

## RELASI MEDIA MASSA JELANG PEMILU 2024 ANTARA PEMERINTAH DAN MASYARAKAT

**Baharuddin**

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Aceh  
baharuddin@ar-raniry.ac.id

**Abstrac:** *The relationship between the mass media and the political sphere is a matter of dilemma. Where, the reporting of a media is not completely neutral from political intervention or patronage of power. The media in terms of democracy is a trias politica institution which is the fourth pillar in democracy. The central function of the media is as a media supervisor. The public is guided in consuming both printed and electronic information as well as translating various frenzied realities of national and state life. The media here has power over public knowledge through the framing of text and images so that they become the main reference for the public in forming their opinions on the course of government. Information is the key word that links media relations with politics through the formation of public opinion on the news. This study aims to explain and analyze the tendency of mass media coverage in the context of the 2024 Presidential Election. The research method used is the framing analysis model of Robert N. Entman. The results of the research show that the relations of the mass media in politics by looking at the alignments of the mass media can at least be detected through; Mass media in determining news sources; The media takes advantage of the limitations of columns and pages, the mass media will pay attention to things that are considered urgent from a person or pair of candidates in the election; There is an arrangement of space and place that is wide enough for the activities of a person or pair of candidates, such as reporting on the first page of a newspaper.*

**Keywords:** *Relations, Mass Media, Elections, Government, Society.*

**Abstrak:** Relasi media massa dengan ranah politik adalah sebuah hal yang dilema. Dimana, pemberitaan sebuah media tidak sepenuhnya netral dari intervensi politik maupun patronase kekuasaan. Media dalam hal berdemokrasi merupakan sebuah lembaga trias politik yang menjadi pilar keempat dalam demokrasi. Fungsi sentral media adalah sebagai pengawas media. Publik dipandu dalam mengkonsumsi informasi baik cetak dan elektronik serta menerjemahkan berbagai realitas hiruk-pikuk kehidupan berbangsa dan bernegara. Media di sini berkuasa atas pengetahuan publik melalui framing teks dan gambar sehingga menjadi rujukan utama publik dalam membentuk opini mereka terhadap jalannya pemerintahan. Informasi menjadi kata kunci yang menautkan relasi media dengan politik melalui pembentukan opini publik atas pemberitaan tersebut. Penelitian ini bertujuan menjelaskan dan menganalisa kecenderungan pemberitaan media massa dalam konteks Pilpres 2024. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah analisis framing model Robert N. Entman. Hasil penelitian terlihat bahwa dengan relasi media massa dalam politik dengan melihat keberpihakan media massa setidaknya dapat dideteksi melalui; Media massa dalam menentukan sumber berita; Media memanfaatkan keterbatasan kolom dan halaman, media massa akan memerhatikan hal yang dipandang urgen dari seseorang atau pasangan calon dalam Pemilu; Adanya pengaturan ruang dan tempat cukup luas terhadap kegiatan seseorang atau pasangan calon, seperti pemberitaan pada halaman pertama dari sebuah surat kabar.

**Kata kunci:** Relasi, Media Massa, Pemilu, Pemerintah, Masyarakat.

## **A. Pendahuluan**

Tahun 2024 mendatang, Indonesia akan melaksanakan perhelatan politik yaitu pemilu nasional pemilihan presiden, DPR, DPD, DPRD, dan juga Pilkada yang akan dilaksanakan secara serentak. Ini merupakan ujian besar bagi bangsa Indonesia dalam menjalankan demokrasi. Maka dari itu, komitmen semua pihak perlu ditingkatkan secara solid. Pemerintah diharapkan dapat tenang dalam mengatasi tantangan tersebut. Kebutuhan akan stabilitas politik dan kinerja kuat agar dapat bekerja dengan baik.

Suatu sistem politik sudah dapat dikatakan demokratis jika para pembuat keputusan kolektif yang paling kuat dalam sistem itu dipilih melalui Pemilu yang adil, jujur, dan berkala<sup>1</sup>. Demokrasi satu negara ditandai dengan adanya sebuah pemilu. Di mana, ia merupakan bagian integral dalam negara demokratis.

Media sosial menjadi salah satu aspek penting bagi kehidupan manusia. Banyaknya kebutuhan informasi yang cepat akurat dan dapat di percaya, media massapn berkembang sedemikian rupa. Media sangat dibutuhkan oleh segala kalangan baik individu maupun secara berkelompok, masyarakat. Perkembangan budaya dan teknologi sangat dipengaruhi oleh sebuah media. Bahkan, media sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari perkembangan budaya manusia saat ini. Segala informasi yang hadir menjadikannya seperti kebutuhan pokok bagi individu, masyarakat, organisasi bahkan budaya suatu daerah.

