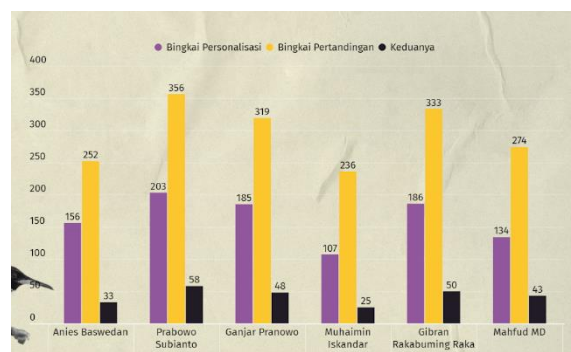


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemberitaan politik terutama terkait pemilihan presiden atau pilpres idealnya dikemas secara serius dan substansial karena bertujuan untuk membantu masyarakat dalam memilih pemimpin secara rasional. Namun, terdapat warna berbeda dalam pemberitaan pilpres 2024 di Indonesia, di mana berita-berita tersebut tampak diolah sedemikian rupa untuk menampilkan unsur hiburan dan personal oleh sejumlah media *online* arus utama. Kajian oleh Remotivi (2023) tentang berita politik hiburan (*politainment*) menyebutkan bahwa media memiliki dua kecenderungan dalam memberitakan para paslon secara nonsubstansial, yaitu membingkai politik sebagai sebuah arena kompetisi atau *game frame* dan membahas kehidupan personal aktor politik atau personalisasi. Remotivi pun melakukan pemantauan media terkait berita Pemilu 2024 terhadap 18 media nasional dan 16 media lokal di Indonesia. Hasilnya, terdapat 1.547 pemberitaan yang mencakup *game frame* dan personalisasi pada periode 4-24 Desember 2023.



Gambar 1.1 Infografis hasil pemantauan media Pemilu 2024 oleh Remotivi.

Data tersebut juga menunjukkan bahwa pemberitaan politik nonsubstansial terkait pasangan Prabowo-Gibran merupakan yang paling banyak dengan masing-masing berjumlah 617 dan 569 berita. Dari situ dapat terlihat bahwa media *online* memberi perhatian dan ruang yang lebih banyak terhadap paslon nomor urut 02. Hal ini juga sesuai dengan media *online* yang paling banyak mempublikasi berita nonsubstansial, yaitu Detik.com, di mana pemberitaan terkait Prabowo-Gibran mendominasi di media *online* tersebut.

Tabel 1.1

Perbandingan jumlah berita politainment di 10 media online nasional 4-24 Desember 2023

No	Nama Media	Total Berita
1	Detik.com	306
2	Kompas.com	238
3	Tempo.com	139
4	CNNIndonesia.com	118
5	Liputan6.com	102
6	Viva.co.id	93
7	Okezone.com	70
8	Sindonews.com	89
9	MetroTVnews.com	101
10	TvOnenews.com	88

Banyaknya berita semacam ini tidak terlepas dari andil para aktor politiknya. Dari paslon nomor urut 01 Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, paslon 02 Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming, dan paslon 03 Ganjar Pranowo-Mahfud MD sama-sama menampilkan gimik politik untuk mendapat perhatian pemilih. Pasangan Anies–Muhaimin mulai tampil di media sosial TikTok dengan mengadakan sesi siaran langsung (*live*) berkonsep tanya-jawab yang telah memunculkan reaksi positif. Keduanya bahkan mendapat label ayah idaman,

khususnya Anies yang mendapat panggilan “Abah”. Anies juga memperoleh dukungan dari basis penggemar K-Pop hingga diperlakukan seperti “idol” (Remotivi, 2024). Pasangan Ganjar-Mahfud menyusul tren tersebut dengan aktif di dua platform media sosial, yakni X dan TikTok. Sama seperti Anies-Muhaimin, Mahfud mengadakan tanya jawab melalui *live* di TikTok, sementara Ganjar menangani X dengan kerap mengomentari cuitan pendukungnya.

