Narasumber Masyarakat Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.31 Detik.com Berita berju ul “Cerita Pekerja Ambil Cuti demi Bagi Makanan Gratis di Aksi 'Indonesia Gel p’” sangat relevan dikaitkan dengan konsep masyarakat sebagai narasumber karena menampilkan kelompok pekerja dan relawan sipil yang berasal dari masyarakat umum, bukan aktor politik atau institusi resmi. Dalam berita

tersebut, Carol (25) dan teman-temannya, yang merupakan pekerja dan mantan karyawan (ada yang baru di-PHK), memilih untuk mengambil cuti kerja demi ikut membagikan makanan dan minuman secara gratis kepada para demonstran di Patung Kuda. Aksi ini didanai melalui penggalangan donasi media sosial menunjukkan partisipasi aktif masyarakat sipil yang peduli terhadap suasana dan kondisi 15 8 demo. Dengan menghadirkan kelompok ini sebagai narasumber, berita memperlihatkan peran masyarakat luas dalam mendukung aksi mereka bukan hanya penonton, melainkan bagian dari narasi dan dinamika sosial di lapangan. Hal ini mencerminkan bagaimana jurnalis memberi ruang bagi suara rakyat biasa yang 15 9 peduli dan berkontribusi, memperkaya dimensi pemberitaan dengan sudut pandang masyarakat sipil. Gambar 4.32 Kompas.com Berita berjudul “Ramai-ramai Mahasiswa Gelar Aksi Indonesia Gelap, Ini 13 Tuntutan ya” dapat dikaitkan dengan konsep masyarakat, karena aksi tersebut merepresentasikan suara dan kepentingan publik yang disuarakan oleh mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat sipil. Dalam berita ini, mahasiswa dari berbagai daerah turun ke jalan membawa 13 tuntutan yang mencerminkan keresahan masyarakat, seperti tuntutan pencabutan UU Minerba, perbaikan pendidikan, dan penolakan efisiensi anggaran sosial. Tuntutan-tuntutan tersebut tidak hanya mewakili kepentingan kelompok intelektual, tetapi juga menjadi refleksi langsung dari aspirasi masyarakat luas, terutama kalangan yang terdampak oleh kebijakan pemerintah. 16 4.2.5.4 Mahasiswa Masyarakat Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Gambar 4.33 Detik.com Berita berjudul “Demo 'Indonesia Gelap', Massa Bakar Ban di Depan Patung Kuda Jakarta” dapat dikaitkan dengan konsep mahasiswa karena aksi tersebut dipimpin dan digerakkan oleh elemen mahasiswa, khususnya yang tergabung dalam BEM Seluruh Indonesia (BEM SI). Pembakaran ban di depan Patung Kuda merupakan simbol perlawanan dan bentuk protes keras terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan rakyat. Tindakan ini mencerminkan karakteristik gerakan mahasiswa yang kritis, progresif, dan berani tampil di ruang publik untuk menyuarakan keresahan sosial seperti isu pendidikan, kesejahteraan, dan lingkungan. 16

1 Gambar 4.34 Kompas.com Berita berjudu “Puncak Demo Indonesia Gelap, 3.000 Mahasiswa Siap Turun ke Jalan” mencerminkan konsep mahasiswa karena menunjukkan keterlibatan langsung ribuan mahasiswa dari berbagai daerah yang bersatu dalam gerakan BEM SI untuk menyuarakan kritik terhadap kebijakan pemerintah. Aksi ini menegaskan peran mahasiswa sebagai agen perubahan yang aktif, kritis, dan peduli terhadap persoalan bangsa.

4.2.5.5 Pengamat Ahli Masyarakat Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Berita berjudu “Mahasiswa Demo 'Indonesia Gelap', Pakar Fisipol UGM Bilang Begini” dapat dikaitkan dengan konsep pengamat ahli, karena memuat pernyataan dari akademisi Fisipol UGM yang memberikan analisis terhadap gerakan mahasiswa. Narasumber ini memberikan pandangan kritis dan akademis mengenai latar belakang, makna, serta dampak aksi “Indonesia Gelap”, sehingga memperkaya isi pemberitaan dengan sudut pandang keilmuan. Hal ini mencerminkan peran 162 pengamat ahli dalam memperjelas konteks dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi pembaca. Berita berjudul “Rangkuman Mahasiswa Demo Indonesia Gelap, Ini Maksud dan Tuntutan Mereka” dapat dikaitkan dengan konsep pengamat ahli karena isi beritanya 163 menjelaskan dengan jelas dan runtut kenapa mahasiswa turun ke jalan dan apa saja yang mereka minta dari pemerintah. Penjelasan dalam berita ini dibuat seperti pandangan orang yang paham soal kondisi sosial dan politik, mirip seperti penjelasan dari seorang dosen atau ahli. Jadi, pembaca tidak hanya tahu bahwa ada demo, tapi juga bisa mengerti alasan di balik demo itu, isi tuntutan mereka, dan kenapa hal itu penting. Itulah kenapa berita ini bisa disebut menggunakan pendekatan dari pengamatan ahli.