Jurnalisme politik media adalah pemilu. Independensi dan kredibilitas media menjadi sebuah tantangan yang kuat dalam sebuah pemilu. Fungsi media sebagai corong pendidikan bagi para pemilih dan menjadi kekuatan kontrol terhadap proses politik yang berlangsung. Media jangan sampai terjebak dengan kepentingan kekuatan elit politik serta mengabaikan fungsi media itu sendiri. Dengan demikian, Jurnalisme politik dapat menghindari jurnalisme propaganda. Begitu juga, terhindar dari jurnalisme borjuis dan jurnalisme yang menghamba kepada kepentingan politisi dan pemodal kapitalis. Dimana, memanfaatkan pemilu untuk aktivitas tawar-menawar politik demi menjaga eksistensi bisnis dan karir politiknya.

Pers memiliki dan menjalankan kekuasaan publik tanpa mengubah statusnya sebagai pranata sosial, yang menjalankan fungsi untuk kepentingan publik seperti

---

<sup>1</sup> H. Samuel P. *Partisipasi politik di negara berkembang*. Rineka Cipta, Pusat Survei Geologi, 1994.

menyampaikan dan menyebarkan informasi, membangun saling pengertian dan harmonisasi public dalam hal ini media dan komunikasi politik yang menjadi asas dasar media.<sup>2</sup>

Mempengaruhi agenda media ke agenda publik merupakan kekuatan sebuah media massa. Di mana, media massa mampu mengarahkan perhatian khalayak terhadap isu-isu tertentu yang diagendakan media massa. Jurnalisme cenderung menjadi alat propaganda. Kepemilikan media massatertuju pada sekelompok kaum elit kekuatan ekonomi, konglomerat. Konsentrasi sepenuhnya pada keamanan bisnis masih sangat tergantung pada kekuatan politik yang sedang atau akan berkuasa, terutama pada musim kompetisi pemilihan umum.

Saban hari, segelintir pemilik media massa menjadi pengkampanye calon atau partai yang mereka dukung tanpa keberimbangan terhadap calon lainnya atau partai lainnya. Media massa sangat erat dengan propaganda terhadap kepentingan politik praktis tanpa mempertimbangkan azas keberimbangan dalam menyajikan berita dan sebagainya.

Sikap masyarakat mileneal, dan dengan isu-isu politik yang sangat intens dipelopori oleh media massa. Acapkali menunjukkan suatu kesinambungan yang tampak dinamis. Kendati sifat dari kedinamisan ini, oleh masing-masing individu menunjukkan suatu atensi "yang mendua" pada saat menerima informasi mengenai isu-isu politik.

Optimalisasi informasi dan pengontrol sosial dalam tahapan Pemilu dan Pilkada serentak Tahun 2024 yang akan datang merupakan peran media massa dan menjadi posisi yang sangat strategis. Selanjutnya, sinergitas antara Komisi Pemilihan Umum (KPU) atau Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) dengan media massa dapat berjalan efektif dalam mensosialisasikan tahapan Pemilu dan Pilkada 2024 kepada masyarakat umum dengan berimbang.

Media jurnalisme harus menyajikan fakta-fakta dan informasi independen tentang peristiwa dan isu-isu yang menjadi referensi masyarakat dalam membuat keputusan dalam Pemilu. Penyediaan informasi yang dibutuhkan masyarakat adalah tujuan paling penting bagi media massa. Oleh karena itu, independensi media

---

<sup>2</sup> Junaidi, dkk., *Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik*, Yogyakarta 2018.

massa sangat penting dalam otoritas politik, otoritas sosial atau bisnis, dan tidak ada bias personal.

Relasi media massa sangat kuat dan bahkan akan berdampak signifikan bagi masyarakat dan tentunya berpeluang menjadikan ruang media massa sebagai bagian dari "juru kampanye" secara simultan. Pembedanya hanya satu, yaitu media massa mana yang paling kencang menyuarakan hak-hak konstituen dalam rangka pemenuhan hak-hak demokrasi sekaligus nuansa moralis politik ke dalam konstruksinya.

## **B. Konseptual / Teori**

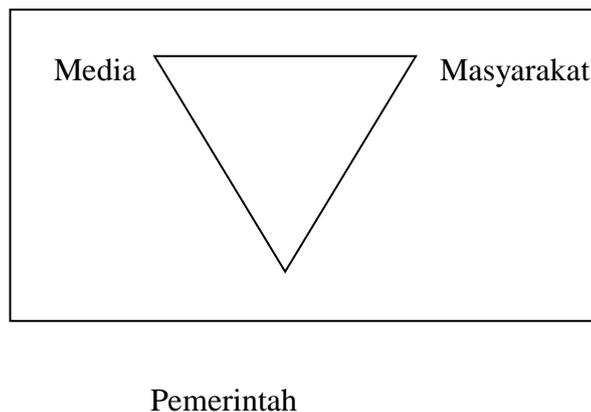
### **1. Relasi Media Massa dan Politik**

Hubungan media dengan politik atau para politisi dan pemerintah telah berjalan begitu lama. Hubungan timbal balik antara media massa dan politisi karena saling membutuhkan satu sama lain. Wartawan membutuhkan politisi atau pejabat pemerintah sebagai sumber informasi, begitu juga para politisi memerlukan media untuk menyampaikan ide atau gagasan, termasuk kebijakan-kebijakan yang bakal dan telah diputuskan atas nama kepentingan masyarakat.

