

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut paham demokrasi. Negara demokratis menganggap pemilu sebagai suatu lambing sekaligus tolak ukur utama dalam demokrasi. Demokrasi adalah salah satu sistem yang sampai saat ini dianggap paling ideal dalam menyelenggarakan pemerintahan suatu negara. Negara Republik Indonesia menganut sistem demokrasi dimana kedaulatan dan kekuasaan tertinggi terletak di tangan rakyat. Bentuk perwujudan dari demokrasi di Indonesia salah satunya dengan diadakannya pemilihan umum. Pemilu diartikan sebagai sarana perwujudan kedaulatan rakyat untuk menghasilkan wakil rakyat yang aspiratif, memiliki kualitas, serta mampu bertanggung jawab sesuai Pancasila dan UUD Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Dalam Negara demokrasi pemilu merupakan salah satu pilar utama dari sebuah akumulasi kehendak rakyat. Keberhasilan pemilu ditentukan oleh besarnya tingkat partisipasi politik masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya. Besarnya partisipasi politik masyarakat ini dipengaruhi oleh kesadaran politik dari masyarakat, dimana kesadaran politik ini terwujud dari seberapa besar partisipasi masyarakat dalam pemilu dengan menggunakan hak pilihnya untuk memberikan suara mereka dalam proses pemilihan umum. Salah satu bentuk partisipasi politik masyarakat dalam pemerintahan yang demokratis adalah keikutsertaan anggota masyarakat dalam pemilihan umum.

Salah satu bagian dari Pemilihan Umum yaitu Pemilihan presiden yang sangat krusial untuk menentukan pemimpin dari suatu negara. Tahun 2024 menjadi tahun politik bagi seluruh rakyat Indonesia dimana tahun 2024 masyarakat akan memilih pemimpin untuk lima tahun kedepan, sejumlah media mulai memberitakan masing masing calon presiden mulai dari media cetak, media televisi dan juga media online. Media massa digunakan untuk menjangkau khalayak luas yang menjadikan media massa memiliki peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat termasuk proses politik. Pengumuman dimulainya kampanye untuk calon presiden 2024 - 2029 sudah dijadwalkan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) Komisi Pemilihan umum mengagendakan dari tanggal 28 November 2023 dimulainya masa kampanye dan

berakhir pada 10 Februari 2024. Sampai pada pemilihan calon presiden yang dijadwalkan pada tanggal 14 Februari 2024.

Pada Pemilihan Presiden 2024 Komisi Pemilihan Umum sudah mempunyai nama- nama Calon Presiden 2024 yang terdiri dari Koalisi Perubahan yaitu Anies Baswedan yang diusung oleh Partai Nasdem, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Selanjutnya dari Koalisi Indonesia Maju yaitu Prabowo Subianto yang diusung oleh Partai Gerindra, Partai Golkar, Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Demokrat. Selanjutnya dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) yang mengusung Ganjar Pranowo sebagai Calon Presiden 2024.

Debat calon presiden dapat dikatakan merupakan ajang dari komunikasi politik, yang dimana debat ini merupakan inti dari program kampanye dalam Pemilu, dikarenakan kandidat calon presiden dapat menunjukkan kepada khalayak mengenai pemaparan visi misi, program yang ditawarkan, penguasaan permasalahan dan juga dapat membandingkan kualitas satu sama lain. Sehingga dengan adanya diadakan ajang debat tersebut maka akan mampu memperkuat keyakinan pemilih dalam menilai kandidatnya masing-masing. Maka dari itu menjelang pilpres 2024 Komisi Pemilihan Umum (KPU) menggelar debat calon kandidat.

Seperti debat calon presiden dan calon wakil presiden pada Pilpres 2019 yang dilakukan dalam 5 kali debat, debat perdana dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2023 sampai dengan debat terakhir pada tanggal 4 Februari 2024. Kandidat debat capres dan cawapres terbagi menjadi tiga kubu yaitu kubu nomor urut satu yakni Anies Rasyid Baswedan dan Muhaimin Iskandar, Kubu nomor urut dua yakni Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, dan kubu nomor urut 3 yakni Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Media massa, termasuk media online, memiliki peran kunci dalam proses politik dan pemilihan presiden. Mereka berperan sebagai perantara antara kandidat presiden dan pemilih, serta membantu membentuk persepsi dan opini publik. Bagaimana media memberitakan, membingkai, dan memberikan sorotan terhadap calon presiden dapat berdampak besar pada keberhasilan kampanye, popularitas calon presiden, dan pada hasil pemilu.

Media juga memiliki peran dalam memeriksa kebijakan dan tindakan calon presiden, serta memberikan informasi kepada pemilih untuk mengambil keputusan yang berdasar. Dengan demikian, analisis framing pemberitaan calon presiden Indonesia 2024 pada debat capres pertama di media online Tempo.co dan SindoNews.com adalah upaya untuk memahami peran media dalam konteks pemilihan presiden dan pengaruh mereka terhadap proses politik.



Gambar 1.1 KPU Menetapkan tiga Debat Capres dan dua Debat Cawapres
(SindoNews.com, 2023)

Komisi Pemilihan Umum telah menetapkan 5 kali debat yang terdiri dari 3 debat calon presiden dan 2 debat calon wakil presiden dengan tanggal dan tema yang telah ditentukan oleh Komisi Pemilihan Umum. Debat pertama pada tanggal 12 Desember 2023 pada debat pertama ini akan diberikan kepada calon presiden dengan tema pemerintahan, hukum, HAM, pemberantasan korupsi, penguatan demokrasi, peningkatan layanan public dan kerukunan warga. Debat kedua pada

tanggal 22 Desember 2022 pada debat kedua ini porsi nya untuk calon wakil presiden dengan tema ekonomi kerakyatan, ekonomi digital, investasi pajak, perdagangan, pengelolaan APBN- APBD, infrastruktur dan perkotaan. Debat ketiga pada tanggal 7 Januari 2024 menjadi porsi calon presiden dengan tema pertahanan, keamanan, hubungan internasional dan geopolitik (Rivana, 2023).

Debat keempat pada tanggal 21 Januari 2024 menjadi porsi calon wakil presiden dengan tema Pembangunan berkelanjutan, sumber daya alam, lingkungan hidup, energi, pangan, agrarian, Masyarakat adat dan desa. Debat kelima pada tanggal 4 Februari 2024 menjadi debat terakhir yang dilaksanakan komisi pemilihan umum pada debat terakhir ini akan menjadi porsi calon presiden dengan tema kesejahteraan sosial, kebudayaan, Pendidikan, teknologi informasi, Kesehatan, ketenagakerjaan, sumber daya manusia, dan inklusi. Komisi Pemilihan Umum selain menetapkan tanggal dan tema debat juga menyiapkan nama- nama tim panelis untuk masing masing tema debat. Komisi pemilihan umum juga sudah menyiapkan usulan nama- nama moderator dalam debat kali ini.



Gambar 1.2 Serba-serbi Debat Capres-Cawapres (Tempo.co, 2023)

Komisi Pemilihan Umum sudah menetapkan jadwal pelaksanaan debat capres dan cawapres untuk pemilihan presiden (Pilpres) 2024 mendatang. Total ada lima

jadwal debat yang dirilis oleh KPU yang akan dilakukan dalam tiga bulan ke depan, mulai dari Desember 2023 hingga Februari 2024.

Pada debat kali ini Komisioner KPU menyatakan format debat capres dan cawapres tidak berbeda dengan debat di pemilihan presiden 2019. Beberapa tim paslon menanggapi format debat kali ini, mulai dari tim paslon satu yang diwakili oleh Co-Captain Timnas Amin, Nihayatul Wafiroh. “lah ini kok tiba-tiba KPU sudah mengumumkan modelnya seperti itu tanpa mengundang kami lagi untuk rapat, padahal usulan kami jelas seperti apa.” Pada pernyataan tersebut tim paslon satu menanggapi dengan tidak terima atas format yang berubah pada debat kali ini yang tiba-tiba sudah diumumkan tanpa ada komunikasi terlebih dahulu seperti mengadakan rapat.

Selanjutnya dari tim paslon dua yang diwakili oleh anggota dewan pakar TKN Prabowo-Gibran, Dradjad Wibowo. “paslon kami pak Prabowo dan mas Gibran siap dengan format debat apa pun yang diputuskan oleh KPU”. Pada pernyataan tersebut tim paslon dua menanggapi dengan menerima Keputusan apapun dari KPU. Tim paslon tiga yang diwakili oleh juru kampanye, Choirul Anam. “Mereka mengatakan bahwa kenapa debat pemilu kok berubah, khususnya soal cawapres. Dulu di tahun 2019 format debatnya itu *vis a vis*, capres dengan capres, cawapres dengan cawapres, kenapa sekarang kok berubah”. Pada pernyataan tersebut tim paslon tiga menanggapi dengan tanda tanya mengapa debat pemilu tahun ini berubah tidak seperti tahun 2019.

Alasan peneliti menggunakan dua media online karena ingin mengetahui perbandingan pandangan kedua media mengenai debat pertama calon Presiden RI 2024 ini, serta akan membantu peneliti untuk mengetahui media dalam membingkai berita ini dan bagaimana Tempo.co dan SindoNews.com mengemas dan menyajikan berita yang ingin disampaikan kepada khalayak. Secara tidak langsung Tempo.co dan SindoNews.com sebagai portal berita online yang besar di Indonesia akan memberikan pemberitaan tentang debat pertama calon Presiden 2024. Bahkan Tempo.co dan SindoNews.com bisa saja memberikan pandangan akan pentingnya berita debat pertama Calon Presiden 2024. Oleh karena itu peneliti akan melihat bagaimanakah Tempo.co dan SindoNews.com membingkai realitas dan

menyajikannya kepada khalayak umum. peneliti menggunakan analisis *framing*. Analisis *framing* (pembingkai) merupakan analisis untuk memandang bagaimana realitas yang terdapat dari isu/peristiwa dibingkai oleh media dengan proses konstruksi Realitas sosial media massa yang disusun dengan makna tertentu, serta peristiwa yang dimengerti dengan wujud tertentu. Secara sederhana, analisis *framing* dipakai untuk mengenali bagaimana bagian tertentu dari isu/peristiwa yang diperlihatkan dan ditekankan oleh media. Penonjolan Bagian yang dipilih oleh media hendak membuat aspek tertentu dari isu/peristiwa jadi mudah diingat, lebih menarik, mempunyai makna yang lebih, sehingga akan lebih bermanfaat kepada para penerima berita.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana framing Pemberitaan Calon Presiden Indonesia 2024 pada debat capres pertama di media online Tempo.co dan Sindonews.com periode pemberitaan 12 Desember – 15 Desember dilihat dari model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *framing* yang dilakukan oleh media online Tempo.co dan SindoNews.com atas pemberitaan calon presiden Indonesia pada debat capres pertama.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi, penyiaran, dan jurnalistik. Dan diharapkan berguna untuk para penelitian sejenis di masa mendatang

1.4.2 Manfaat Praktis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi para masyarakat, praktisi media, mahasiswa maupun khalayak umum bagaimana cara media mengemas suatu berita. Karena dalam mengemas suatu berita media tidak hanya berdasarkan isu perkembangan terkini, akan tetapi melalui

tahapan konstruksi yang dilakukan oleh suatu media, yang dapat dipengaruhi oleh perilaku individu maupun kelompok dalam berkomunikasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan Skripsi ini lebih terarah dan sistematis, penulis mengacu kepada “Buku Pedoman Teknis Penulisan Proposal dan Skripsi” yang diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Maka dari itu penulis membagi pokok-pokok permasalahan ke dalam lima bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pertama berisikan pendahuluan diantaranya ada sub yang terdapat dalam penelitian ini. Pada sub pertama dijelaskan mengenai latar belakang masalah secara garis besarnya mendeskripsikan apa yang akan diteliti, yaitu Analisis Framing pemberitaan calon presiden Indonesia 2024 pada debat capres pertama di media online Tempo.co dan SindoNews.com. Diteliti untuk melihat bagaimana pembingkaiian seputar berita debat calon presiden pertama bisa mempengaruhi pembaca dalam memilih pemimpin. Dilanjutkan, sub bab kedua menjelaskan permasalahan yang akan diteliti. Penulis memfokuskan sesuai dengan judul penelitian yaitu Analisis Framing pemberitaan calon presiden Indonesia 2024 pada debat capres pertama di media online Tempo.co dan SindoNews.com. Setelahnya, pada sub bab ketiga yang berisikan tujuan dari penelitian ini yaitu Tujuan penelitian ini untuk mengetahui framing yang dilakukan oleh media online Tempo.co dan SindoNews.com atas pemberitaan debat capres pertama. Lalu, pada sub bab keempat yaitu berisikan manfaat dari penelitian ini bagi dari segi teoritis dan praktis. Keseluruhan tersebut termasuk kedalam manfaat penelitian ini.

Bab II Kajian Pustaka

Dalam Bab kedua berisikan kajian Pustaka, diantaranya seperti sub bab yang dipakai sebagai bahan acun atau referensi penulis ketika mengerjakan penelitian dan penyusunan skripsi, yaitu penelitian terdahulu dari hasil penelitian mahasiswa perguruan tinggi yang berbeda-beda, tetapi memiliki pembahasan yang arahnya sama dengan peneliti. Selanjutnya ada landasan teori yang digunakan yaitu teori konstruksi sosial media massa. selain

landasan teori peneliti juga memasukkan landasan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Dan terdapat kerangka pemikiran untuk menggambarkan alur penelitian yang dilakukan melalui bagan yang dibuat.

Bab III Metode Penelitian

Pada Bab III ini berisi penjelasan terakit metode serta komponen yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Komponen-komponen dalam penelitian ini mencakup pengumpulan data lewat riset internet media online tempo.co dan SindoNews.com seputar debat calon presiden pertama, dan dokumentasi berita yang diambil.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab IV ini peneliti menyajikan hasil penelitian berita debat capres pertama dengan dua media yang dipakai lalu dianalisis menggunakan framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab V ini berisikan ringkasan hasil temuan atau kesimpulan yang dapat diambil setelah melakukan pembahasan pada analisis hasil penelitian. Bab ini juga berisi saran teoritis dan juga praktis pada peran media tempo.co dan SindoNews.com dalam memberitakan debat calon presiden pertama.