Berbeda dengan kedua paslon lain yang menghadirkan dialog dalam kampanye politiknya, Prabowo-Gibran cenderung menghadirkan gimik hiburan politik, sesuai dengan slogan “politik riang gembira”. Mereka sudah beraksi sejak peresmian nomor urut di KPU yang merayakan perolehan itu dengan berjoget hingga label *gemoy* (pelesetan dari gemas) melekat pada dirinya. Media *online* yang mengetahui adanya peristiwa unik tersebut pun serentak memberitakannya. Popularitas label ‘Prabowo *Gemoy*’ pada akhirnya membuat Prabowo dan tim sukses mengeksploitasi label tersebut dengan kerap berjoget di perhelatan politik. Meski tidak substansial, gimik politik itu disambut meriah oleh para pendukungnya.

Gimik joget rupanya telah lebih dulu diterapkan oleh Presiden Filipina Bongbong Marcos JR pada Pilpres 2022 di negara tersebut. Selain berjoget, Bongbong yang merupakan anak seorang mantan presiden diktator Filipina Marcos Sr juga sering tampil dalam video hiburan singkat buatan pendukungnya di media sosial. Strategi tersebut dipakai untuk merehabilitasi nama Marcos Sr akibat kediktatoran, isu korupsi, dan pelanggaran hak asasi manusia (HAM) di era kepemimpinannya tahun 1965-1986 (Hasfi, 2023). Sama halnya dengan strategi politik hiburan Bongbong, berita politik bernada hiburan pun dapat mengalihkan

publik dari informasi penting terkait gagasan, rekam jejak, dan visi-misi calon presiden (Remotivi, 2023).

Dalam kasus Prabowo, label *gemoy* padanya yang terus-menerus dihadirkan membuat khalayak sulit membayangkan sosok dengan citra menggemaskan terlibat dalam penculikan aktivis di masa lampau (Remotivi, 2023). Perlahan, akses masyarakat terhadap rekam jejak para paslon tenggelam di lautan berita politik hiburan. Masyarakat pada akhirnya akan kekurangan sumber yang membantu mereka memilih pemimpin secara rasional.

Detik.com sebagai yang tercatat paling banyak menyajikan berita nonsubstansial mengemas topik serius seperti debat capres perdana dengan trivialisasi (pendangkalan) dan menonjolkan gimik. Hal ini tampak pada berita terkait Prabowo berjudul “[Aksi Joget Prabowo Usai Tanggapi Anies soal Penguatan Demokrasi](#)”. Debat capres yang tujuan utamanya adalah mewadahi para paslon untuk adu gagasan merupakan sumber yang tepat bagi media untuk menyajikan berita politik yang substantif karena banyak isu krusial yang perlu disorot. Namun, dalam berita tersebut, Detik.com lebih menyoroti reaksi Prabowo terhadap pernyataan capres nomor urut 01 Anies Baswedan dibanding membahas isu terkait demokrasi. Detik.com juga sama sekali tidak menuliskan pernyataan Anies, sehingga tidak semua pembaca dapat mengetahui apa yang melatarbelakangi Prabowo menanggapi dengan berjoget. Sementara itu, pernyataan Prabowo mendominasi dengan ditampilkan dalam tiga kalimat langsung yang berisi anggapan remehnya soal isu penguatan demokrasi yang dinyatakan oleh Anies.

"Mas Anies Mas Anies, saya berpendapat Mas Anies ini agak berlebihan," kata Prabowo menanggapi Anies dalam debat perdana, di kantor KPU RI, Menteng, Jakarta Pusat, Selasa (12/12/2023).

"Mas Anies mengeluh tentang demokrasi ini dan itu Mas Anies dipilih Gubernur DKI menghadapi pemerintah yang berkuasa, saya yang mengusung bapak," sambungnya.

"Kalau demokrasi tidak berjalan tidak mungkin Anda jadi Gubernur, kalau Jokowi diktator, nggak mungkin Anda jadi Gubernur, saya oposisi, Anda ke rumah saya, kita oposisi Anda menang," tuturnya.

Kemudian, usai menanggapi Prabowo pun berjoget. Para pendukung tampak bersorak melihat aksi Prabowo tersebut. (Detik.com, 2023).

**Aksi Joget Prabowo Usai Tanggapi Anies soal
Penguatan Demokrasi**

Anggi Muliawati - detikNews

Selasa, 12 Des 2023 21:19 WIB



Foto: Prabowo Subianto (Anggi/detik.com)

Gambar 1.2 Tangkapan layar artikel berita Detik.com.