4.2.5.6 Politikus Masyarakat Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Berita berjudu “Respons Pemerintah Usai Mahasiswa Demo 'Indonesia Gelap’” dapat dikaitkan dengan konsep politikus karena memuat tanggapan langsung dari pejabat pemerintahan, yaitu Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Luhut Binsar Pandjaitan. Sebagai seorang politikus sekaligus pejabat tinggi negara, Luhut memberikan respons terhadap kritik yang disuarakan mahasiswa, khususnya terkait isu pengangguran dan kondisi ekonomi. Pernyataan Luhut

REPORT #27531201

menunjukkan posisi pemerintah dalam menanggapi aspirasi publik dan menggambarkan bagaimana figur politik berperan dalam merespons tekanan dari masyarakat. Hal ini mencerminkan fungsi politikus sebagai narasumber utama dalam berita yang berkaitan dengan kebijakan dan isu nasional. Berita Kompas.com berjudul “Soal Indonesia Gelap dan #KaburAjaDulu, Prabowo Merasa Sebagian Rakyat Pesi is” dapat dikaitkan dengan konsep politikus karena menampilkan pernyataan dari Prabowo Subianto, seorang tokoh politik nasional sekaligus Menteri Pertahanan dan Presiden terpilih 2024. Sebagai seorang politikus, Prabowo memberikan tanggapan terhadap fenomena sosial dan tagar yang sedang 16 4 ramai dibicarakan publik, yaitu #IndonesiaGelap dan #KaburAjaDulu. Pandangannya merepresentasikan sudut pandang pemerintah terhadap pesimisme sebagian rakyat, serta menunjukkan bagaimana seorang pemimpin merespons kritik dan kegelisahan publik.

16 5 4.2.5.7 TNI/Polri Masyarakat Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Berita berjudul “1.623 Personel Kawal Demo Indonesia Gelap di Patung Kuda hingga Istana Negara” dapat dikaitkan dengan konsep TNI/Polri karena menyoroti peran aktif aparat keamanan, khususnya kepolisian, dalam menjaga ketertiban selama aksi berlangsung. Dikerahkannya 1.623 personel gabungan, yang terdiri dari unsur Polri dan TNI, menunjukkan fungsi utama mereka sebagai penegak hukum dan penjaga stabilitas nasional. Kehadiran aparat ini bukan hanya untuk pengamanan fisik, tetapi juga mencerminkan kesiapsiagaan institusi negara dalam mengelola potensi gangguan keamanan saat aksi massa terjadi. Oleh karena itu, berita ini sesuai dengan konsep TNI/Polri sebagai narasumber atau subjek penting dalam pemberitaan isu-isu sosial dan politik yang menyangkut ketertiban umum.

4.2.6 Nada Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional Detik.com dan Kompas.com Tabel 4.6 Nada Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025

NADA	DETİK.COM	KOMPAS.COM	TOTAL
Positif	17 31 48 38,10%		
Negatif	12 9 21 16,67%		
Netral	21 36 57 45,24%	5 76 126 100,00%	

Berdasarkan tabel distribusi nada berita pada pemberitaan isu “Indonesia Gelap” di Detik.com dan

an Kompas.com, terlihat bahwa mayoritas berita disajikan dengan nada netral, yaitu sebanyak 57 berita (45,24%). Ini menunjukkan bahwa kedua media cenderung menyampaikan informasi secara objektif dan faktual tanpa memperlihatkan sikap berpihak yang kuat. 16 6 Nada positif muncul dalam 48 berita (38,10%), mencerminkan adanya upaya media untuk menampilkan sisi konstruktif dari aksi mahasiswa, seperti semangat perjuangan, solidaritas, atau respons pemerintah yang dianggap membangun. Menariknya, Kompas.com lebih banyak menampilkan nada positif dibanding Detik.com, menunjukkan perbedaan karakter editorial. 16 7 Sementara itu, berita dengan nada negatif hanya muncul dalam 21 berita (16,67%), yang umumnya berisi konflik, keributan, atau kritik tajam terhadap pihak tertentu. Persentase ini menunjukkan bahwa meskipun isu yang diangkat cukup kritis, media tetap berupaya menjaga keseimbangan pemberitaan. Secara keseluruhan, data ini memperlihatkan bahwa pemberitaan tentang “Indonesia Gelap” lebih banyak disampaikan secara netral dan informatif, dengan proporsi nada positif yang cukup besar, serta porsi negatif yang tetap ada namun tidak dominan. Hal ini mencerminkan pendekatan media yang berhati-hati dalam mengemas isu sensitif agar tetap memenuhi standar jurnalistik.

