

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu memiliki tiga jenis acuan yang akan dijadikan landasan pada penelitian, yakni:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan Skripsi ini
1	Analisis Framing Pemberitaan Survei Elektabilitas Calon Presiden Jokowi Vs Prabowo Di Media Online Republika.Co.Id Edisi April 2018, Nurul Husna, 2019	UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Analisis <i>framing</i> milik Pan dan Kosicki (kualitatif).	Penelitian difokuskan pada analisis kerangka pemberitaan survei elektabilitas antara Jokowi dan Prabowo di situs berita daring Republika.co.id selama periode April 2018. Dan menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa Republika.co.id cenderung mendukung Jokowi dalam penyajian berita tersebut.	Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan penelitian selanjutnya ketika meneliti <i>framing</i> model Pan dan Kosicki dapat mampu mengembankan jenis – jenis topik berita yang beragam .	Penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu media, sedangkan di penelitian ini membandingkan dua yakni media Kompas.com dan Republika.co.id. Dan fokus peristiwa yang dibahas pada penelitian ini berbeda. Penelitian terdahulu membahas elektabilitas calon Presiden, sedangkan penelitian ini membahas netralitas Presiden dalam Pemilu 2024.
2	SBY dalam Bingkai Media Kompas.Com dan Detik.Com: Analisis Framing Pemberitaan Media On-Line Kompas.com dan Detik.com tentang Susilo	Universitas Kristen Satya Wacana	Teknik analisis dokumentasi teori <i>framing</i> dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (kualitatif)	Penelitian berfokus pada <i>framing</i> berita media Kompas.com dan Detik.com terkait SBY Pasca Pemilu 2014. Dan menghasilkan <i>framing</i> kedua media sama – sama cenderung memojokkan SBY atau	Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan penelitian selanjutnya untuk dapat mengembankan penelitian dengan meneliti dari sudut pandang lain seperti	Penelitian ini menggunakan dua media massa yang berbeda.

	Bambang Yudhoyono Pasca Pemilu Presiden 2014, Stepanus, Aldo Alan, 2016		Partai Demokrat dari pemakaian gaya bahasa mengarah pada penurunan citra/ <i>image</i> SBY.	tentang agenda setting media <i>online</i> yang terdapat ideologi media di dalamnya.	
3	Analisis <i>Framing</i> Konstruksi Pemberitaan Presiden Jokowi Terkait Persiapan Pemilu 2024 Di Media Kompas.Com Dan Republika.Co.Id", Irfan Rusli, Ahdan, Muhammad Idris, 2023	Univ. Muslim Indonesia	Analisis <i>framing</i> milik Pan dan Kosicki (kualitatif).	Penelitian ini berfokus pada <i>framing</i> pemberitaan terkait Presiden terhadap persiapan Pemilu 2024 dari kedua media. Dan menghasilkan perbedaan pengemasan berita media kompas.com dan republika.id. Perbedaan terletak pada ideologi media.	Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam lagi terkait pembedaan terhadap satu peristiwa. Fokus peristiwa yang dibahas pada penelitian ini berbeda. Penelitian terdahulu fokus membahas terkait kesiapan Jokowi dalam Pemilu 2024, sedangkan penelitian ini fokus membahas netralitas Presiden Jokowi dalam Pemilu 2024.

Sumber: Data Peneliti, 2024

Dalam penelitian sebelumnya, peneliti telah mampu mengidentifikasi proses yang sistematis dari konsep serta yang diterapkan pada penelitian. Terdapat kesamaan saat menggunakan metode analisis *framing*. Berikut ini perbandingan antara penelitian-penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Pada analisis ke-satu berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Survei Elektabilitas Calon Presiden Jokowi Vs Prabowo Di Media *Online* Republika.Co.Id Edisi April 2018” penelitian terdahulu ini membahas bagaimana pembedaan Republika.co.id terkait memberitakan elektabilitas calon presiden Jokowi dan Prabowo menggunakan analisa *framing* dari Gerald M. Kosicki dan Zhongdang Pan.

Pada penelitian ke-dua berjudul “Sby Dalam Bingkai Media Kompas.Com Dan Detik.Com: Analisis *Framing* Pemberitaan Media *On-Line* Kompas.Com Dan Detik.Com Tentang SBY Pasca Pemilu Presiden 2014” penelitian ini mengangkat isu bagaimana pemberitaan berita dalam Media *On-Line* Kompas.com dan

Detik.com dalam memberitakan mengenai SBY pasca Pemilu Presiden 2014 menggunakan analisis dokumentasi dan teori pembingkaihan dari Zhongdang Pan serta Gerald M. Kosicki.