Meskipun adanya hubungan simbiosis mutualis, pada situasi tertentu sering kali terjadi ketidakharmonisan. Oleh karena itu, ada yang mengatakan bahwa hubungan antara media massa dan politik seperti "benci tetapi saling merindukan". Merrill berpendapat, semestinya media massa bersahabat dan bekerja sama untuk kepentingan orang banyak. Permusuhan antara media massa dan pemerintah secara umum terjadi karena media massa menjalankan fungsinya sebagai anjing penjaga.<sup>3</sup> Adapun mengenai format relasi antara media massa dan politik, termasuk masyarakat dapat digambarkan sebagai berikut.

---

<sup>3</sup>Cangara, H. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 109.



Gambar 1. Pola Hubungan Kerjasama Antara Masyarakat, Media, dan Pemerintah

Kerjasama di antara masyarakat, media, dan pemerintah dapat kita lihat pada gambar di atas. Peran media tidak sekadar memberitakan, tetapi turut berperan dalam koridor pembangunan bangsa (*national building*). Keterkaitan dengan fungsi pengawasan, media massa dan masyarakat yang mempunyai tugas mengawasi pemerintah, setiap pihak mempunyai tugas yang sama saling mengawasi.<sup>4</sup> Di sinilah relasi media dengan politik terjadi.

## 2. Teori Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang pertama kali yang memperkenalkan Teori agenda setting. Mereka dari School of Journalism University of North California menulis artikelnya yang berjudul “The Agenda Setting Function of the Mass Media” pada tahun 1973. McCombs dan Shaw menelusuri pendapat para pemilih mengenai isu-isu yang dipandang sangat urgen dari masifnya pemberitaan media massa saat itu. Dari sini, menunjukkan adanya korelasi signifikan antara isu yang diangkat oleh media massa dengan isu yang dipandang penting oleh pemilih.

Secara umum, tahapan agenda setting terdiri atas tiga tahapan utama secara linear yaitu; 1) tahapan agenda media, penentuan prioritas isu oleh media massa. 2) tahapan agenda publik di mana media agenda dalam cara tertentu mempengaruhi ataupun berinteraksi dengan pemikiran publik. 3) tahapan agenda kebijakan di mana

---

<sup>4</sup> Usman, A. R., Sulaiman, A., Muslim, M., & Zulyadi, T. (2023). Conflict and Cultural Adaptation of the Aceh Rohingya Refugees in Media Opinion. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 109-124.

agenda publik berinteraksi sedemikian rupa dengan penilaian penting dari para pemangku kebijakan, sehingga menghasilkan agenda kebijakan.<sup>5</sup>

Dilihat melalui konteks politik, partai politik dan aktor politik akan berusaha mempengaruhi agenda media untuk mengarahkan pendapat umum melalui pembentukan citra.<sup>6</sup> Media massa dapat memberikan sumbangan signifikan mengkonstruksikan persepsi publik lewat menonjolkan isu, citra, serta karakteristik seseorang dalam proses pengambilan keputusan, apakah turut serta dalam pemilihan dan siapa kandidat yang akan dipilih.

Kelebihan yang dimiliki oleh surat kabar adalah dalam menyetengahkan isu-isu tertentu melalui, tajuk rencana, berita utama, artikel khusus yang berkaitan dengan isu tertentu, sampai berita hasil wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada agenda setting berita utama Republika yang terkait dengan Pilpres 2024, dimulai dari pemberitaan terkait pemilihan umum 2024.

### **3. Framing**

Analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya dalam menganalisa teks pemberitaan.<sup>7</sup> Tamburaka menyatakan, framing dalam agenda setting dapat ditinjau dari dua perspektif yaitu; perspektif situasional, di mana dalam situasi tertentu framing dan agenda setting membutuhkan perhatian luas dari masyarakat. Sedangkan perspektif kontekstual, berlaku pada isu-isu atau konteks masalah tertentu saja.<sup>8</sup>

Sekalipun media massa bersifat melaporkan dalam pemilihan kata, hal tersebut telah menjadi sifat dari pembicaraan politik untuk memperhitungkan muatan symbol-simbol politik. Komunikator saling bertukar citra atau makna melalui lambang atau simbol-simbol tersebut.<sup>9</sup> Para komunikator terlibat juga dalam menginterpretasikan pesan-pesan tersebut. Dalam konteks di atas, meskipun media massa melakukan pengutipan langsung atau menetapkan seseorang sebagai sumber berita, sebenarnya media massa terlibat dalam pemilihan simbol politik.

Kemudian dalam hal melakukan pbingkaiian berita politik misalnya, media massa memiliki tuntutan teknis, seperti keterbatasan halaman, kolom atau

---

<sup>5</sup>Morissan, dkk., Teori Komunikasi Massa. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).

<sup>6</sup>Cangara, H. *Komunikasi Politik...*, 2016.