4.2.6.1 Nada Positif Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Berita berjudul “Massa Aksi 'Indonesia Gelap' Bacakan 13 Tuntutan, Ini Isinya” merupakan sebuah nada positif dalam penyampaianannya. Meski aksi demonstrasi biasanya mengandung kritik, tetapi artikel ini lebih menekankan semangat konstruktif mahasiswa yang menyuarkan solusi melalui tuntutan mereka seperti pendidikan gratis, reformasi agraria sejati, dan reformasi kepolisian dengan harapan perubahan pemerintah. Fokus pada aspirasi untuk perbaikan dan harapan masa depan menunjukkan sikap optimistis, bukan sekadar negatif atau sinis. Pendekatan seperti ini mengangkat sisi positif dari protes, yaitu sebagai upaya kolektif menciptakan dampak sosial yang lebih baik, sesuai definisi nada positif dalam jurnalisme konstruktif. Berita berjudul “2.500 Mahasiswa Gelar Demo Indonesia Gelap di Jakarta Hari Ini, Gaungkan 9 Tuntutan” bisa dikaitkan dengan nada positif karena isinya lebih banyak

menampilkan semangat mahasiswa untuk memperbaiki keadaan, bukan cuma marah-marah atau bikin rusuh. Dalam berita ini, mahasiswa datang 16 8 membawa tuntutan yang jelas dan ingin menyuarakan keresahan mereka soal isu-isu penting, seperti transparansi anggaran dan revisi undang-undang. Bahkan disebut juga bahwa aksi mereka dilakukan dengan cara damai dan humanis. Jadi, walaupun isunya berat cara penyampaiannya tetap memberi harapan dan niat baik untuk perubahan, itulah kenapa berita ini disebut bernada positif. 16 9 4.2.6.2 Nada Negatif Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Berita berjudul “Aksi 'Indonesia Gelap' di Jatim Ricuh Usai Mahasiswa Bakar Kera da” jelas menunjukkan nada negatif dalam pemberitaannya. Nada ini terlihat dari deskripsi peristiwa yang penuh kekerasan pembakaran keranda dan spanduk oleh mahasiswa dengan bahan mudah terbakar, diikuti oleh tindakan melempar botol ke aparat kepolisian serta penggunaan water cannon untuk membubarkan massa. Berita berjudul “Kembali Bakar Spanduk, Massa Aksi Indonesia Gelap Mencoba Tembus Beton Pembatas” mengungkap nada negatif yang cukup kuat. Nada ini terlihat dari laporan adanya tindakan kekerasan dan vandalisme: mahasiswa membakar spanduk, memasang api di beton pembatas, melempar barang ke arah polisi, dan berusaha menerobos barikade beton.

27 2.6.3 Nada Netral Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Berita berjudul 1 “BEM SI Aksi 'Indonesia Gelap', Lalin Patung Kuda Arah Istana Mulai Ditu 27 up” mencerminkan nada netral dalam pemberitaan. Hal ini terlihat dari cara media menyampaikan informasi secara faktual tanpa muatan opini, penilaian emosional, atau keberpihakan terhadap pihak manapun. Fokus berita tertuju pada penyampaian situasi terkini di lapangan, seperti penutupan arus lalu lintas dan lokasi aksi demonstrasi, tanpa memberikan narasi yang bersifat mendukung atau mengkritik aksi tersebut. Dengan penyusunan kalimat yang informatif dan deskriptif, berita ini memenuhi karakteristik nada netral, yaitu menyajikan informasi secara objektif dan berimbang kepada pembaca. Berita “Ada Demo Indonesia Gelap, Lalu Lintas di Sekitar 17 Patung Kuda Ma et” dapat dikaitkan dengan konsep nada netral dalam pemberitaan. Dalam pemberitaan tersebut tidak ada narasi yang menggiring pembaca untuk setuju atau menolak