Pada analisis ke-tiga berjudul “Analisis *Framing* Konstruksi Pemberitaan Presiden Jokowi Terkait Persiapan Pemilu 2024 Di Media Kompas.Com Dan Republika.Co.Id” analisis terdahulu ini membahas bagaimana pembingkaihan berita pada media Kompas.com dan Republika.co.id dalam memberitakan Presiden Jokowi pada persiapan Pemilu 2024 memakai analisa teori pembingkaihan dari Gerald M. Kosicki serta Zhongdang Pan.

Pembeda pada analisis yang dianalisis oleh peneliti mengenai bagaimana Pembingkaihan Pemberitaan Netralitas Presiden Dalam Pemilu 2024 Pada Media *Online* (Komparasi *Framing* Pan & Kosicki Antara Media Kompas.Com dan Republika.co.id Periode November 2023 - Februari 2024). Peneliti memakai metode *framing* Zhongdang Pan serta Gerald M. Kosicki agar mendapati melihat media itu membuat *framing* berita.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Jurnalisme dalam media *online*

Dalam perkembangan teknologi digital, media *online* menjadi sebuah ruang untuk memuat karya jurnalistik. Menurut Romli menjelaskan bahwa *online* media sebagai media yang bentuk penyajiannya secara daring melalui platform *website* yang terhubung dengan internet. Media *online* dikatakan pula dengan media internet (*internet media*), media cyber (*cybermedia*), dan media baru (*new media*) (Romli, 2018, p. 34). Dalam pelaksanaannya, Dewan Pers mengeluarkan PPMS yang didalamnya berisikan bahwa media siber menjadi aspek media yang terhubung dengan jaringan internet serta pelaksanaan aktivitas *journalism* dengan mencukupi syarat UU Pers dan Standar Perusahaan Pers. Romli juga mengemukakan bahwa dalam sajian informasi atau segi isi (konten) yang dipaparkan media *online* secara umum sama seperti media cetak yang tersusun dari berita (*news*), *feature*, opini (*views*), foto, iklan yang dimasukkan kedalam

kategori tertentu yakni kategori berita nasional, berita olahraga, berita ekonomi dan berita politik. Pembaca akan menjadi mudah dalam mencari hal yang dicari pada media *online* karena selain teks dan foto, terdapat bagian visual, video, musik, grafik, animasi, dan komentar yang dapat digunakan oleh pemirsa untuk menyampaikan pemikirannya. Dalam hasil survei yang dilakukan Johnson dan Kaye menunjukkan bahwa Lebih dari dua pertiga peserta survei menganggap majalah berita, surat kabar *online*, dan situs web yang bias politik setidaknya "agak dipercaya". Selain itu, masyarakat lebih percaya pada surat kabar *online* dibandingkan media konvensional (Romli, 2018).

Media *online* merupakan subjek pada penelitian ini, dikarenakan pada penelitian ini akan meneliti terkait pemberitaan netralitas presiden dalam Pemilu 2024 dalam portal Kompas.com dan Republika.co.id rentan November 2023 – Februari 2024. Pada kedua portal berita ini merupakan jenis media daring yang mempunyai beragam jenis karya jurnalistik. Karya jurnalistik yang berkaitan dengan penelitian ini ialah bentuk berita jenis artikel atau berita. Oleh karena itu, penelitian ini mengambilsampel berita terkait netralitas presiden dalam Pemilu 2024 periode November 2023 – Februari 2024 yang disebarluaskan oleh kedua berita yang akan dianalisis.

Menurut romli (2018) mendefinisikan *jurnalisme online* merupakan 'proses penyaluran informasi melalui media internet, terutama melalui situs web'. Romli (juga mengemukakan bahwa jurnalistik diartikan menjadi bentuk proses peliputan, menulis, dan juga menyebarluaskan berita yang dapat dipercaya melalui media massa ini sudah dikemas secara ringkas dan praktis. Pasalnya, hal ini dapat diartikan bahwa jurnalistik menjadi wadah untuk "memberitakan sebuah peristiwa" (Romli, 2018). Menurut Paul Bradshaw pada "*Basic Principle of Online Journalism*" (*onlinejournalismnlog.com*) menyatakan bahwa terdapat prinsip – prinsip dasar jurnalistik *online* yaitu sebagai berikut:

1. Keringkasan: dalam hal ini berkaitan mengenai peraturan KISS dalam bahasa jurnalistik atau *Keep It Short and Simple*. Sehingga berita *online* dituntut untuk dikemas secara ringkas dan sederhana.