Detik.com juga tidak jarang menyoroti personal Prabowo yang didramatisir dalam debat capres, seperti pada beritanya yang berjudul “PBB Ibaratkan Ganjar-Anies 'Bawang Merah' Serang Prabowo 'Bawang Putih’”. Berita tersebut berisi penilaian wakil ketua umum Partai Bulan Bintang (PBB) Sukmo Harsono terhadap performa Prabowo dan dua lawannya pada debat capres perdana. Namun, penilaian tersebut bukanlah penilaian objektif yang relevan dengan aktivitas politik tersebut. Didukung penilaian Sukmo yang personal, Detik.com membingkai Prabowo sebagai karakter yang *innocent* dari cerita rakyat Bawang Putih.

Sukmo mengatakan Anies dan Ganjar ingin mengidentikkan Prabowo dengan pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi). Dia menilai pernyataan yang dilempar Anies atau Ganjar seperti sosok antagonis 'bawang merah' terhadap Prabowo yang dianalogikan sebagai 'bawang putih'.

"Hal ini untuk menggerus kepercayaan masyarakat dengan mengidentikkan Prabowo di pemerintahan Jokowi menjadi bagian yang gagal memberantas

korupsi. Dan menyudutkan Pak Prabowo sebagai pelaku pelanggaran HAM dan tidak akan menegakkan HAM di masa datang," tutur Sukmo.

..."Alih-alih yang ada menjadikan Prabowo di mata penonton adalah seorang kesatria patriotik yang tegas, jujur, dan lugas yang coba dikalahkan oleh dua calon pangeran jahat. Sementara itu, persoalan lapangan kerja yang ditanyakan ke Ganjar tampak sekali jawabannya menumpang kesuksesan Pak Jokowi membangun KEK di Batang dan diklaim menjadi program kerjanya," kata dia. (Detik.com, 2023).

**PBB Ibaratkan Ganjar-Anies 'Bawang Merah'
Serang Prabowo 'Bawang Putih'**

Dwi Rahmawati - detikNews
Rabu, 13 Des 2023 10:28 WIB



Gambar 1.3 Tangkapan layar artikel berita Detik.com.

Detik.com dalam dua pemberitaan di atas cenderung mengemas Prabowo sebagai sosok dominan dan tidak bersalah. Sementara itu, pemberitaan oleh media lain seperti Kompas.com, yang juga banyak menyajikan berita nonsubstansial, beberapa kali tampak memberitakan Prabowo secara lebih emosional. Hal ini dapat dilihat dari beritanya terkait respons Prabowo atas pertanyaan Ganjar soal komitmen terhadap penyelesaian kasus hak asasi manusia (HAM) dalam debat perdana capres yang diberi judul "Ditanya Ganjar soal Makam 13 Aktivis 1998, Prabowo: Bapak Tahu Data Tidak, Berapa Orang Hilang di DKI". Kompas.com menjadikan potongan pertanyaan Prabowo sebagai judul yang dapat menunjukkan adanya nada emosional. Dalam berita tersebut juga disebutkan bahwa Prabowo merasa pertanyaan Ganjar itu bersifat tendensius dan cenderung terpancing emosi. Selain itu, Kompas.com mengakhiri berita dengan informasi tambahan terkait

sejarah keterlibatan Prabowo dalam kasus penculikan aktivis 1998 yang menunjukkan bahwa pernyataan Prabowo bukanlah satu-satunya sumber dalam berita ini.

“Bapak tahu data enggak? Bapak tanya ke Kapolda, berapa orang hilang di DKI tahun ini. Ada mayat yang diketemukan berapa hari lalu, come on Mas Ganjar,” ujarnya melanjutkan.

Prabowo juga mengatakan, kasus penghilangan aktivis merupakan sesuatu yang tendensius.

“Loh kok dibilang saya tidak tegas? Saya tegas akan menegakkan HAM. Masalah yang bapak tanyakan, agak tendensius. Kenapa pada saat 13 orang hilang ditanyakan kepada saya? Itu tendensius, Pak,” kata Prabowo.

...Kasus penculikan aktivis 1997/1998 dilakukan oleh tim khusus bernama Tim Mawar, yang dibentuk oleh Mayor Bambang Kristiono...