aksi, melainkan hanya menyampaikan bahwa ada demo dan dampaknya terhadap lalu lintas. 17 1 4.3 Pembahasan Penelitian berita demo "Indonesia Gelap" pada portal berita online nasional sebagai objek kajian komunikasi politik dan jurnalisme digital. Penelitian ini tidak hanya mengkaji narasi yang dibentuk media, tetapi juga memahami bagaimana cara media memengaruhi dinamika demokrasi dan kebebasan berekspresi di ruang publik Indonesia masa kini. Selain di ruang publik, aksi "Indonesia Gelap" juga menggema luas di ruang digital. Media sosial menjadi arena baru bagi aktivisme politik, di mana tagar seperti #IndonesiaGelap, #ReformasiDikorupsi, dan #DaruratDemokrasi digunakan untuk menyebarkan informasi, dokumentasi lapangan, serta koordinasi aksi lanjutan. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X dimanfaatkan secara strategis oleh para aktivis untuk membangun solidaritas dan menekan pihak berwenang. Dalam konteks ini, pemberitaan media online tetap memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman publik dan opini kolektif terhadap krisis sosial-politik yang sedang berlangsung (SAFE-net, 2025). Aksi "Indonesia Gelap" mendapatkan liputan luas dari berbagai media nasional. Namun, cara media mengemas isu ini tidak seragam, tergantung pada orientasi editorial dan audiens yang mereka layani. Penelitian ini secara khusus memilih dua media arus utama, yakni Detik.com dan Kompas.com, sebagai objek analisis untuk menelaah dinamika pengemasan berita (news packaging).

17 2 No Indikator Detik. com Kompas. com Jenis Berita Hard News 41 58 Soft News 18 9 Unsur Berita What 4 76 When 4 76 Who 4 76 Why 4 76 Where 4 76 How 15 6 Narasumber berita Jurnalis 16 21 Kerabat/ Keluarga 1 2 Masyarakat 1 7 Mahasiswa 21 14 Pengamat Ahli 1 13 Politikus 10 15 Selebriti - - TNI/Polri - 4 Nilai Berita Prominance 1 2 Timelines 5 8 Proximity 8 1 Significance 6 9 Magnitude 3 11 Conflict 14 23 Oddity 1 2 17 3 Impact 7 5 Human Interest 5 6 Nada Berita Positif 17 31 Negatif 12 9 Netral 21 36 Dalam pemberitaan aksi "Indonesia Gelap" yang dianalisis dari dua portal berita nasional, Detik.com dan

Kompas.com, terlihat kecenderungan dominan pada penyajian berita jenis hard news. Detik.com memuat 41 berita dan Kompas.com 58 berita berjenis hard news, menunjukkan bahwa media lebih fokus pada laporan 17 4 cepat, faktual, dan langsung mengenai jalannya aksi mahasiswa. Sementara itu, berita soft news seperti laporan kisah personal atau sisi human interest justru lebih sedikit, yakni hanya 18 berita di Detik.com dan 9 berita di Kompas.com, menandakan kurangnya eksplorasi aspek emosional dalam liputan aksi. Dari sisi struktur isi berita, unsur 5W+1H (what, when, who, why, where, how) cukup merata, dengan dominasi pada lima unsur pertama (apa, kapan, siapa, mengapa, di mana) yang masing-masing muncul sebanyak 40 kali di Detik.com dan 76 kali di Kompas.com. Namun, unsur how (bagaimana) cenderung jarang digunakan hanya 15 kali di Detik.com dan 6 kali di Kompas.com yang mengindikasikan bahwa media kurang memberikan penjelasan tentang cara atau proses terjadinya peristiwa secara mendalam. Terkait narasumber, mahasiswa menjadi aktor yang paling banyak dikutip di kedua media (21 di Detik.com, 14 di Kompas.com), mengingat mereka adalah pelaku utama dalam aksi. Jurnalis juga sering dijadikan narasumber internal. Kompas.com terlihat lebih variatif, menampilkan narasumber dari pengamat ahli, masyarakat, dan TNI/Polri, sedangkan Detik.com lebih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas.com berusaha menyajikan berita dari lebih banyak sudut pandang. Untuk nilai berita, kategori conflict (konflik) menjadi yang paling dominan 14 kali di Detik.com dan 23 kali di Kompas.com yang menunjukkan bahwa aspek ketegangan dan pertentangan menjadi titik sorotan utama media. Nilai lain seperti proximity, significance, dan magnitude juga banyak ditemukan, menandakan bahwa media fokus pada isu yang dekat, penting, dan berdampak besar. Nilai seperti oddity dan prominence hanya muncul beberapa kali, menandakan media lebih menekankan isi aksi daripada keunikannya atau 17 5 keterlibatan tokoh terkenal. Dari aspek nada pemberitaan, nada netral mendominasi baik di Detik.com (21 berita) maupun Kompas.com (36 berita). Namun, Kompas.com juga menonjolkan

nada positif sebanyak 31 berita, lebih tinggi dari Detik.com (17 berita), yang menunjukkan kecenderungan framing yang lebih mendukung atau apresiatif terhadap aksi mahasiswa. 17 6 17 7 BAB V PENUT UP 5.1