<sup>7</sup>Sobur, A. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015).

<sup>8</sup>Tamburaka, A. *Agenda Setting Media Massa*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

<sup>9</sup>Sobur, A. *Analisis Teks Media...*, 2015.

waktu.<sup>10</sup> Melalui framing fakta-fakta sehingga layak untuk dipublikasikan akan “disederhanakan” setiap peristiwa yang bersifat panjang, lebar, dan rumit. Berkaitan dengan kepentingan pemberitaan, komunikator sering kali menyoroti hal-hal penting dari sebuah peristiwa politik. Pada bagian penting, maka mulai terlihat ke mana arah pembentukan suatu berita. Terakhir, terkait ruang dan waktu, pemberitaan, suatu peristiwa akan memperoleh perhatian besar dari masyarakat apabila media massa memberikan tempat. Perhatian masyarakat akan semakin besar bila ruang yang diberikan semakin besar pula.

### C. Metode Penelitian

Analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas adalah analisis framing. Penggunaan analisis tersebut dapat melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis framing model Robert N. Entman. Menurut Entman, Framing pada berita dapat dilakukan dengan empat cara, yaitu pertama, identifikasi masalah; kedua, identifikasi penyebab masalah ketiga, evaluasi moral; dan keempat, saran penanggulangan masalah.<sup>11</sup>

Mulyana menyebutkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis framing bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, ketimbang mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. Pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis framing inilah yang digunakan dalam penelitian ini.<sup>12</sup>

Karena penelitian ini menggunakan framing sebagai metode penelitiannya, maka bentuk pengamatan dokumen yang dipelajari adalah teks-teks berita mengenai pemberitaan bertema Infotainment yang dipublikasikan oleh media yaitu salah satu berita utama surat kabar Republika menjelang Pilpres 2024.

Sementara objek penelitian pada kesempatan ini adalah surat kabar Republika. Pemilihan objek sekaligus lokasi oleh peneliti karena Republika mempunyai kekhasan tersendiri dibandingkan dengan media massa lainnya.

---

<sup>10</sup>Sobur, A. Analisis Teks Media..., 2015.

<sup>11</sup>Eriyanto. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. (Yogyakarta: LKis, 2015), h. 10.

<sup>12</sup>Mulyana, D. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. (Bandung: PT. Rosda Karya Bandung, 2006), h. 150.

Pertama, Republika merupakan surat kabar dengan segmen utama komunitas Muslim di Indonesia. Kedua, diantara sekian banyak media massa, khususnya media massa dengan segmen komunitas Muslim di Indonesia, Republika merupakan surat kabar yang mampu bertahan dalam waktu cukup lama.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

Pada perkembangan saat ini, media masa dituntut untuk lebih mengedepankan informasi sebagai alat yang independen atau netral pada saat pemilu berlasung. Media selama ini dianggap sebagai kontrol sosial atau penengah dalam kehidupan sosial politik yang ada. Peran media sebagai lembaga ke-empat disamping legislatif, eksekutif dan yudikatif, diharapkan menjadi corong masyarakat terhadap dinamika sosial politik di suatu daerah.

Media massa dapat mempengaruhi khalayak tentang apa yang ada dalam pikiran mereka, artinya media massa mempengaruhi persepsi khalayak mengenai apa yang dianggap penting. Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media kepada agenda publik. Dengan demikian tersirat bahwa media massa itu perkasa dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak. Dalam penerapannya, media massa membuat agenda tertentu mengenai apa yang harus dipikirkan oleh khalayak dengan memilih dan mengemas informasi yang dikehendaki. Setelah itu khalayak membentuk persepsinya berdasarkan informasi yang diterimanya dari media massa.

Menurut media ini terkadang kita cenderung menilai sesuatu itu penting sebagaimana media menganggap hal tersebut penting. Artinya jika media massa mananggap hal penting maka kita akan menganggap hal tersebut juga penting. Sebaliknya jika isu tersebut tidak dianggap penting maka kitapun tidak menganggap penting isu tersebut.

Perkembangan teknologi digital saat yang sangat cepat dan didukung oleh konvergensi media yang mengintegrasikan berbagai layanan teknologi komunikasi dan informasi memberi berbagai dampak tidak hanya yang sifatnya baik namun juga sebaliknya dalam berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali bagi perkembangan industry media serta demokrasi politik yang ada di Indonesia. Besarnya pengaruh media sering dimanfaatkan pihak tertentu dalam membangun dan mempengaruhi opini publik untuk mencapai tujuan atau mempertahankan kekuasaan.

Kecenderungan yang terjadi saat ini bahwa media dapat dimanipulasi dan berpotensi untuk dijadikan alat kepentingan dan propaganda politik pemilik media, terlebih lagi banyak dari para konglomerat media yang juga berperan sebagai tokoh-tokoh politik Indonesia.

Framing adalah sebuah proses aktif dari individu dan suatu kelompok dalam memilih, menyusun dan memberi interpretasi terhadap suatu pesan atau informasi yang tujuannya adalah untuk memberikan makna dan pemahaman atau membentuk persepsi akan suatu peristiwa, isu dan keadaan. Didalam prosesnya akan melibatkan berbagai pengaturan-pengaturan, mulai dari konteks, kata dan gambar-gambar. Hal-hal yang dianggap penting akan sengaja ditekankan dan mengabaikan hal lainnya. Pendekatan Framing akan dipengaruhi oleh berbagai tujuan dan nilai-nilai oleh pihak yang terlibat, sehingga dianggap tidak netral dan objektif. Efek yang dihasilkan adalah memberi pengaruh bagaimana individu memandang, menilai dan memberikan respon terhadap suatu isu.<sup>13</sup>

Framing pemberitaan tidak hanya akan berpengaruh secara individu namun juga berpengaruh pada tingkat masyarakat. Pada tingkat yang lebih tinggi hal ini berpengaruh secara sosial, membentuk pandangan politik, mempengaruhi pengambilan keputusan, juga bagaimana masyarakat tersebut bertindak bersama. Framing sering kali dimanfaatkan dalam isu-isu yang terkait dengan publik dan sangat erat dikaitkan dengan agenda setting. Namun keduanya masih dapat dibedakan, fokus dari framing adalah bagaimana cara-cara dari sebuah informasi disampaikan kepada khalayak ramai. Sedangkan agenda setting menitik beratkan pada signifikansi atau isu-isu pentingnya.

Beberapa surat kabar tertentu dan pembacanya dalam isu-isu yang dianggap penting oleh media dan publik. Jenjang pentingnya isu publik ini disebut sebagai salience. Akan tetapi, studi ini sendiri bukanlah Agenda Setting seperti yang kita maksudkan, karena arah penyebabnya tidaklah jelas. Baik media ataupun publik bisa saja menimbulkan kesepakatan tentang jenjang isu-isu publik.

---

<sup>13</sup> Goffman, I. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. *In American Journal of Psychiatry*. (1975. Vol. 132, Issue 10, pp. 1093-a-1094).

### **Berita Republika 6 April 2023**

Dimulai pada 6 April 2023, Republika menurunkan berita dengan tajuk "Prabowo: Saat Ini Belum Ada Capres-Cawapres yang Final" Karenanya, menurut Prabowo, komunikasi antar politik harus terus dibangun.

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Ketua Umum Partai Gerindra, Prabowo Subianto menjelaskan bahwa hingga saat ini belum ada nama calon presiden yang final. Karenanya, komunikasi antarpolitik harus terus dibangun, termasuk dengan Partai Bulan Bintang (PBB).

Barangkat dari metode penelitian yang penulis pakai bahwa melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas memakai analisis framing. Analisis tersebut dapat melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menganalisis framing model Robert N. Menurutnya, Framing pada berita dapat dilakukan dengan empat cara, yaitu pertama, identifikasi masalah; kedua, identifikasi penyebab masalah ketiga, evaluasi moral; dan keempat, saranpenanggulangan masalah sebagai berikut;

Terdiri atas sebelas paragraf. *Problem Identification*. Surat kabar Republika memulai pemberitaan belum ada Capres-Cawapres yang final. ini menandakan bahwa masih ada ruang pembahasan untuk koalisi maupun pasangan calon.

Dari kutipan di atas, dapat diidentifikasi Republika ingin menyampaikan kepada masyarakat, khususnya pembaca Repulika bahwa Capres-Cawapres yang Final.

*Causal Interpretation*. Dalam berita utama Sekretaris Jenderal Partai Gerindra, Ahmad Muzani merasa bahwa tak akan ada kesulitan membahas sosok yang akan diusung sebagai capres dalam sebuah koalisi besar. Sebab, kerja sama antarpolitik pasti telah disatukan lewat persamaan visi, misi, dan tujuan yang sama.

"Kami merasa Gerindra juga tidak merasa itu sebagai sesuatu yang sulit. Prinsipnya adalah bagaimana kita bersama-sama bisa melakukan proses pemilu, proses demokrasi itu dengan baik," ujar Muzani di depan kediaman Prabowo Subianto, Jakarta, Rabu (5/4/2023).

Dari paragraf di atas dapat diidentifikasi pula bahwa capres-cawapres mendatang masih bisa melakukan koalisi dan kerjasama politik. Seperti kutipan berikut:

"Prabowo disebutnya terus membuka diri terhadap penajakan kerja sama politik untuk pemilihan umum (Pemilu) 2024. Termasuk dalam hal ini adalah wacana koalisi besar yang terdiri dari banyak partai politik".

***Moral Evaluation.*** Dalam hal ini, keterbukaan partai politik dalam mengusung capres-cawapres akan semakin menambah kualitas demokrasi kita. Sebagaimana kutipan berikut:

"Hasil penajakan yang dilakukan oleh Prabowo, tentunya juga akan disampaikan kepada Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) yang merupakan rekannya di Koalisi Kebangkitan Indonesia Raya. Ia sendiri yakin, pembahasan ihwal koalisi besar bersama PKB tak berlangsung alot".

"Saya kira tidak alot, karena PKB pemikirannya sama bahwa negara yang besar dengan jumlah 275 juta (jiwa), wilayah yang luas, multietnis, dan berbagai macam persoalan bangsa ini harus dihadapi dengan kekuatan yang besar," ujar Muzani.

### ***Treatment Recommendation.***

Hal ini bisa menjadi sebuah dinamika yang berlangsung dalam suasana politik kebersamaan. Seperti ungkapan Yusril di mana

"Ya segala kemungkinan terbuka, tapi kita harus tahu ada selalu dinamika. Semuanya segala kemungkinan terbuka, baik partai Islam, maupun partai kebangsaan," ujar Yusril di kediaman Prabowo, Jakarta, Kamis (6/4/2023)"

### **Berita Republika Kamis 31 Aug 2023 19:37 WIB**

Dimulai pada Kamis 31 Aug 2023, Republika menurunkan berita utama dengan tajuk "Sebut Anies Sudah Tentukan Cak Imin Cawapresnya, Demokrat: Sulit Dipercaya". Berita utama "Sebut Anies Sudah Tentukan Cak Imin Cawapresnya, Demokrat: Sulit Dipercaya" terdiri atas 14 paragraf.

***Problem Identification.*** Republika memulai pemberitaan ditunjuknya Abdul Muhaimin Iskandar atau Cak Imin sebagai cawapres dalam Pilpres 2024 dengan menyampaikan inti pemberitaannya secara langsung sebagai berikut:

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Sekjen DPP Partai Demokrat dan anggota Tim 8 Koalisi Perubahan, Teuku Riefky Harsya mengeluarkan reaksi pedas atas kabar bakal capres dari Koalisi Perubahan Anies Rasyid Baswedan setuju dipasangkan dengan Abdul Muhaimin Iskandar atau Cak Imin dalam Pilpres 2024.

Dari kutipan di atas, dapat diidentifikasi Republika ingin menyampaikan kepada masyarakat, khususnya pembaca Republika bahwa calon presiden Anies Baswedan telah memilih Muhaimin Iskandar (Cak Imin), sebagai Cawapresnya, pada Pilpres 2024.

**Causal Interpretation.** Dalam berita utama “Anies Sudah Tentukan Cak Imin Cawapresnya”, aktor utama dalam pemberitaan adalah Anies. Sedang faktor penyebab pemberitaan, dalam hal ini penyebab calon presiden Anies sudah tentukan Cak Imin cawapresnya, demokrat: sulit dipercaya, pemberitaannya secara langsung sebagai berikut:

Riefky menjelaskan pada 29 Agustus 2023 di Nasdem Tower secara sepihak Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh tiba-tiba menetapkan Ketua Umum PKB Muhaimin Iskandar sebagai Cawapres Anies. Keputusan ini disebutnya diambil tanpa sepengetahuan Partai Demokrat dan PKS.

Riefky menyebut Anies sudah pernah menyatakan akan menggandeng Ketum Demokrat Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) sebagai cawapres dalam Pemilu 2024. Bahkan pernyataan itu ditulis dalam surat.

Dari kedua paragraf di atas dapat diidentifikasi pula 2 faktor pendorong capres Anies Baswedan. Anies memilih Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) sebagai cawapres dalam Pemilu 2024, pertama, AHY ialah politikus dan mantan perwira militer Indonesia. Putra dari mantan presiden Susilo Bambang Yudhoyono, ia menjabat Direktur Eksekutif The Yudhoyono Institute dan pendiri AHY Foundation. Kedua, Muhaimin Iskandar (Cak Imin) adalah merupakan seorang pemimpin yang telah teruji kemampuannya beliau politisi Indonesia yang memegang mandat sebagai Ketua Umum PKB sejak 2005.

**Moral Evaluation.** Capres Anies menuliskan keputusannya itu dalam bentuk surat tulisan tangan yang ditandatangani, kepada Ketum AHY pada tanggal 25 Agustus 2023. pemberitaannya secara langsung sebagai berikut:

Capres Anies sudah menentukan cawapresnya. Bahkan, Capres Anies menuliskan keputusannya itu dalam bentuk surat tulisan tangan yang ditandatangani, kepada Ketum AHY pada tanggal 25 Agustus 2023. Inti dari surat tersebut ialah untuk meminta secara resmi agar Ketum AHY bersedia untuk menjadi cawapresnya,"

Dari kutipan di atas, Anies sebelumnya disebut Demokrat sudah sepakat menjadikan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) sebagai cawapres pendampingnya. Hal itu disepakati pimpinan Nasdem, PKS, dan Demokrat. Namun, kini Anies menurut ke Surya Paloh untuk disandingkan dengan Muhaimin.

Adapun koalisi Nasdem dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) sudah memenuhi syarat kursi 20 persen di DPR. Dengan begitu, pasangan Anies-Cak Imin sudah cukup untuk bisa mendaftar ke KPU.

**Treatment Recommendation.** Sebagai penutup dari pemberitaan penunjukan Cak Imin sebagai cawapres Anies, Republika mengutip pendapat Ahmad Sahroni sebagai Bendahara Umum Partai Nasdem, hari ini membantah isu yang menyatakan bahwa pihaknya menolak AHY menjadi calon wakil presiden (cawapres) dari Anies Rasyid Baswedan. Apalagi isu yang menyebut bahwa penolakan tersebut disebabkan setelah bertemunya Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh dengan Presiden Jokowi.

Dapat ditarik kesimpulan capres Anies Rasyid Baswedan, Adapun soal pengumuman cawapres, ia yakin nama tersebut diumumkan jelang penutupan pendaftaran capres-cawapres pada 25 November 2023.

## **Konglomerasi Media**

Relasi media merupakan kegiatan menjalin hubungan/relasi media massa dengan masyarakat seperti konglomerasi ketika beberapa perusahaan media bergabung menjadi entitas lebih besar dan mengendalikan berbagai jenis media yang beragam sebagai bagian dari operasional bisnisnya, melalui mekanisme seperti pembelian atau akuisisi saham, merger atau penggabungan dua atau lebih perusahaan media, investasi pada media *start-up*, maupun pengembangan usaha media atau diversifikasi bisnis.<sup>14</sup>

Dengan perkembangan media dan ekonomi, konglomerasi media pun terus berkembang di Indonesia dan memberikan dinamika baru dalam perkembangan industry media Indonesia. Namun konglomerasi media ini juga berpotensi dijadikan sebagai alat elit politik dan oligarki media dalam mencapai tujuannya hingga pada akhirnya cenderung meningkatkan bias media terkait aksi-aksi yang berlatar

---

<sup>14</sup> Gea, Z. S., Zulyadi, T., & Nurfahmi, N. (2022). The Effectiveness Of The Role of The Special Job Fair SMK SMTI Banda Aceh in Enhancing Graduates Employability to The Business/Industry World. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 51-62.

belakang politik.<sup>15</sup> Konglomerasi media di Indonesia yang juga dimiliki oleh tokoh politik seperti: Mahaka Media didirikan oleh Erick Thohir dengan anak Perusahaan: Harian Republika, Republika online, Jak TV, Prambors, Jak FM, Gen FM, Delta FM dan banyak lagi unit-unit usaha radio dan TV lokal.

Surat kabar juga sangat sering mengangkat isu politik jelang pemilu 2024 salah satu contohnya yaitu mengenai hasil survey Capres 2024 yang diterbitkan oleh berbagai lembaga survey. Marak dan masifnya pemberitaan terkait hasil survey di media akan mempengaruhi pemahaman dan cara pandang publik terhadap calon presiden yang ada serta kecenderungan pilihan dalam Pemilu 2024. Dalam ilmu komunikasi dan jurnalisme, framing merupakan konsep yang penting dimana menekankan pada penataan dan pengaturan sebuah informasi tersusun sedemikian rupa agar dapat mempengaruhi Masyarakat.<sup>16</sup> Teori framing ini memiliki tujuan untuk melakukan pemahaman terhadap media dalam menyusun dan menyampaikan suatu berita atau informasi lewat cara-cara tertentu agar masyarakat terpengaruh sikap dan cara pandangnya tentang suatu isu.

Dengan terpaan media yang sangat intens terkait hasil survey calon presiden dan sering dirujuk sebagai pemberitaan media, selain menggambarkan opini yang terjadi di masyarakat namun juga muncul kesan bahwa sedang terjadi pembentukan opini publik di media massa. Dengan situasi politik yang kian memanas saat ini dan beragam manuver politik yang dilakukan para politisi, menjadi sangat wajar jika usaha-usaha membentuk opini publik semakin massif dilakukan termasuk dengan memanfaatkan media.

Fenomena konglomerasi media di Indonesia juga menjadi hal yang menarik untuk diperhatikan terkait Pemilu 2024. Sebagian besar media yang ada merupakan bagian dari usaha para konglomerat media, sehingga menjadi sangat sulit untuk mengabaikan peranan framing dalam pembentukan opini oleh media terkait berbagai publikasi jelang Pemilu 2024 dari lembaga-lembaga survey yang kerap dikutip oleh media.

---

<sup>15</sup> Dahlia, R. R., & Permana, P. A. Oligarki Media dalam Pusaran Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019 Menuju 2024. (*Jurnal Politik Dan Pemerintahan*. POLITICOS: 2022, Vol 2(1). 65–81)

<sup>16</sup> Angelo, P. D. *Framing theory and journalism*. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. (New York: 2019. Wiley, June, 1–10)