...Saat itu, Prabowo berstatus sebagai Danjen Kopassus. (Kompas.com, 2023).



Gambar 1.4 Tangkapan layar artikel berita Kompas.com.

Sama seperti Detik.com, Kompas.com juga menyoroti perbedaan sikap Prabowo dengan dua kandidat lain pasca acara debat capres dalam berita trivia berjudul “Usai Debat Capres, Anies dan Ganjar Ladeni Pertanyaan Wartawan, Prabowo Langsung Pulang”. Hanya saja, Kompas.com tidak membingkai seolah Prabowo adalah *innocent* seperti Bawang Putih sementara kandidat lain Bawang Merah. Justru dalam berita tersebut Kompas.com menonjolkan bahwa Prabowo bersikap tidak biasa dengan melewati konferensi pers, sedangkan kandidat lain menyempatkan diri meladeni para wartawan.

Perbedaan isu yang diangkat dalam pemberitaan masing-masing media *online* tersebut menunjukkan bahwa media memiliki kebebasan untuk mengemas dan membingkai peristiwa sedemikian rupa. Proses ini disebut juga sebagai pemingkai atau *framing*, di mana media mempraktikkannya dengan cara menyoroti suatu aspek realitas sehingga menjadi lebih menonjol dalam berita (Entman, 1993). Girish J Gulati et al. (2004) memulai peninjauan terhadap berita kampanye politik dengan premis dasar bahwa semua berita adalah hasil konstruksi realitas. Berita tentang kampanye politik merupakan negosiasi yang terus berlangsung di antara para aktor utama dalam proses kampanye, yaitu media, politisi beserta tim kampanye, hingga masyarakat dan kelompok lainnya berperan dalam proses pembuatan berita. Mereka menetapkan parameter kerangka luas di mana wacana berita dikonstruksi, disebarkan, dan dikembangkan (Pan & Kosicki, 1993). Media massa juga dapat memilih peristiwa atau tokoh tertentu sebagai sumber berita sesuai dengan kriteria dan kepentingannya.

Detik.com, sama seperti perusahaan media lainnya, memiliki kepentingan bisnis di samping kepentingan publik. Namun, ada krisis dalam prioritasnya, di mana banyak media *online* memilih mengutamakan logika bisnis untuk memperlebar pasar, mempertahankan eksistensi media, dan meraup keuntungan yang lebih banyak, sehingga membuatnya cenderung bergerak tergantung minat pasar (Pratiwi & Ambardi, 2020). Media *online* pun memanfaatkan pilpres 2024 sebagai momentum untuk memproduksi berita dengan jumlah yang banyak terlepas dari relevansi isi beritanya. Terlebih, tidak sedikit media *online* yang terkenal dengan aktualitasnya menargetkan jurnalis untuk menulis 10 berita dalam sehari

agar memenuhi target klik harian. Jika jam kerja jurnalis 10 jam, maka untuk satu berita jurnalis tersebut hanya memiliki waktu satu jam untuk memproduksi berita.

Hal ini dapat dilihat sebagai dampak dari perkembangan teknologi Internet yang mendorong media *online* untuk bekerja lebih cepat. Upaya-upaya untuk menyamai laju kecepatan Internet pun mendorong beberapa media *online* mengadopsi praktik jurnalisme tabloid. Fenomena ini disebut juga sebagai tabloidisasi, yang bermula dari perubahan format surat kabar menjadi tabloid. Tabloid sendiri merupakan sebuah produk media massa yang mengutamakan hiburan, gaya hidup, dan sensasi. Tabloidisasi menggambarkan adaptasi gaya pemberitaan tabloid oleh surat kabar elit atau “*quality press*”. Tabloid dapat dikatakan sebagai produk jurnalisme populer yang hadir akibat meningkatnya tekanan persaingan dan ekonomi serta perebutan perhatian publik di antara surat kabar (Magin, 2019). Jika jurnalisme populer biasa dijumpai dalam bentuk tabloid, maka jurnalisme tradisional atau arus utama termasuk dalam *quality press* (Harrington, 2008).