Kesimpulan Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengemasan berita mengenai aksi "Indonesia Gelap" dilakukan oleh dua media daring nasional terkemuka, yakni Detik.com dan Kompas.com. Analisis dilakukan dengan pendekatan isi kualitatif berdasarkan sejumlah indikator jurnalistik, meliputi jenis berita, unsur berita (5W+1H), narasumber, nilai berita, dan nada pemberitaan. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap berita-berita yang dimuat selama periode Februari 2025, diperoleh sejumlah temuan penting yang menggambarkan karakteristik dan pendekatan masing-masing media dalam membingkai isu sosial-politik yang sedang hangat di masyarakat. Pertama, dari aspek jenis berita, ditemukan bahwa kedua media lebih dominan menyajikan pemberitaan dalam bentuk hard news, yaitu jenis berita yang berfokus pada penyampaian fakta-fakta aktual dan relevan secara langsung. Detik.com menerbitkan sebanyak 41 berita hard news, sementara Kompas.com bahkan lebih banyak dengan 58 berita. Pilihan ini menunjukkan bahwa kedua media mengutamakan kecepatan dan ketepatan informasi sebagai strategi utama dalam merespons dinamika aksi mahasiswa. Namun, berita jenis yang menyajikan sisi human interest dan narasi yang menyentuh emosi pembaca justru sangat minim. Detik.com hanya menampilkan 9 soft news, dan Kompas.com, yaitu 18 berita. Ini menandakan bahwa kedua media belum optimal dalam mengeksplorasi sisi kemanusiaan atau latar sosial yang mendalam dari peristiwa aksi "Indonesia Gelap", padahal 17 8 pendekatan seperti ini dapat menambah kedalaman dan dimensi emosional dalam pemberita 41 n. Kedua, dari aspek unsur 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, dan How), terlihat bahwa unsur-unsur dasar seperti apa yang terjadi, siapa yang terlibat, kapan dan di mana peristiwa berlangsung, serta alasan terjadinya peristiwa sudah terakomodasi dengan baik. Unsur what, who, when, where, dan why masing-masing 17 9 muncul sebanyak 40 kali di Detik.com dan 76 kali di Kompas.com,

menunjukkan bahwa kedua media mampu menyampaikan struktur dasar informasi secara sistematis dan konsisten. Namun demikian, unsur how atau "bagaimana" masih sangat jarang muncul, hanya 15 kali di Detik.com dan 6 kali di Kompas.com. Ketidakhadiran unsur how dalam pemberitaan secara umum menunjukkan keterbatasan media dalam memberikan gambaran utuh tentang proses, mekanisme, atau dampak jangka panjang dari peristiwa yang terjadi. Padahal, penjelasan mengenai bagaimana peristiwa berlangsung atau bagaimana aksi dikoordinasikan dan ditanggapi merupakan aspek penting yang dapat memperkaya pemahaman pembaca. Ketiga, dari sisi narasumber, mahasiswa dan jurnalis menjadi narasumber utama yang paling sering digunakan dalam pemberitaan. Mahasiswa sebagai pelaku langsung aksi demonstrasi menjadi tokoh kunci dalam narasi pemberitaan, sedangkan jurnalis sendiri berperan sebagai pelapor sekaligus penyampai data di lapangan. Kompas.com menunjukkan variasi narasumber yang lebih luas, termasuk menghadirkan pengamat ahli, tokoh masyarakat, dan aparat keamanan seperti TNI dan Polri. Sebaliknya, Detik.com cenderung lebih terbatas pada narasi mahasiswa dan aparat. Perbedaan ini mencerminkan adanya perbedaan dalam pendekatan jurnalistik. Pada narasumber jurnalis ini menjadi salah satu narasumber yang paling dominan karena menunjukkan angka 37 dengan persen 29,37%. Kompas.com mengarah pada penyajian berita yang lebih kontekstual dan berimbang, sementara Detik.com fokus pada pemberitaan langsung dan ringkas. Kehadiran beragam narasumber seperti pengamat ahli dapat membantu menyajikan analisis yang lebih mendalam terhadap akar masalah, potensi penyelesaian, serta dampak sosial-politik dari aksi tersebut. Keempat, berdasarkan nilai berita, kategori conflict menjadi unsur paling dominan dalam pengemasan berita di kedua media. Konflik muncul sebanyak 14 kali di Detik.com dan 23 kali di Kompas.com, menandakan bahwa aspek ketegangan dan pertentangan menjadi daya tarik utama yang diangkat oleh media untuk menarik perhatian pembaca. Nilai berita lain yang juga sering muncul adalah proximity, yaitu kedekatan peristiwa dengan audiens baik secara geografis maupun emosional magnitude, yang

