ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengemasan berita debat kandidat capres dan cawapres Pemilu 2024 dari aspek jenis berita pada akun Instagram Kompas.com dan IDN Times dalam periode debat satu 12 Desember 2023 sampai periode debat ke lima 4 Februari 2024. Dengan menggunakan metode pendekatan analisis isi kualitatif dengan konsep jurnalisme onlinen dan media sosial. Konsep-konsep yang menjadi kategori dalam penelitian antara lain seperti Jenis Berita, Nilai Berita, Pemenuhan 5W+1H, Struktur Berita, Nada Berita. Kemudian dari jenis pemberitaan tersebut di dominasi oleh *Straight News*, lalu pada nilai berita didominasi oleh Nilai Orang Penting *(Public Figures/News Maker*) Aktual (*Timeliness),* Akibat/Dampak *(Impact),* Penting (*Important*) kemudia pemenuhan 5W+1H lebih banyak berita lengkap dan berimbang pada berita tidak lengkap, lalu struktur berita di dominasi dari struktur piramida terbalik dan jam pasir, dari nada beirita berimbang pada nada netral. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan dan masukan dari media yang diteliti, dan tentunya diharapkan bagi dapat menjadikan pedoman dalam setiap pemberitaan debat dan pemberitaan tentang aspirasi dari politik dalam debat. Media memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan literasi Masyarakat, tentunya terhadap pada momen Pemilu 2024 yang merupakan suatu momen penting dalam kehidupan politik Indonesia, yang akan menentukan arah dan kesatuan bangsa di masa mendatang. Pada Pemilu 2024, masyarakat Indonesia memilih secara serentak calon presiden dan wakil presiden. . Selain itu Pemilu 2024 juga menjadi momen penting karena Indonesia baru saja melewati pandemi Covid-19 yang mengakibatkan regresi demokrasi, dan tidak menjamin demokrasi yang matang. Media 2 *media online* yang memberitakan pemberitaan debat calon presiden dan calon wakil presiden

Kata Kunci : Pengemasan Berita, Jurnalisme Online, Debat Kandidat Capres Dan Cawapres, Analisis Isi Kualitatif.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN