

Analisis Framing pada Teks Editorial Tentang Pemilu 2024: Studi Kasus pada Media Online Kompas.Com

Wiva Anza Dewata Br Perangin Angin¹, Puvut Bethanya Br Surbakti²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara, 20155, Indonesia

Abstract. *This study aims to analyze the framing in Kompas.com's editorials on the 2024 Indonesian Presidential Election using Robert N. Entman's framing model. A qualitative descriptive approach was employed to explore framing elements, including define problems, diagnose causes, make moral judgment, and treatment recommendation. The findings reveal that Kompas.com framed the news by providing positive moral evaluations of certain candidates and highlighting critical issues, although the causes of problems and solutions were not always explicitly addressed. These results underscore the significant role of editorials as a media tool in shaping public perceptions of presidential candidates and political issues. Editorial framing not only constructs political realities but also influences public opinion, highlighting the importance of transparency and objectivity in political reporting.*

Keywords: *framing, editorial texts, 2024 election, Kompas.com, public opinion.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing dalam teks editorial Kompas.com tentang Pemilu 2024 menggunakan model Robert N. Entman. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk mengeksplorasi elemen framing seperti define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com membingkai pemberitaan dengan memberikan penilaian moral positif terhadap kandidat tertentu dan menyoroti isu-isu penting, meskipun tidak selalu menyertakan penyebab masalah atau rekomendasi penyelesaian. Temuan ini menegaskan peran signifikan teks editorial sebagai alat media dalam membentuk persepsi publik tentang kandidat presiden dan isu politik. Framing dalam editorial tidak hanya mengkonstruksi realitas politik tetapi juga mempengaruhi opini masyarakat, menekankan pentingnya transparansi dan objektivitas media dalam pemberitaan politik.

Kata kunci: framing, teks editorial, Pemilu 2024, Kompas.com, opini publik.

1. PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia menjadi salah satu momen krusial dalam perjalanan demokrasi negara ini, di mana media massa berperan penting dalam membentuk opini publik. Teks editorial sebagai salah satu bentuk pemberitaan memiliki kekuatan untuk membingkai isu-isu politik, termasuk dalam konteks Pemilu. Oleh karena itu, analisis framing pada teks editorial menjadi penting untuk memahami bagaimana media menyajikan dan menginterpretasikan berita terkait pemilu. Media massa memainkan peran sentral dalam kehidupan politik saat ini. Peran tersebut dapat mempengaruhi perkembangan politik dengan membentuk opini dan persepsi. Komunikasi politik secara langsung mempengaruhi opini publik dan oleh karena itu merupakan faktor penting dalam membentuk pandangan individu terhadap konten berita. Salah satu cara media massa memengaruhi opini publik adalah melalui penyajian berita yang tidak hanya informatif tetapi juga sarat dengan interpretasi tertentu (Salzafira, et al., 2024). Menurut Gunawan dan Rahayu (2020), media massa berfungsi sebagai agen mediasi yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mengonstruksi realitas melalui framing tertentu.

Di era digital, teks editorial menjadi salah satu medium utama bagi media online untuk mengekspresikan pandangan institusional mereka terhadap isu-isu politik. Editorial memberikan interpretasi dan analisis mendalam yang dapat membentuk persepsi pembaca. Sebagai medium yang memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik, media sering kali menggunakan strategi tertentu untuk menyampaikan pesan mereka secara efektif. Hal ini relevan dengan bagaimana Kompas.com sebagai salah satu media online terbesar di Indonesia, membingkai berita tentang Pemilu 2024 melalui teks editorialnya. Salah satu strategi yang digunakan adalah framing. Framing adalah proses memilih atau menekankan beberapa aspek dari suatu peristiwa atau isu, membentuk pola hubungan antar aspek peristiwa atau isu, dan membentuk interpretasi, evaluasi, dan/atau solusi tertentu (Perloff, 2022). Menurut Lippmann (1922), framing dalam media dapat membentuk apa yang dianggap penting oleh publik dengan memilih dan menyoroti elemen tertentu dalam pemberitaan. Framing dapat mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Dengan mempertajam kerangka tertentu seputar suatu peristiwa, mereka dapat mengklaim bahwa opini publik yang muncul dan berkembang menyetujui atau mendukung kepentingan mereka melalui “klaim kebenaran” mereka. Realitas dan peristiwa begitu kompleks dan acak sehingga penting untuk mengidentifikasinya (menyebutkannya, menghubungkannya dengan peristiwa lain yang diketahui khalayak) dan menempatkannya dalam konteks sosial tertentu di mana khalayak berada (Eriyanto, 2015). Framing tertentu yang disajikan media akan membentuk realitas. Publik mengkonstruksi realitas berdasarkan informasi yang mereka dapatkan, di mana berita yang disajikan media merupakan salah satu sumber informasi tersebut (Alvin, 2022).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi analisis framing dalam konteks pemberitaan politik di Indonesia. Misalnya, penelitian oleh Rahman dan Yulianto (2022) menemukan bahwa framing yang digunakan oleh media dapat memperkuat stereotip tertentu tentang kandidat, yang berpotensi memengaruhi hasil pemilu. Penelitian lain oleh Setiawan (2023) menekankan pentingnya konteks sosial dalam analisis framing, di mana media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi tetapi juga sebagai agen pembentuk opini yang terpengaruh oleh dinamika sosial dan politik. Selanjutnya, analisis oleh Prabowo (2023) menunjukkan bahwa media mainstream cenderung memiliki bias dalam pemberitaan yang menguntungkan pihak-pihak tertentu, menciptakan ketidakadilan dalam representasi berita pemilu. Lebih jauh lagi, penelitian oleh Sari dan Wijaya (2023) mengungkapkan bahwa teks editorial sering kali mengandung penilaian moral yang dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu-isu politik. Dengan demikian, kajian-kajian ini menunjukkan bahwa

meskipun ada banyak penelitian tentang framing teks editorial dalam pemberitaan pemilu, masih terdapat kebutuhan untuk menganalisis secara lebih mendalam perbedaan framing teks editorial pada media serta dampaknya terhadap pemilih.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai analisis framing dalam konteks Pemilu 2024, penelitian yang secara khusus fokus pada teks editorial di media Kompas masih terbatas. Melalui analisis framing, dapat diidentifikasi tujuan dari suatu pemberitaan, baik yang disusun secara netral maupun yang mengandung kepentingan tertentu yang diakomodasi oleh media dalam proses penyajiannya (Misiyem, M., & Kurniawati, D, 2023). Selain itu, meskipun ada pemahaman tentang bias dalam pemberitaan, belum banyak yang mengkaji elemen-elemen spesifik dari framing yang digunakan dalam teks editorial dan dampaknya terhadap persepsi publik. Berdasarkan uraian pada pendahuluan, penelitian ini merumuskan satu masalah utama, yaitu: "Bagaimana media massa, khususnya media online Kompas melakukan framing teks editorial terhadap pemberitaan tentang calon Presiden pada Pemilihan Umum tahun 2024?".

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media online kompas.com melakukan framing teks editorial pemberitaan tentang calon Presiden dalam Pemilu 2024 dengan menggunakan Model Analisis Framing Robert N. Entman. Analisis ini mencakup empat elemen utama pada tingkat teks, yaitu: Define Problems (mendefinisikan masalah), Diagnose Causes (mengidentifikasi penyebab), Make Moral Judgement (memberikan penilaian moral), dan Treatment Recommendation (merekomendasikan solusi).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis sebagai kerangka perspektif. Paradigma ini menekankan bahwa setiap individu berusaha memahami dunia di sekitar mereka, baik dalam konteks tempat tinggal maupun pekerjaan. Pemahaman tersebut dibangun melalui interpretasi pribadi atas pengalaman yang mereka alami (Creswell, 2013). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena selaras dengan pendekatan analisis framing, di mana media dipahami sebagai agen yang membentuk realitas dengan menyertakan perspektif, bias, dan keberpihakan terhadap suatu peristiwa atau berita (Lubis, P. P. G., & Khairani, L, 2020). Dalam paradigma ini, pendekatan yang sering digunakan adalah metode penelitian kualitatif, termasuk dalam penelitian ini yang mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini menitikberatkan pada proses dan pemahaman makna, di mana penulis berperan sebagai instrumen utama dengan fokus pada pengamatan alamiah. Metode deskriptif tidak bertujuan untuk menemukan hubungan, menguji hipotesis, atau meramalkan

sesuatu, melainkan lebih mengutamakan kegiatan observasi (S. Hanyfah & I. Budiarmo, 2022). Peneliti mengumpulkan data utama yakni pemberitaan mengenai Pemilu Calon Presiden 2024 yang disampaikan oleh Kompas.com yang berlangsung mulai 02 Oktober 2023 hingga 20 Oktober 2023. Metode kualitatif dalam penelitian ini mengaplikasikan analisis teks media, khususnya analisis framing. Model analisis yang digunakan adalah Model Framing Robert M. Entman, yang meliputi empat elemen utama: Define Problems (mendefinisikan masalah), Diagnose Causes (mengidentifikasi penyebab), Make Moral Judgement (memberikan penilaian moral), dan Treatment Recommendation (merekomendasikan solusi). Model framing yang dikembangkan oleh Robert N. Entman merupakan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis perspektif dan sudut pandang yang diadopsi oleh jurnalis dalam memilih isu pemberitaan serta mengonstruksi isu tersebut ke dalam berita yang dapat menciptakan interpretasi berbeda dari realitas sebenarnya. Perspektif dan sudut pandang tersebut berperan dalam menentukan fakta-fakta yang akan disampaikan, menonjolkan atau menghilangkan elemen tertentu, serta mengarahkan narasi isu pemberitaan. Dalam perspektif komunikasi, analisis framing digunakan untuk mengungkap mekanisme dan ideologi media dalam membangun konstruksi atas suatu fakta (Fiorentina et al., 2018). Santi (2020) menjelaskan bahwa metode analisis framing model Entman dapat mengungkap kekuatan teks dalam sebuah berita.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini secara mendalam menganalisis pemberitaan mengenai Pemilu Calon Presiden 2024 yang disampaikan oleh Kompas.com. Dari hasil pencarian, terdapat enam pemberitaan dari media Kompas.com sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Berita Pemilu 2024 Media Kompas.com

No	Waktu Berita	Judul Berita
1	02 Oktober 2023, 10:40 WIB	Anies Baswedan Diingatkan untuk Bershalawat dan Beristighfar oleh Gus Najih
2	07 Oktober 2023, 12:55 WIB	Anies Baswedan Kunjungi Purwakarta Sore Ini, NasDem: Massa Akan Tumpah Ruah
3	10 Oktober 2023, 18:02 WIB	Ganjar Pranowo Target Menang di Tasikmalaya 54 Persen
4	18 Oktober 2023, 11:27 WIB	Dipilih Jadi Cawapres Ganjar, Mahfud: Saya Tak Pernah Kampanye dan Pasang Spanduk

5	19 Oktober 2023, 21:29 WIB	Jika Jadi Presiden, Prabowo: Tidak Boleh Ada Kemiskinan di Indonesia, Tak Boleh Ada Anak Kurang Gizi
6	20 Oktober 2023, 11:00 WIB	Survei LSI: Elektabilitas Prabowo dan Ganjar Bersaing Ketat, Anies Urutan Ke-3

Media Kompas.com membahas berbagai artikel yang menyoroti keberadaan kedua pasangan calon presiden, termasuk aktivitas dan ekspresi mereka, dengan gaya dan sudut pandang masing-masing. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses halaman berita ini dan membagikan informasi melalui grup atau platform media sosial lainnya untuk memperoleh berita dari media tersebut. Situs berita online menyajikan beragam informasi dalam format yang mudah diakses, memungkinkan siapa saja mendapatkan berita, menyuarakan pendapat, memberikan kritik, atau mengambil posisi terhadap isu sosial yang sedang hangat di masyarakat.

Bahkan, investor sering memanfaatkan berita online, terutama selama masa menjelang kampanye hingga berlangsungnya Pemilu, untuk menarik perhatian calon pemilih di Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial sering digunakan untuk mempengaruhi opini publik dan membangun hegemoni. Berdasarkan alat analisis framing Robert M. Entman, hasil analisis framing berita secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

a. Definisi Masalah

Masalah utama yang diangkat dalam narasi yang disampaikan oleh Kompas.com adalah persaingan elektabilitas antara tiga bakal calon presiden (capres) Pemilu 2024, yaitu Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan. Teks editorial tersebut menyampaikan bahwa Prabowo Subianto unggul dalam elektabilitas, diikuti oleh Ganjar Pranowo yang sedikit tertinggal, dan Anies Baswedan yang menunjukkan penurunan elektabilitas. Framing dalam hal ini terdapat pada difokuskannya isu ketatnya persaingan antara calon presiden, menyoroti keterlibatan dua tokoh besar yaitu Prabowo dan Ganjar, serta penurunan elektabilitas Anies yang dianggap sebagai suatu isu yang mempengaruhi arah Pemilu 2024. Ditambah lagi, dalam teks editorial tersebut Survei elektabilitas ini dianggap sebagai refleksi dari dinamika politik Indonesia menjelang Pemilu. Selain itu, dalam mendefinisikan masalah, narasi yang disampaikan di Kompas.com mencakup berita-berita seperti peringatan bernuansa spiritual yang ditujukan kepada Anies Baswedan, kunjungan Anies ke Purwakarta yang berpotensi menarik keramaian massa, target kemenangan Ganjar Pranowo di Tasikmalaya, pernyataan Mahfud MD mengenai keputusan untuk tidak berkampanye sebagai calon

wakil presiden, tekad Prabowo Subianto untuk mengatasi kemiskinan dan masalah gizi anak jika terpilih sebagai presiden.

b. Mendiagnosis penyebab

Menentukan penyebab masalah berfungsi untuk membingkai alasan di balik terjadinya suatu peristiwa atau masalah. Namun, pada Kompas.com, penyebab masalah tidak dijelaskan secara eksplisit dan tidak ada informasi mendalam mengenai alasan di balik isu atau peristiwa tertentu dalam setiap kasus yang diberitakan.

c. Membuat Penilaian Moral

Elemen ini digunakan untuk memberikan justifikasi atau pendapat berdasarkan makna masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam pemberitaan di Kompas.com, terdapat kecenderungan menciptakan penilaian moral positif terhadap Anies Baswedan, seperti yang terlihat dalam pemberitaan pertama yang menyoroti penerimaan peringatan spiritual olehnya. Pada berita kedua, meskipun tidak secara eksplisit memberikan penilaian moral, pernyataan terkait potensi keramaian massa memberikan kesan positif terhadap popularitas Anies. Berita ketiga dan keempat menunjukkan penilaian moral positif terhadap Ganjar Pranowo dan Mahfud MD dengan menonjolkan komitmen atau tindakan mereka. Berita kelima menggarisbawahi komitmen Prabowo Subianto terhadap kesejahteraan rakyat, menciptakan kesan positif. Namun, berita keenam tidak memuat penilaian moral secara eksplisit.

d. Rekomendasi Perawatan

Tahap ini berfokus pada mengevaluasi solusi atau tindakan yang diinginkan oleh jurnalis untuk menyelesaikan masalah atau isu yang diangkat. Namun, dalam pemberitaan di Kompas.com, tidak ditemukan rekomendasi penyelesaian yang spesifik, karena artikel-artikel tersebut cenderung bersifat deskriptif dalam setiap kasus yang disajikan.

Berdasarkan pengamatan terhadap empat elemen analisis framing yang dikemukakan oleh Robert N. Entman, dapat disimpulkan bahwa Kompas.com menyampaikan informasi melalui berita yang, pada beberapa kasus, memberikan penilaian moral positif terhadap pemimpin atau kandidat tertentu serta menyoroti masalah yang perlu diatasi. Namun, sebagian berita lainnya hanya bersifat deskriptif tanpa menjelaskan penyebab masalah atau menawarkan rekomendasi penyelesaian.

Penilaian moral dan rekomendasi tersebut berpotensi mempengaruhi cara masyarakat memahami dan menilai isu-isu yang dibahas dalam pemberitaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Kompas.com membingkai pemberitaan dalam teks editorial dengan menyoroti pernyataan pemimpin atau kandidat, memberikan penilaian moral positif pada beberapa aspek, dan mengidentifikasi isu-isu yang perlu diatasi. Pendekatan framing yang digunakan, sesuai dengan model analisis Robert N. Entman, menekankan elemen *define problems*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*, meskipun rekomendasi penyelesaian tidak selalu dijelaskan secara eksplisit.

Hasil analisis framing ini menunjukkan bahwa teks editorial, sebagai representasi pandangan resmi media, berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap calon presiden dan isu-isu politik. Penekanan pada elemen penilaian moral dalam teks editorial dapat membentuk cara pembaca memahami, mengevaluasi, dan bahkan mengambil sikap terhadap isu yang diangkat. Dengan demikian, framing dalam teks editorial menjadi alat strategis bagi media untuk mengkonstruksi realitas politik sesuai perspektif yang diusungnya.

REFERENSI

- Alvin, S. (2022). *Komunikasi politik di era digital: Dari big data, influencer relations & kekuatan selebriti, hingga politik tawa*. DeePublish.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design – Pendekatan kualitatif, kuantitatif dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. (2015). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media*. LkiS.
- Fiorentina, R., Mayasari, & Hariyanto, F. (2018). Analisis framing pemberitaan ‘Reuni Akbar 212’: Analisis framing model Robert N. Entman media online Kompas.com dengan *Republika.co.id* edisi 26 November 2017 – 9 Desember 2017. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(2), 84–93. Retrieved from <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana/article/view/1657/1318>
- Gunawan, R., & Rahayu, D. A. (2020). Media dan konstruksi realitas sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(1), 45–60.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan metode kualitatif deskriptif untuk aplikasi pengolahan data pelanggan pada car wash. In *Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi* (Vol. 6, No. 1, pp. 339–344). <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>

- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.
- Lubis, P. P. G., & Khairani, L. (2020). Analisis framing berita berjudul “Presiden Jakarta Selatan” di Majalah Tempo edisi 22–28 April 2019. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 149–156.
- Misiyem, M., & Kurniawati, D. (2023). Analisis framing curi start kampanye Anies Baswedan sebagai calon presiden 2024 di media Detik.com. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(1), 1–31.
- Perloff, R. M. (2022). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age*. Routledge.
- Prabowo, H. (2023). Bias media dalam pemberitaan pemilu: Studi kasus media mainstream. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(6), 2796–2805.
- Rahman, A., & Yulianto, D. (2022). Framing dalam pemberitaan pemilu: Analisis media online. *Jurnal Komunikasi dan Politik*, 5(2), 150–162.
- Salzafira Al Madinah, M. F., Qoni’ah Nur Wijayanti, S. I., & Ikom, M. (2024). Analisis framing pemberitaan calon presiden 2024 di masa menuju kampanye dalam pemilu 2024 pada media Jawapos.com dan Kompas.com periode bulan Oktober. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1).
- Santi, E. T. (2019). Representasi citra politisi perempuan di parlemen: Analisis framing dalam pemberitaan Voaindonesia.com dan Mediaindonesia.com. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 22–32.
- Sari, L., & Wijaya, M. (2023). Framing teks editorial dalam pemberitaan pemilu: Analisis media. *Jurnal Komunikasi Massa*, 12, 200–215.
- Setiawan, B. (2023). Analisis framing dalam berita politik: Konteks sosial dan media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19, 45–60.