menunjukkan besarnya skala dan dampak peristiwa; serta significance , atau tingkat kepentingan isu bagi publik. Kompas.com juga lebih sering mengangkat nilai human interest dan impact , yang menunjukkan kepedulian terhadap sisi kemanusiaan dan pengaruh sosial dari aksi. Sebaliknya, Detik.com lebih banyak menonjolkan nilai timeliness dan conflict , menunjukkan bahwa media ini lebih menekankan pada kecepatan pemberitaan dan aspek konfrontatif dalam aksi demonstrasi. Kelima, dari aspek nada pemberitaan, ditemukan bahwa Kompas.com lebih banyak menyajikan berita dengan nada positif dan netral, sedangkan Detik.com cenderung menggunakan nada netral dan negatif. Kompas.com tampak berupaya mengemas pemberitaan dengan lebih simpatik terhadap aksi mahasiswa, menampilkan dukungan moral, pesan- pesan damai, serta sisi kemanusiaan dari demonstrasi. Pada nada berita tersebut netral menjadi angka yang paling tersebar yang dapat diartikan kedua media ini menggunakan nada berita netral dengan angka 21 dari Detik.com dan 36 dari Kompas.com. Sementara itu, Detik.com cenderung menyoroti aspek kericuhan dan tindakan aparat, sehingga memberi kesan yang lebih kritis dan tegang. Pilihan nada ini dapat memengaruhi cara pembaca memahami isu apakah aksi dianggap sebagai bentuk perjuangan yang sah atau sekadar gangguan ketertiban umum

73 Perbedaan pendekatan ini mencerminkan karakter editorial dan segmentasi audiens masing-masing media. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com lebih konsisten dalam menyajikan berita dengan pendekatan yang reflektif, kontekstual, dan analitis. Media ini 18 2 cenderung lebih memperhatikan aspek kemanusiaan, keberagaman narasumber, serta memberikan ruang interpretasi yang luas bagi pembaca. Sementara itu, Detik.com lebih menonjolkan kecepatan dan ringkasan informasi dalam gaya hard news yang lugas dan langsung. Perbedaan ini menegaskan bahwa pengemasan berita dalam media daring tidak hanya bergantung pada fakta, tetapi juga pada orientasi redaksional, nilai jurnalistik, serta strategi komunikasi yang diusung masing-masing media. Penelitian ini memberikan 18 3 gambaran bahwa keberimbangan, kedalaman, dan empati dalam pemberitaan sangat penting

REPORT #27531201

agar media tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga berfungsi sebagai pengarah opini dan edukator publik dalam memahami realitas sosial secara utuh dan bijaksana. 5.2 Saran 5.2.1 Saran Akademis Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa komunikasi, jurnalistik, dan ilmu sosial untuk memahami bagaimana media membingkai isu-isu sosial dan politik, serta bagaimana teknik pengemasan berita dapat membentuk opini publik. Diharapkan penelitian lanjutan dapat mengembangkan pendekatan metodologis yang lebih luas, seperti menggunakan analisis framing, wacana kritis, atau semiotika media untuk menggali makna yang tersembunyi di balik teks berita. 5.2.2 Saran Praktis Media online nasional seperti Detik.com dan Kompas.com disarankan untuk meningkatkan keberagaman jenis berita, dengan menambah porsi soft news yang mampu menggugah empati publik terhadap isu sosial seperti aksi “Indonesia Gelap.” Publik sebagai konsumen media juga perlu meningkatkan literasi media agar mampu memilah informasi yang faktual, netral, dan membangun, serta menghindari interpretasi yang bi



REPORT #27531201

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.93% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/82745/1/Zidda%20Z..	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.86% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/21039/1/Fitra%20Widya%20Rahma%2C%2017...	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.86% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/83828/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAH...	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.85% eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2018/G.331.18.0138/G.331.18.0138-...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.79% www.repository.usni.ac.id https://www.repository.usni.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1798&bid=1788	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.77% repositori.uin-alauddin.ac.id http://repositori.uin-alauddin.ac.id/26466/1/GUFRAN-----.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.75% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/15292/1/SKRIPSI%20FULL%20FIX.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.73% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/79393/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V..	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.72% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/80453/2/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V..	●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
10.	0.61% etheses.iainponorogo.ac.id	●
	https://etheses.iainponorogo.ac.id/21006/1/SKRIPSI%20E-TESIS%20YUDHA.pdf	
INTERNET SOURCE		
11.	0.54% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/83269/1/112005110...	
INTERNET SOURCE		
12.	0.51% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3034/1/BAB%204.pdf	
INTERNET SOURCE		
13.	0.47% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/83511/1/111705100...	
INTERNET SOURCE		
14.	0.43% jkd.komdigi.go.id	●
	https://jkd.komdigi.go.id/index.php/jskm/article/view/2047/1335	
INTERNET SOURCE		
15.	0.42% ejurnal.uj.ac.id	●
	https://ejurnal.uj.ac.id/index.php/mji/article/download/2480/1622/8784	
INTERNET SOURCE		
16.	0.4% repository.uinsaizu.ac.id	●
	https://repository.uinsaizu.ac.id/31640/1/Eni%20Mafruroh_ANALISIS%20FRAMIN..	
INTERNET SOURCE		
17.	0.4% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40799/1/EVA%20AG...	
INTERNET SOURCE		
18.	0.37% repositori.uin-alauddin.ac.id	●
	http://repositori.uin-alauddin.ac.id/25515/1/10900119019_ADAM%20FEBRIAN%...	
INTERNET SOURCE		
19.	0.35% repository.uinjkt.ac.id	●
	https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/83089/1/Revisian%2..	
INTERNET SOURCE		
20.	0.33% repository.mediapenerbitindonesia.com	●
	http://repository.mediapenerbitindonesia.com/338/1/Naskah%20Fix%20K%202...	