2. Keterampilan menyesuaikan diri: kemampuan wartawan *online* yang dituntut untuk dapat menyajikan berita sesuai dengan kebutuhan dan preferensi publik.
3. Bisa dipindai: dalam hal ini, untuk mempermudah publik dalam mengakses situs berita diharapkan *jurnalisme online* ini dapat dipindai.
4. Interaktivitas: *jurnalisme online* diharapkan dapat memberikan interaksi terhadap pembaca yang dibiarkan menjadi pengguna.
5. Komunitas dan Percakapan: bahwa media mempunyai peranan sebagai penjaring komunitas ini artinya seorang jurnalis juga dapat memberikan sebuah jawaban kepada publik.

Karakteristik-karakteristik ini menunjukkan bagaimana *jurnalisme online* mengganti aturan dalam memberitakan berita, mengkonsumsi, melakukan interaksi antar pembaca di era digital.

Konsep *jurnalisme online* akan menjadikan sebuah alas dalam melakukan analisis bingkai pemberitaan yang disampaikan Kompas.com serta Republika.co.id periode November 2023 – Februari 2024 terkait isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024, karena pada penelitian akan mengenakan *online media* yang merupakan jenis dari *jurnalisme online*. Pembingkai berita mengarah kepada arah media dalam menyebarkan berita, seperti memilih kata, gambar, serta format pada saat menyajikan sebuah berita. Pembingkai berita yang efektif mengenai isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024 dapat memberikan dampak positif dalam mengatasi fenomena ini. Media dapat menambahkan kesadaran khalayak, menguatkan himpitan pada oknum yang bertanggung jawab, serta mendorong perlakuan yang lebih sesuai.

Dalam penyajian sebuah artikel atau laporan berita penting mengandung nilai berita sebagai penilaian terhadap pentingnya sebuah informasi tersebut. Hal ini menjadikan nilai berita dapat mengetahui apakah suatu berita dirasa sesuai dalam memberitakan dan mendapatkan perhatian khalayak. Berita ialah suatu pesan informasi yang menarik dan aktual bagi publik atau pembaca (Muslimin, 2019, p. 18). Menurut Jani Yosef dalam (Muslimin, 2019, p. 18) mengartikan berita yaitu adalah pelaporan terkini yang berisikan mengenai fakta maupun

pendapat yang menarik dan penting untuk khalayak yang disebarluaskan melalui media massa. Muslimin juga mengungkapkan bahwa sebagai wartawan dalam menyusun penulisan berita perlu merujuk pada aspek-aspek penulisan berita dalam menulis sebuah berita yang baik dan benar yakni mengandung 6 (enam) unsur berita yakni 5W+1H. Menurut (Muslimin, 2019) pada buku '*Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menuliskan Biografi, Feature, Artikel Populer, Berita & Editorial*' beberapa karakteristik nilai sebuah pemberitaan, antara lain:

1. Aktualitas: berita yang disebarluaskan baru terjadi atau *news*.
2. Kedekatan: sebuah berita yang memiliki kandungan unsur yang menarik pembaca dan mendekati pembaca.
3. Dampak (*Impact*): dengan kabar yang disiarkan seberapa banyak yang terkena dampaknya dan berapa lama dampak itu dirasakan.
4. *Human interest*: peristiwa yang menyentuhkan perasaan kepada manusia.
5. Konflik (*Conflict*): peristiwa ketegangan, kerusuhan, selalu menarik terkait konflik yang diberitakan.
6. Pengaruh (*Magnitude*): pengaruh peristiwa bagi publik atau dengan masyarakat luas.
7. Kelangkaan (*Oddity*): berita yang unik meskipun nilai beritanya tak begitu penting namun selalu menarik perhatian terkait pembaca.
8. Ketokohan (*Prominence*): ketokohan seseorang yang menjadi sumber dalam berita. Percakapan yang terjadi kemudian bisa dijadikan berita.

Konsep berita diterapkan pada penelitian dikarenakan mengerah kepada kualitas berita yang objektif serta tidak bias terhadap isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024, sebagaimana dilaporkan di Kompas.com serta Republika.co.id pada periode November 2023 - Februari 2024. Berita objektif wajib sesuai dengan standart jurnalistik, yaitu menyajikan berita faktual, mengaitkan sumber yang berbeda-beda, serta tidak menggunakan opini pribadi.

2.2.2. Ideologi & Kepemilikan Media

Dalam sebuah media mempunyai perbedaan ideologi, memengaruhi kepentingan dan kepemilikan. Ideologi ini tidak pernah bebas dari nilai atau kepentingan, baik material maupun idealis, yang memberikan karakter unik pada masing-masing media. Ideologi ini juga menentukan berita yang sesuai dengan target audiens. Misalnya, Kompas.com dan Republika.co.id sendiri mempunyai perbedaan ideologi, sehingga mereka membingkai suatu peristiwa dengan cara yang berbeda dalam setiap berita yang dipublikasikan. Ideologi memiliki kemampuan untuk mengubah pandangan seseorang melalui opini atau gagasan yang nantinya membentuk sistem pemikiran dan keyakinan (Gora & Irwanto, 2015, p. 38).

Situs Kompas.com serta Republika.co.id dikonsultasikan dalam penelitian. Diantara banyak surat kabar terkemuka di Indonesia, Kompas menonjol. Sebuah harian Indonesia yang terbit di luar Jakarta bernama Kompas. Pada tahun 1965, PK Ojong dan Jakoeb Oetama mendirikan Kompas. Tanggal 14 September 1995, duplikat berita harian Kompas dimuat di Kompas.com, yang kemudian menjadi salah satu media internet nomor satu di Indonesia. Pada tanggal 5 Agustus 1996, Kompas *Online* menjadi bagian dari PT Kompas Cyber Media (KCM). Kompas.com berideologi general yakni dengan slogan 'jernih melihat dunia' berupa menampilkan berita atau sajian informasi yang objektif tentang update perkembangan berita - berita terbaru (Kompas.com, 2024).

Sedangkan, Republika adalah surat kabar nasional yang hadir semejak inisiatif sejumlah komunitas Muslim dalam melayani masyarakat-masyarakat Indonesia. Proyek tersebut termasuk ke dalam hasil akhir dari perjuangan yang lama oleh kalangan umat Muslim, terutama dengan bantuan wartawan muda yang dikepalai oleh Zaim Uchrowi, bekas wartawan Tempo, yang sudah berusaha keras dengan berbagai upaya. Pada tanggal 4 Januari 1993, diterbitkan dengan bantuan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia, yang berhasil berada di bawah peraturan penerbitan pemerintah yang ketat. Spanduk PT Abdi Bangsa digunakan untuk mencetak Republika (Arsam, 2014). Butuh waktu dua tahun dari saat Harian Republika diterbitkan agar Republika.co.id dapat ditayangkan pada tanggal 17 Agustus 1995. Dengan menggunakan teknologi hypermedia dan hypertext, situs berita Republika.co.id menyiarkan konten dalam format teks, audio, serta

audiovisual (Republika.co.id, 2023). Pada tahun 2001, perusahaan ini dimiliki oleh Mahaka Group yang pendirinya adalah Erick Thohir dan Muhammad Lutfi. Republika memiliki ideologi nuansa islami, secara bersejarah dibentuk oleh ICMI. Selain itu, kepemilikan Republika.co.id yang pada saat sekarang merupakan tim sukses pendukung satu diantara ketiga capres serta cawapres pada Pemilu 2024 (Chusna, 2024).

Peranan ideologi media tidak lepas dari peranan konten yang nantinya dimuat ke dalam media massa, konten ini tidak bersifat alami melainkan konten yang terpengaruh (Gora & Irwanto, 2015, p. 50). Setiap media memiliki ideologi yang tidak sama, dengan pemilik media itu sendiri berbeda maka ideologi mediana pun akan ikut berbeda sesuai dengan kepentingan media itu sendiri. Penelitian mengenai konsep tersebut disebabkan teori framing bisa mempengaruhi ideologi para media.

2.2.3. Konstruksi Realitas Media

Menurut Berger and Luckman pada bukunya "*the Social Construction of Reality*" bahwa Perbedaan antara "realitas" dan "pengetahuan" bersifat kontekstual, yang berarti bahwa setiap studi sosiologis mengenai lingkungan sosial tertentu harus mempertimbangkan sifat hubungan antara keduanya (Dharma, 2018, pp. 3-4). Media massa merupakan salah satu pembentuk konstruksi realitas, Berger dan Luckmann juga mengemukakan bahwa pengaruh media massa tersebut melalui proses eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Bahwa dari proses tersebut media dapat mengkonstruksi sosial secara cepat dan tersebar merata, karena realitas dibangun untuk membentuk suatu opini publik, lalu massa lebih apriori, dan opini massa lebih sinis (Lestari & Iskandar, 2016, p. 11).

Menurut Burhan Bungin dalam (Lestari & Iskandar, 2016, p. 11) bahwa terdapat 4 (empat) step proses dari eksplanasi sosial media massa yakni persiapan materi eksplanasi realitas, lalu sebaran konstruksi, kemudian pembuatan konstruksi realitas, dan konfirmasi. Dan hasil dari tahapan tersebut menghasilkan 2 (dua) model konstruksi realitas media yaitu refleksi realitas dan model analog.