Beberapa hasil riset menunjukkan bahwa pemberitaan oleh media juga terdapat kecenderungan menjadi tidak netral.<sup>17</sup> media akan cenderung mengabaikan terbentuknya keragaman kepemilikan media, dan munculnya keberagaman formasi yang diharapkan mampu menghadirkan konten-konten jurnalisme yang makin berkualitas. Dengan latar belakang berbagai tokoh politik dibalik figur konglomerasi media yang menguasai sebagian besar media di Indonesia juga memunculkan berbagai pertanyaan terkait independensi dari media-media tersebut. Ketika konglomerasi dan ekspansi media terjadi, maka perusahaan media akan memiliki perhatian dan kecenderungan terhadap kebijakan yang dibuatnya, yaitu: pertama, kecenderungan menciptakan produk jurnalisme yang memiliki dampak hasil secara sosial-politik-budaya yang sesuai kebutuhan atau keinginan media karena pengaruhnya yang besar terhadap opini publik. Kedua, kecenderungan untuk meningkatkan skala keuntungan ekonomi dengan pengembangan usaha media.<sup>18</sup>

Berkaitan dengan relasi media massa dan politik secara umum sebenarnya dapat dikatakan sudah berjalan cukup lama. Relasi antara kedua entitas terjadi karena tidak wartawan saja membutuhkan para politisi sebagai sumber informasi, melainkan politisi memerlukan media untuk menyampaikan gagasan, termasuk kebijakan yang bakal diputuskan atas nama kepentingan masyarakat. Sangat erat kaitannya antara media massa dengan pemerintah dan masyarakat karena saling membutuhkan dan dibutuhkan.

## **E. Kesimpulan**

Secara umum, dengan berkaca pada surat kabar *Republika* pada Pilpres 2024 menunjukkan dengan ikut sertanya media dalam kancah politik, justru sangat mempengaruhi independensi media massa dalam menerbitkan suatu pemberitaan. Meskipun media massa bersifat hanya memberitakan sebuah kejadian, tetapi dalam penerapannya, media massa ikut andil dalam mempertibangkan simbol-simbol politik yang ada.

Media massa membingkai berita, meskipun dengan memanfaatkan kolom dan halaman yang terbatas, media massa dapat menyoroiti hal-hal penting kemudian

---

<sup>17</sup> Romaltea. *Pengertian dan Peta Konglomerasi Media di Indonesia*. (2018).

<sup>18</sup> Khumairoh, U. Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. (*Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 2021. Vol 2(1), 63–78.)

menyederhanakannya dengan framing fakta-fakta. Kemudian sebuah berita layak diterbitkan kepada khalayak ramai. Disamping itu juga, dalam beberapa kesempatan, media massa dapat memberikan ruang dan tempat cukup luas terhadap aktivitas seseorang/ pasangan calon, seperti menaruh pemberitaan salah satu pasangan calon pada halaman pertama surat kabar.

Sikap tegas sebuah media massa mampu membuat ketegasan kepada pemilik media itu sendiri. Dalam momentum Pemilu, media massa sepatutnya dapat bersikap objektif. Pilpres 2014 sayogiyanya menjadi pengalaman serta dapat menjadi pembelajaran yang berharga bagi media massa di Indonesia. Media massa tidak hanya mentaati kode etik jurnalistik, tetapi memerhatikan fungsinya sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Harapan bagi masyarakat, bisa bersikap kritis dalam menginterpretasikan isi pemberitaan dari media massa. Masyarakat bukan hanya membaca, menonton, ataupun mendengarkan pemberitaan dari media massa, tetapi menganalisa lebih dalam isi pemberitaan tersebut.

## Daftar Pustaka

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ahmad Junaidi, dkk., (2018). *Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik*, Yogyakarta.
- Angelo, P. D. (2019). D'Angelo, P. (2019). Framing theory and journalism. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies* (pp. 1-10). New York: Wiley. June, 1–10
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dahlia, R. R., & Permana, P. A. (2022). Oligarki Media dalam Pusaran Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019 Menuju 2024. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 2(1), 65–81.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Gea, Z. S., Zulyadi, T., & Nurfahmi, N. (2022). The Effectiveness Of The Role of The Special Job Fair SMK SMTI Banda Aceh in Enhancing Graduates Employability to The Business/Industry World. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 51-62.
- Huntington, Samuel P. (1994). *Partisipasi politik di negara berkembang*. Rineka Cipta, Pusat Survei Geologi.
- Khumairoh, U. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 2(1), 63–78.
- Morissan, Wardhani, A. C., & Umarella, F. H. (2017). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2006). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.
- Pawito. (2015). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Romaltea. (2018). *Pengertian dan Peta Konglomerasi Media di Indonesia*.
- Saori, D. & Komariah A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sobur, A. (2015). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, A. (2013). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Usman, A. R., Sulaiman, A., Muslim, M., & Zulyadi, T. (2023). Conflict and Cultural Adaptation of the Aceh Rohingya Refugees in Media Opinion.

Profetik: Jurnal Komunikasi, 16(1), 109-124.

<https://www.republika.co.id/>

<https://news.republika.co.id/berita/rsoyk7409/prabowo-saat-ini-belum-ada-caprescawapres-yang-final>

<https://news.republika.co.id/berita/s099q3409/sebut-anies-sudah-tentukan-cak-imin-cawapresnya-demokrat-sulit-dipercaya-part1>