Realitas tersebut berlanjut pada ranah jurnalisme *online* melalui teknologi yang membawa perubahan hingga mempengaruhi media tradisional dan populer untuk beradaptasi dengan gaya baru dalam bekerja dan mengkomunikasikan berita (Bird, 2009). Teknologi mendukung kehadiran tabloidisasi dalam kondisi di mana media berita telah berkembang bersamaan dengan industri produksi hiburan (McChesney dalam Rowe, 2010). Karenanya, Colin Sparks (2000) menganggap tabloidisasi adalah akibat langsung dari komersialisasi media yang disebabkan oleh kapitalisme dan teknologi. Jurnalisme tabloid populer perlahan menghilangkan

aspek pelayanan publik dan dijalankan sebagai bisnis konvensional yang tujuan utamanya adalah memaksimalkan pendapatan dan meminimalkan biaya (Stephenson dalam Nice, 2007). Hal ini dilakukan dengan penekanan pada pemberitaan yang sensasional dan mengorbankan analisis jurnalistik yang serius (Rowe, 2010). Tabloidisasi pun identik dengan gaya pemberitaan sensasional yang ringan, trivial (dangkal), dramatis, emosional, dan personal (Oehmer-Pedrazzi et al., 2023).

Tren tabloidisasi sebagai adopsi gaya berita tabloid ke dalam *quality press* ini perlu mendapat perhatian lebih. Karena pada dasarnya *quality press* berfokus pada isu serius seperti politik, ekonomi, dan sosial yang mengandung kepentingan publik, sedangkan tabloid lebih menyoroti aspek pribadi dan hiburan (Mooney dalam Mulyadi 2014). Adanya tabloidisasi dalam berita politik dapat mengalihkan publik dari informasi penting terkait gagasan, rekam jejak, dan visi-misi para aktor politik. Bagaimanapun, pemingkakan berita dalam tabloidisasi tentu lebih mudah diproduksi karena mengandalkan sensasi, drama, emosi, dan persona aktor politik yang minim riset sehingga mendukung media dalam memanfaatkan pilpres 2024 untuk memproduksi berita sebanyak-banyaknya. Adanya tabloidisasi juga berkaitan dengan memendeknya narasi berita, berkembangnya gosip selebriti, judul yang ‘menjerit-jerit’, penggunaan materi visual yang lebih intensif, dan pemberian ruang yang lebih besar untuk periklanan di halaman berita yang menandakan kemenangan komersial atas nilai-nilai jurnalistik (McChesney dalam Rowe, 2010).

Tabloidisasi membuat jurnalis bekerja dengan mengangkat nilai-nilai berita berdasarkan kepentingan komersial yang mengedepankan drama, sensasi, dan

dampak visual untuk menciptakan dan menarik khalayak (Langer, 2001). Meskipun tabloidisasi dapat menarik lebih banyak khalayak, tetapi informasi politik yang diperoleh masyarakat masih jauh dari kata ideal bagi demokrasi. Pasalnya, pendekatan pemberitaan ini kurang fokus pada substansi dan lebih fokus pada kepentingan pribadi politisi (Aalberg et al., 2012). Berita tabloid hanya mengaktifkan konstruksi yang berhubungan dengan strategi, sedangkan liputan substantif mengaktifkan sebagian besar konstruksi yang berhubungan dengan isu.

Media idealnya memegang peran sebagai penyedia sumber daya dalam proses pengumpulan informasi, pertimbangan, dan tindakan, terutama terkait demokrasi (Fenton, 2010). Adanya tabloidisasi dalam berita politik justru bertabrakan dengan demokrasi yang bercita-cita mewujudkan pengambilan keputusan secara kolektif dan deliberatif, masyarakat yang aktif dan rasional, serta akses luas terhadap informasi yang relevan. Detik.com sebagai media *online* arus utama yang memiliki 156 juta pengunjung dalam sebulan menurut data SimilarWeb pada Mei 2024 pun tidak terlepas dari tabloidisasi. Media ini faktanya termasuk media yang menyuguhkan publik dengan berita nonsubstansial terkait pilpres 2024. Jumlah pemberitaannya terbilang banyak, mencapai 306 berita selama kurang dari satu bulan yang didominasi dengan berita terkait Prabowo Subianto. Peneliti pun tertarik untuk mengkaji hal tersebut lebih dalam dengan menganalisis bagaimana Detik.com membingkai pemberitaan terkait Prabowo Subianto berdasarkan tren tabloidisasi menggunakan metode analisis *framing*.

1.2 Perumusan Masalah

Detik.com memberitakan pencalonan Prabowo Subianto dalam pilpres 2024 dengan porsi yang besar. Hal ini berkenaan dengan gaya komunikasi politik riang gembira Prabowo yang unik dan berbeda. Gaya tersebut cocok dengan model pemberitaan tabloidisasi di mana cenderung menonjolkan sensasi dan hiburan. Berita-berita tersebut umumnya mendapat banyak perhatian dibanding berita yang menyoroti gagasan serta rekam jejak Prabowo terkait suatu isu dan menekankan relevansinya dengan kepentingan publik.

Berita politik bergaya tabloid yang terlalu banyak disajikan media ini meminimalisir substansi dan mengesampingkan sikap kritis. Berita ini dapat mengalihkan publik dari informasi penting terkait gagasan, rekam jejak, dan visi-misi capres. Imbasnya ialah peningkatan sisnisme politik dalam masyarakat karena merasa tidak dilibatkan dan hanya dianggap sebagai penonton (De Vreese & Elenbaas, 2008). Masyarakat pun dapat mengalami kesulitan untuk menentukan pilihannya secara rasional. Maka dari itu, kajian tentang gejala tabloidisasi dalam berita media *online* penting untuk dilakukan karena masyarakat kontemporer menjadikan berita sebagai referensi terkait wawasan politik, ekonomi, maupun kultural (Lozano dalam Mulyadi, 2014).

Detik.com sebagai media *online* yang dijadikan sumber informasi oleh banyak khalayak merupakan media yang melakukan tabloidisasi terhadap berita Pilpres 2024 dengan menyajikannya secara dangkal, personal, dramatis, sensasional, dan sebagainya. Jumlah pemberitaannya pun terbilang banyak, mencapai 306 berita selama kurang dari satu bulan (Remotivi, 2024). Dari jumlah

tersebut, berita terkait Prabowo mencapai 64 berita atau 20,92%, tertinggi di antara capres-cawapres lainnya. Berkaitan dengan hal itu, peneliti hendak mengkaji tabloidisasi dalam pemberitaan Detik.com mengenai Prabowo Subianto dengan melakukan analisis *framing* terhadap berita terkait. Dengan demikian, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana Detik.com membingkai pemberitaan terkait Prabowo Subianto pada Pilpres 2024 dalam gaya penyajian tabloidisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Prabowo Subianto dibingkai dalam pemberitaan terkait pilpres 2024 dengan gaya penyajian berita berdasarkan tren tabloidisasi oleh media *online* Detik.com menggunakan metode analisis *framing*.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini berupaya memperkaya penelitian dan pemahaman tentang *framing* Prabowo Subianto pada pilpres 2024 oleh media *online* Indonesia dalam tren tabloidisasi yang dianalisis menggunakan metode analisis *framing*. Hal ini didasari dari temuan bahwa banyak media *online* di Indonesia yang mengonstruksi realitas politik sebagai arena hiburan, kompetisi, dan personalisasi melalui pemberitaannya saat pilpres 2024.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Dapat menjadi referensi bagi media *online* di Indonesia bahwa tabloidisasi yang dijalankan menghambat media melakukan pemenuhan fungsi jurnalisme dalam

menyajikan berita politik. Media diharapkan dapat menyajikan berita politik yang substansial serta sesuai elemen jurnalisme dan mempertimbangkan model media yang lebih berkelanjutan.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat untuk memahami keadaan media massa saat ini dan memilih pemberitaan yang relevan dengan isu politik. Sebagai elemen komunikasi massa, media *online* memiliki fungsi yang krusial terhadap negara. Penelitian ini juga diharapkan dapat menggerakkan pemerintah untuk mewujudkan politik pemerintahan yang mencerdaskan.

1.5 Kerangka Teoretis

1.5.1 Media Online

Jurnalisme mengalami perubahan seiring berkembang pesatnya Internet dan teknologi digital. Perkembangan ini melahirkan media baru yang disebut McQuail (2010) sebagai serangkaian teknologi komunikasi dengan fitur-fitur tertentu yang dimungkinkan oleh digitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Dalam komunikasi massa, media baru terfokus pada kumpulan aktivitas kolektif yang menggunakan Internet, seperti berita *online*, periklanan, aplikasi penyiaran, forum serta aktivitas diskusi, *World Wide Web* (WWW), pencarian informasi, dan potensi pembentuk komunitas tertentu.

Sonia Livingstone (1999) menulis bahwa hal-hal baru tentang Internet dapat merupakan kombinasi interaktivitas yang inovatif untuk komunikasi massa meliputi jangkauan konten yang tidak terbatas, cakupan jangkauan khalayak, dan

sifat komunikasi global. Perspektif ini lebih memandang media baru sebagai perluasan yang menghadirkan jurnalisme *online* dibanding penggantian atas jurnalisme tradisional. Hal ini didukung oleh pandangan Eugenia Siapera dan Lia-Paschalia Spyridou (2012) di mana jurnalisme *online* telah berkembang pesat ditandai dengan produksi berita khusus web yang terus meningkat, munculnya bentuk-bentuk jurnalisme baru seperti jurnalisme warga, dan media tradisional seperti surat kabar yang cenderung memprioritaskan edisi *online* mereka.

Terlepas dari konteks tersebut, perspektif lain menyatakan bahwa dampak kumulatif dari perubahan tekno-ekonomi dan sosial-politik terhadap jurnalisme sungguh luar biasa. Dari menjadi institusi utama demokrasi kontemporer selama abad ke-19 dan abad ke-20 hingga kehilangan kekuasaannya pada abad ke-21, di mana para jurnalis mendapati diri mereka sebagai roda penggerak industri hiburan-media (Siapera & Spyridou, 2012). Sampai batas tertentu, perkembangan teknologi dan khususnya Internet dianggap bertanggung jawab atas menurunnya kekuatan jurnalistik.

Era ini ditandai oleh komersialisasi dan trivialisasi berita, fragmentasi khalayak menjadi kepentingan konsumen, erosi pengetahuan dan pemikiran, serta daur ulang siaran pers atau *churnalism*. Semua itu terjadi karena Internet menyebabkan jurnalis dan media mencari cara untuk mencegah penurunan jumlah pemirsa dan pendapatan iklan. Di sisi lain, jurnalis mendapat manfaat dari teknologi dalam hal pengumpulan berita dan distribusi konten yang hemat biaya (Lokman dalam Gran, 2015). Selain itu, cepatnya distribusi *online* memerlukan berita yang dibuat dengan cepat dan tenggat waktu menjadi lebih singkat karena Internet selalu

aktif. Hal ini dapat menyebabkan berita menjadi kurang mendalam, bahkan ada pendapat bahwa media *online* saat ini menghasilkan banyak berita tabloid (Bird, 2009). Stuart Allan (2006) memandang bahwa meningkatnya berita-berita tidak berbayar di media *online* sejalan dengan proses tabloidisasi yang sama-sama menekankan pada pergantian konten yang cepat, perpendekan berita, gosip hiburan, dan ketergantungan yang besar pada visual.

1.5.2 State of the Art

1.5.2.1 *Tabloidization in Philippine Online News Media: A Content Analysis*

Penelitian oleh Danna Karyl Jane C. Talde dari *Central Mindanao University* pada tahun 2022 ini bertujuan untuk menentukan jumlah konsep tabloidisasi yang diamati di tiga situs berita *online* dan memastikan apakah tingkat tabloidisasi mempunyai hubungan yang signifikan dengan peringkat situs berita *online*. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif untuk mengetahui implikasi tabloidisasi di tiga situs berita *online* terkemuka Filipina, yaitu *Philippine Daily Inquirer* (PDI), *Manila Bulletin* (MB), dan *Philippine Star* (PS). Indikator tabloidisasi tersebut meliputi konsep-konsep yang relevan dan penting, yaitu: individualisme, drama, politik, dan hiburan. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif korelasional untuk memperoleh data mengenai status terkini dari fenomena infiltrasi tabloidisasi di media berita. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Dependency theory* serta *Media Dependency theory*.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat konsep tabloidisasi di semua situs berita *online* memiliki kesamaan, dengan individualisme sebagai yang tertinggi, diikuti oleh konsep drama, hiburan, dan politik. Berdasarkan penelitian

ini, PDI dinilai paling sensasional di antara tiga media *online*, disusul PS dan MB. Selain itu, terdapat hubungan tingkat tabloidisasi dengan peringkat situs media *online*. Secara umum, penelitian ini menyajikan bukti bahwa tabloidisasi menjadi unsur yang lekat dengan media *online*, dan bahwa penggunaannya dalam pemberitaan dapat lebih meningkatkan jumlah pembaca. Studi ini juga menegaskan bahwa dengan tabloidisasi, outlet media *online* mempunyai kemungkinan besar untuk menangkap pasar seluas mungkin dan pada akhirnya mendapatkan keunggulan dalam produksi dan konsumsi berita.