Model pertama tersebut dibentuk secara rasional dan dramatis terhadap suatu peristiwa. Sedangkan model kedua dibentuk dari refleksi yang pernah terjadi pada masyarakat (Lestari & Iskandar, 2016, p. 12). Hal ini menunjukkan bahwa pengelola atau pengusaha media dapat menentukan sudut pandang berita atau arah sebuah berita yang dibuat sesuai kebijaksanaan redaksi, sebab berita merupakan hasil seleksi dan rekonstruksi. Dalam konteks ini, bahwa penyajian berita juga mengandung interpretasi akan makna dari peristiwa tersebut. Sehingga, Filosofi media dan kepentingan finansial membentuk persepsi masyarakat terhadap realitas.

Pada hasil dari konstruksi realitas sosial menghasilkan pembedaan yang beragam di media massa daring. Dalam merepresentasikan hasil penciptaan realitas yang akan disampaikan kepada publik, Kompas.com serta Republika.co.id sebagai *online* media tentu mempunyai ciri serta sistem penyampaian yang berbeda-beda. Pada konteks ini, media daring dapat dijadikan sebagai panduan dalam pembentukan realitas berdasarkan ideologi yang diusung oleh masing-masing media tersebut. Penelitian ini berfokus pada realitas sosial yang dihasilkan dari interaksi individu pada peran sosial serta konstruksi sosial yang disebarkan oleh media massa. Konteks yang dianalisa mencakup pemberitaan isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024 selama periode November 2023 hingga Februari 2024 pada portal Kompas.com serta Republika.co.id.

2.2.4. Isu Netralitas Presiden

KBBI mengartikan “netral” sebagai “tidak memihak (tidak membantu salah satu pihak)”; dari sinilah konsep netralitas berasal. Oleh karena itu, sikap dan keadaan yang tidak memihak (bebas) itulah yang kita maksud ketika berbicara tentang netralitas. Individu tersebut menahan diri untuk tidak mengambil sikap terhadap isu-isu yang berpotensi mengadu domba kelompok atau organisasi lain. (Sarjiyati, Haryani, & Sutrisno, 2021, p. 1). Berdasarkan UU No 7 Tahun 2017 mengenai Pemilu Pasal 283 Ayat (1) menjelaskan bahwa pejabat negara, fungsional, serta pejabat struktural yang menjabat di sektor publik dilarang melakukan aktivitas yang menunjukkan dukungan kepada peserta pemilu, Ayat

(2) menjelaskan lebih lanjut bahwa aktivitas ini mencakup berbagai tindakan seperti mengadakan pertemuan, mengajak, memberi imbauan, mengeluarkan seruan, atau memberikan barang kepada pihak tertentu (Sakti, 2023).

Konsep kedaulatan rakyat, yang penting bagi demokrasi, menyatakan bahwa rakyat adalah pemilik kekuasaan yang sah. Kata “demokrasi” diambil dari kata Yunani “demos” (rakyat) dan “cratos” (pemerintah). Sehingga suatu pemerintah yang demokratis merupakan pemerintahan yang memberikan manfaat bagi warganya dan didirikan serta dijalankan oleh warganya. Negara yang menerapkan sistem pemilihan umum memiliki berbagai fungsi yang tak terpisahkan dari fungsi lainnya (Sarjiyati, Haryani, & Sutrisno, 2021, p. 6). Kampanye untuk jabatan publik memerlukan berbagai bentuk persuasi dan bukan paksaan, termasuk pidato, iklan, hubungan masyarakat, lobi, dan sejenisnya (Jurdi, 2018, p. 1). Menurut Jurdi secara konseptual bahwa pemilu sebagai sarana implementasi kedaulatan rakyat.

Pejabat negara telah diatur secara jelas dalam UU No 5 Tahun 2014 terkait Aparatur Sipil Negara. Dalam pasal 122 mengatakan pejabat negara mencakup berbagai posisi, termasuk presiden, wakil presiden, anggota lembaga legislatif, hakim-hakim tertinggi, serta berbagai pejabat pemerintahan dan lembaga negara lainnya yang di mana dikelola sesuai Undang-Undang. Dalam menjadi warga negara Indonesia, pejabat negara juga memiliki hak politik yang diatur oleh Undang-Undang Pemilu. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa pelaksanaan hak politik oleh pejabat negara harus selaras dengan kepentingan umum. Dalam Pasal 281 Ayat (1) UU Pemilu yang menyatakan jika pada kampanye Pemilu yang melibatkan pejabat negara, termasuk presiden dan stafnya, gubernur, serta bupati atau wali kota dan stafnya, mereka dilarang menggunakan fasilitas jabatan dan harus dilakukan saat mereka cuti di luar tanggungan (Sakti, 2023). Oleh karena itu, regulasi perundangan telah menetapkan batasan yang jelas bagi pejabat negara, untuk mencegah perilaku tidak netral selama proses pemilu berlangsung, sebab untuk menjamin pemilu yang bebas, adil, dan demokratis, presiden harus tetap netral dan tidak mendukung atau menentang kandidat mana pun.

Konsep ini menjadi landasan penting dalam penelitian karena berkaitan dengan isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024 selama periode November 2023 hingga Februari 2024. Fenomena ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap netralitas presiden dalam politik. Oleh karena itu, penelitian mengenai peningkatan pemberitaan netralitas presiden pada situs Kompas.com serta Republika sangat relevan. Penelitian dapat menghasilkan terkait gambaran akurat tentang bagaimana media melaporkan dan membingkai isu tersebut. Hasilnya dapat membantu masyarakat bersikap kritis dalam mengonsumsi berita *online* dan memberikan masukan bagi industri media untuk lebih memperhatikan nilai-nilai jurnalistik dalam pemberitaan.

2.2.5. Pengaruh media terhadap opini publik

- Secara umum audiens didefinisikan sebagai pengguna media. Menurut Virginia Nightingale, posisi audiens dapat dilihat dari hubungannya dengan media, yakni sebagai publik, komunitas, pasar, dan fans. Audiens dianggap sebagai publik ketika komunikator melihat mereka memiliki kepentingan yang terkait dengan kepentingan publik secara umum. Ketika audiens dianggap sebagai komunitas atau budaya, hal ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan media untuk mengekspresikan identitas mereka. Sebagai target pasar, audiens dianggap sebagai sasaran iklan produk yang disajikan melalui media. Terakhir, istilah 'fans' merujuk pada kata 'fanatik', yang menggambarkan seseorang yang perilaku atau sikapnya sangat dipengaruhi oleh orang lain. (Hapsari, 2017, hal. 485-486).

Menurut Tabroni dalam (Indrawan, 2017, p. 172) menegaskan bahwa opini publik akan terbentuk ketika media massa tersebut mengembangkan isu – isu tertentu, dan opini merupakan diartikan sebagai bentuk ekspresi dari sikap individu terhadap suatu kendala yang dianggap kontroversial. Perselisihan mengenai topik yang kontroversial selalu menimbulkan sudut pandang yang berbeda. Sebaliknya, sikap seseorang adalah cara defaultnya dalam menghadapi tantangan. Menurut Tabroni, sikap dimulai dari dalam diri seseorang, sedangkan gagasan (pernyataan atau ekspresi) muncul dari luar dirinya; namun, kedua

konsep tersebut berbeda dan dapat berinteraksi secara berkelanjutan. Ada hubungan yang kesinambungan antara sikap dan pandangan.

Konsep pengaruh media terhadap opini publik sesuai dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan penelitian mengeksplorasi bagaimana media melaporkan isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024. Isu ini berkaitan erat dengan sebuah media massa dalam membentuk opini publik dari pengembangan isu-isu tertentu.

2.2.6. Framing

Teknik *framing* adalah cara untuk mempelajari bias dan pandangan dunia reporter berita (Eriyanto, 2018, p. 79). Todd Gitlin juga menyatakan bahwa salah satu taktik yang digunakan untuk menampilkan realitas kepada pemirsas dan pembaca adalah *framing* media, yaitu membentuk dan menyederhanakan fakta dan peristiwa (Eriyanto, 2018, p. 80). Dalam hal ini, *framing* digunakan untuk menganalisis sebuah isi berita dalam setiap media dengan berbagai perangkat dimana dengan menentukan perspektif atau cara pandang dalam menentukan fakta yang ingin ditonjolkan dalam berita tersebut.

Menganalisis bagaimana media menyajikan fenomena kehidupan nyata (peristiwa, orang, organisasi, dll.) dikenal sebagai Analisis *framing* (Eriyanto, 2018, p. 3). Dalam proses pembingkai berita dengan metode eksplanasi, kenyataan sosial yang dilaksanakan sekaligus dieksplanasi sesuai makna yang ada guna menunjukkan bagaimana media memaknai dan membingkai sebuah peristiwa tersebut. Bahwasanya, yang menjadi fokus analisis *framing* yakni bagaimana sebuah media mengartikan realita dan simbol yang media pakai untuk dapat selesai dari masalah realita itu. Eriyanto dalam buku dengan judul '*Analisa Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*' yaitu terdapat pengertian *framing* yang diartikan oleh para ahli, yakni:

1. Robert M. Entman

Framing adalah proses penekanan terhadap beberapa faktor tertentu dari suatu kejadian yang membuatnya lebih menarik daripada faktor lain. Menurut Entman, kunci dari pembingkai adalah seleksi yang menampilkan realitas

tertentu yang lebih menonjol pada teks komunikasi. Sisi yang ditegaskan itu, baik dari repetisi kalimat, membuat sisi tertentu lebih mudah diingat serta isi tersebut dapat bermakna bagi publik (Eriyanto, 2018, p. 77).