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
21. 0.3%	journal.y3a.org https://journal.y3a.org/index.php/mukasi/article/download/4176/1441/18304	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.3%	blog.cove.id https://blog.cove.id/portal-berita-online/	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.29%	eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/24341/3/BAB%202%20%281%29.pdf	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.29%	repository.ub.ac.id https://repository.ub.ac.id/185981/1/Ananda%20Triana%20Novitasari.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.28%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10560/10/BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
26. 0.27%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/83161/1/MITRANTI%..	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.26%	id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Unjuk_rasa_di_Indonesia_2025	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.25%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74760/1/RAFI%20FA..	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.24%	repositori.uin-alauddin.ac.id http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4496/1/Muhammad%20Noor%20Aziz%20Ka...	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.22%	repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/82916/1/Skripsi%20..	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.2%	repository-penerbitlitnus.co.id https://repository-penerbitlitnus.co.id/80/1/METODOLOGI%20PENELITIAN%20P...	●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
32.	0.2% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/68763/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V..	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.19% ettheses.iainponorogo.ac.id https://ettheses.iainponorogo.ac.id/29541/1/201200365_NUR%20ARIYANI%20PR...	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.19% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/24673/2/Panggih%20Mutiaras_NILAI-NILAI%20P...	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.19% ettheses.iainkediri.ac.id https://ettheses.iainkediri.ac.id/6154/4/931303417_bab3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.19% repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/11908/5/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.18% lppm.unja.ac.id https://lppm.unja.ac.id/wp-content/uploads/2025/03/LITERASI-DIGITAL-DALAM-...	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.17% id.wikipedia.org https://id.wikipedia.org/wiki/Media_daring	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.17% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5785812/isi-berita-adalah-panduan-lengk..	●
INTERNET SOURCE		
40.	0.17% repository.usni.ac.id https://repository.usni.ac.id/repository/89e47a782a4ed17a4214146114d92e90.p...	●
INTERNET SOURCE		
41.	0.16% pakarkomunikasi.com https://pakarkomunikasi.com/jenis-jenis-berita	●
INTERNET SOURCE		
42.	0.15% eprints.walisongo.ac.id https://eprints.walisongo.ac.id/3027/3/61211001_Bab2.pdf	●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
43.	0.15% digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/81459/4/4_bab1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.14% www.kompas.com https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/11/123000369/nilai-berita-penge...	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.14% ejournal.iainutuban.ac.id http://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/aswalalita/article/download/1084/57..	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.14% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5880932/panduan-lengkap-cara-membu...	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.13% www.allstars.id https://www.allstars.id/blog/2024/05/07/mengupas-tuntas-fenomena-selebgram..	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.13% repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/5455/2/BAB%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.13% journal.politeknik-pratama.ac.id https://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/bersatu/article/download/56..	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.12% www.detik.com https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6380414/teks-berita-pengertian-ciri-ciri-...	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.12% digilib.uinsa.ac.id http://digilib.uinsa.ac.id/12699/8/Bab%204.pdf	●
INTERNET SOURCE		
52.	0.12% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/9269/4/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
53.	0.11% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6333/9/9.%20BAB%202.pdf	● ●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
54.	0.11% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4219/10/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
55.	0.1% www.gamedia.com https://www.gamedia.com/literasi/fungsi-fakta-dalam-berita/?srsltid=AfmBOoo..	●