2. **David Snow & Robert Benford**

Framing dapat dijelaskan sebagai cara memahami suatu peristiwa dengan menggunakan istilah-istilah yang terkait, serta mengatur pola pikir dan keyakinan yang terkait dengan peristiwa tersebut. *Framing* juga mencakup penggunaan kata kunci tertentu, seperti sumber informasi dan gambaran, untuk merangkum esensi dari suatu topik atau peristiwa. (Eriyanto, 2018, p. 78).

3. **Todd Gitlin**

Framing adalah strategi yang dipakai dalam membangun sebuah persepsi tentang realitas dengan cara yang ditampilkan kepada audiens secara luas. Hal ini akan melibatkan pemilihan dan penekanan pada peristiwa tertentu dalam suatu berita yang menonjol dan menarik perhatian publik. Pada proses ini akan melibatkan pengambilan keputusan dalam memilih, melihat, serta memberikan hal-hal terkait suatu realita untuk membentuk pemahaman dan penafsiran yang diinginkan. (Eriyanto, 2018, p. 78).

4. **Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki**

Framing ialah usaha strategis dalam membentuk dan mengolah berita. Konsep ini melibatkan penggunaan alat-alat kognitif dalam mengatur informasi, menginterpretasikan peristiwa, serta mengaitkannya dengan pola pikir dan norma-norma yang biasa digunakan dalam penyusunan berita (Eriyanto, 2018, p. 79).

Pada penelitian peneliti menggunakan cara *framing* dari Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki agar dapat melihat cara membingkai berita yang dilaksanakan dalam media daring Kompas.com dan media daring Republika.co.id pada pemberitaan netralitas presiden dalam Pemilu 2024. Dan diharapkan hasil penelitian menghasilkan gambaran terkait bagaimana cara seorang jurnalis dalam

mengelola dan menyajikan suatu berita untuk publik yang akan mengkonstruksikan sebuah fakta atau berita dalam media.

2.2.6.1. Analisis *Framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Framing bertujuan untuk melakukan pendekatan dalam mencari tahu sebuah perspektif yang dipakai seorang jurnalis dalam menulis sebuah berita atau isu tertentu. Dalam metode *framing* Zhondang Pan serta Gerald M. Kosicki, perangkat *framing* bisa diklasifikasikan kepada 4 struktur besar, yakni:

1. Dimensi sintaksis, judul, konteks, petunjuk, opini, pernyataan, kutipan, dan observasi peristiwa semuanya termasuk dalam dimensi sintaksis.
2. Dimensi skrip, berhubungan dengan cara jurnalis menceritakan suatu peristiwa yang kemudian ia bagaimana ia mengatasinya menjadi suatu berita. Tahap ini dilakukan jurnalis dalam menyusun suatu fakta dengan menggunakan perangkat *framing* ialah lengkapnya suatu dari berita. Suatu unit yang ditinjau dalam struktur ini ialah 5W+1H (*Who, What, When, Where, Why dan How*).
3. Dalam dimensi tematik, terdapat hubungan tema antara satu frase dengan kalimat lain yang membentuk berita. Pada titik ini jurnalis menyajikan fakta secara tertulis dengan memanfaatkan teknik bingkai berupa kalimat, detail, koherensi, dan kata ganti. Pada unit ini yang bisa ditinjau adalah preposisi, kalimat, paragraf, dan juga keterkaitan antar kalimat satu dengan lainnya.
4. Dimensi retorik, unsur yang dimana jurnalis akan merujuk suatu fakta yang memakai *framing* yang berupa leksikon, metafora, dan grafis. Pada unit ini yang bisa ditinjau ialah idiom, grafik, dan gambar.