INTERNET SOURCE		
56.	0.1% mtsn1kotamakassar.sch.id https://mtsn1kotamakassar.sch.id/mtsn1kotamakassar/berita/detail/berita-pen...	●
INTERNET SOURCE		
57.	0.1% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/5020352/narasumber-adalah-orang-yang-m..	●
INTERNET SOURCE		
58.	0.1% repository.uin-suska.ac.id https://repository.uin-suska.ac.id/14502/8/8.%20BAB%20III__2018736ADN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
59.	0.1% repository.uinsu.ac.id http://repository.uinsu.ac.id/20345/4/BAB_III_KAHFITA_ARDANA.pdf	●
INTERNET SOURCE		
60.	0.09% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/id/eprint/2690/4/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
61.	0.09% repository.radenfatah.ac.id https://repository.radenfatah.ac.id/24742/5/BAB%20II.%20VIVIEN%20INDRIAN%..	●
INTERNET SOURCE		
62.	0.09% ettheses.iainponorogo.ac.id https://ettheses.iainponorogo.ac.id/28758/1/BAB%20I%20-%20V%20fix_merged...	●
INTERNET SOURCE		
63.	0.09% repository.iainpare.ac.id https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/6644/1/17.3600.020.pdf	●
INTERNET SOURCE		
64.	0.08% nasional.kompas.com https://nasional.kompas.com/read/2024/12/09/14202121/amnesty-sebut-keкера..	●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
65.	0.08% id.seedbacklink.com https://id.seedbacklink.com/hard-news	●
INTERNET SOURCE		
66.	0.08% ejournal.unibabwi.ac.id https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/santhe/article/download/5023/2886/	●
INTERNET SOURCE		
67.	0.08% eprints.walisongo.ac.id https://eprints.walisongo.ac.id/25574/1/Skripsi_1701026112_Zaki_Julio_Pamun...	●
INTERNET SOURCE		
68.	0.07% subura.id https://subura.id/2024/12/15/14-nilai-berita-agar-tulisanmu-layak-dipublikasika...	●
INTERNET SOURCE		
69.	0.07% indo-intellectual.id https://indo-intellectual.id/index.php/imeij/article/download/508/383/5053	●
INTERNET SOURCE		
70.	0.07% id.scribd.com https://id.scribd.com/doc/72778808/Kaedah-Pengumpulan-Data-Primer-Sekund..	●
INTERNET SOURCE		
71.	0.07% repository.usd.ac.id https://repository.usd.ac.id/21104/2/031224049_Full.pdf	●
INTERNET SOURCE		
72.	0.07% repository.mediapenerbitindonesia.com http://repository.mediapenerbitindonesia.com/462/1/K%20238%20-%20%28FIN..	●
INTERNET SOURCE		
73.	0.06% ejournal.appihi.or.id https://ejournal.appihi.or.id/index.php/Federalisme/article/download/859/903/...	●
INTERNET SOURCE		
74.	0.06% eprints.ummetro.ac.id https://eprints.ummetro.ac.id/1447/4/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
75.	0.06% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5789788/cara-mengumpulkan-data-sima...	●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE		
76.	0.06% eprints.umm.ac.id https://eprints.umm.ac.id/3255/46/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
77.	0.06% eprints.umm.ac.id https://eprints.umm.ac.id/2987/3/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
78.	0.06% eprints.umm.ac.id https://eprints.umm.ac.id/8713/4/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
79.	0.06% www.academia.edu https://www.academia.edu/71040215/Agama_Dan_Media_Diskursus_LGBT_Dal...	●
INTERNET SOURCE		
80.	0.05% media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/586183-media-komunikasi-dan-jur...	●
INTERNET SOURCE		
81.	0.05% www.allstars.id https://www.allstars.id/blog/2024/04/16/selebgram-fenomena-penyebaran-info...	●
INTERNET SOURCE		
82.	0.05% www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5833713/apa-yang-dimaksud-dengan-be...	●
INTERNET SOURCE		
83.	0.05% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/3156/4/Bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
84.	0.05% e-journal.nalanda.ac.id https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/download/1094/103...	●
INTERNET SOURCE		
85.	0.05% repository.metrouniv.ac.id https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/458/1/SUYANI.pdf	●
INTERNET SOURCE		
86.	0.04% adv.kompas.id https://adv.kompas.id/baca/8-tips-agar-media-mau-mempublikasikan-berita-an..	●



REPORT #27531201

INTERNET SOURCE

87. **0.04%** etheses.iainponorogo.ac.id

<https://etheses.iainponorogo.ac.id/31416/1/Thesis%20.pdf>



INTERNET SOURCE

88. **0.04%** repository.iainbengkulu.ac.id

<http://repository.iainbengkulu.ac.id/5938/1/Skripsi%20Mela.pdf>



INTERNET SOURCE

89. **0.04%** www.detik.com

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7286497/unsur-unsur-berita-dan-syar...>



INTERNET SOURCE

90. **0.03%** www.liputan6.com

<https://www.liputan6.com/feeds/read/5775268/media-konvensional-adalah-pe...>



INTERNET SOURCE

91. **0.02%** eprints.untirta.ac.id

<https://eprints.untirta.ac.id/1328/1/RESTI%20FAUZIAH%20KURNIAWAN-%20full...>



INTERNET SOURCE

92. **0.02%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6407/11/BAB%20IV.pdf>



QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.14%** id.wikipedia.org

https://id.wikipedia.org/wiki/Unjuk_rasa_di_Indonesia_2025