Tabel 2. 2 Struktur Perangkat Framing model Zhondang Pan dan Gerald Kosicki

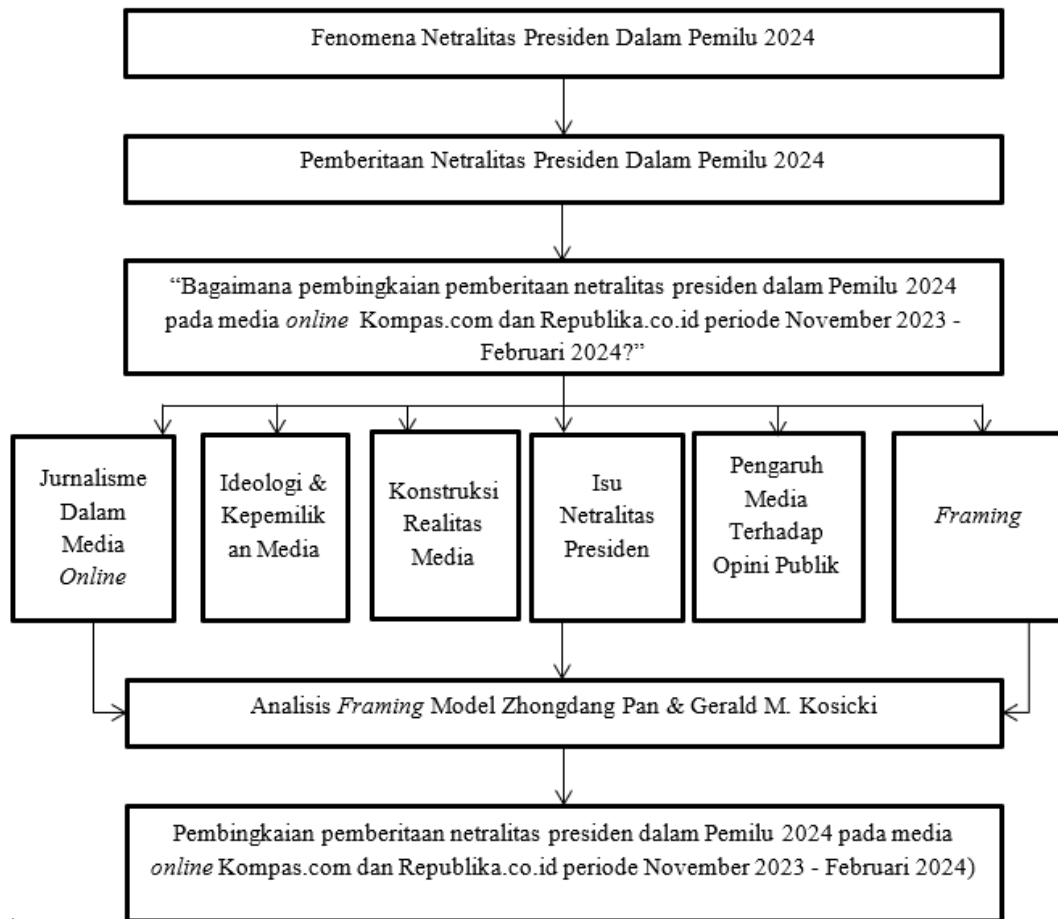
STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSI Jurnalis dalam menstruktur kata	1. Skema Berita	Judul, <i>lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup

SKRIP Jurnalis dalam menceritakan sebuah fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK Jurnalis dalam menuliskan fakta	3. Detail 4. Maksud Kalimat Hubungan 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, Proposisi
RETORIS Jurnalis dalam menegaskan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kosa kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: Olahan Peneliti.

Analisis ini mempergunakan analisa *framing* pakar Zhongdang Pan & Gerald M Kosicki dikarenakan diharapkan bisa menganalisis pertanyaan dari rumusan masalah yaitu bingkai berita media daring Kompas.com serta media *online* Republika.co.id yang dimana setiap artikel akan diteliti baik dari unsur skrip, tematik, retorik, dan sintaksis. Peneliti meneliti menggunakan unsur – unsur tersebut diharapkan dapat menjawab bagaimana pembingkai berita yang dilaksanakan oleh masing – masing media itu.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir (Data Peneliti, 2024)

Sesuai dengan kerangka berpikir, berawal dari peristiwa tindak netralitas presiden dalam Pemilu 2024, lalu muncul beragam pemberitaan terkait isu netralitas presiden dalam Pemilu 2024 dari media *online* Kompas.com serta Republika.co.id. Peneliti mengenakan teori *jurnalisme* dalam media *online*, ideologi dan kepemilikan media, konstruksi realitas media, pengaruh media terhadap opini publik dan *framing*. Peneliti mengenakan analisis *framing* milik Zhongdang Pan serta Gerald M. Kosicki yang di mana keemat struktur, yakni: skrip, sintaksis, retorik, serta tematik pada menganalisis bagaimana ke dua media *online* dalam pembingkaiian berita.