1.5.2.2 *Tabloid Journalism in the Context of Sensationalism in New Media*

Penelitian oleh Hakan Yüksel dari *Kafkas University of Turkey* pada tahun 2022 ini berangkat dari asumsi bahwa teknologi Internet di bidang media memberi ruang lebih terhadap tabloidisasi dengan unsur sensasional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana sensasionalisme tercermin dalam berita tabloid di media *online*. Analisis wacana kritis Van Dijk ditetapkan sebagai metode untuk mengkaji dua situs media *online* Turki, yaitu *Hürriyet Kelebek* dan *Sabah Günaydın*. Analisis berita ini diterapkan dalam konteks struktur tematik dan skematis, dimana visibilitas sensasionalisme dibahas melalui enam kategori terpisah, yaitu headline, isi, foto yang digunakan dalam berita, format presentasi, sumber berita, dan latar belakang atau konteks informasi.

Temuan dari analisis wacana yang dilakukan untuk penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor sensasionalisme dalam jurnalisme tabloid di Internet. Penelitian ini juga menyatakan bahwa format berita yang sensasional dapat menciptakan tampilan yang menyesatkan bagi khalayak dalam beberapa kasus.

Terdapat pula ketidakkonsistenan data antara judul dan isi berita. Pendekatan yang menggugah rasa ingin tahu khalayak dilakukan dengan memberikan *headline* yang mencolok, tetapi memuat teks berita yang berbeda dengan yang tampak dalam isi berita (*click bait*). Selain itu, berita tabloid juga sering kali mengambil sumber data atau informasi dari media sosial yang belum pasti kredibilitasnya.

1.5.2.3 *Is Facebook Driving Tabloidization? A Cross-channel comparison of two German newspapers*

Penelitian yang dilakukan oleh Melanie Magin, Miriam Steiner, Andrea Hauptli, Birgit Stark, dan Linards Udris pada 2021 ini menyelidiki seberapa jauh jenis surat kabar (*quality press* vs. tabloid) dan saluran distribusi (versi cetak, situs web, halaman Facebook) mempengaruhi tingkat tabloidisasi berita politik. Peneliti melakukan analisis konten kuantitatif terhadap liputan berita tentang politik dalam negeri di dua surat kabar Jerman, tabloid BILD dan surat kabar berkualitas FAZ, dalam versi cetak, di situs web, dan di halaman Facebook mereka. Pengukuran dilakukan terhadap tiga dimensi, yaitu topik, fokus, dan gaya pemberitaan; dimensi topik membedakan antara *hard news* politik (yaitu kebijakan) dan *soft news* (yaitu liputan tentang politisi, dan khususnya tentang kehidupan pribadi); dimensi fokus mengeksplorasi apakah artikel dibingkai secara episodik atau tematis dan personal atau publik; dan dimensi gaya berkaitan dengan sejauh mana berita disajikan secara emosional dan apakah berita tersebut memuat opini jurnalis.

Penelitian ini menunjukkan adanya tingkat tabloidisasi yang berbeda antara tabloid BILD dan surat kabar berkualitas FAZ, bahkan di situs web dan di Facebook mereka. Proporsi *hard news* lebih tinggi di surat kabar berkualitas FAZ

dibandingkan di tabloid BILD, dengan perbedaan paling kuat di *offline* dan paling kecil di Facebook. Sementara itu, BILD membingkai artikel-artikelnya lebih bersifat episodik dibandingkan tematik, sedangkan tingkat tabloidisasi FAZ jauh lebih rendah hanya seperempat dari BILD. Terkait dimensi gaya, BILD lebih emosional di versi *offline* dibandingkan di situs webnya dan di Facebook. Sebaliknya, FAZ menunjukkan tingkat emosi yang sangat mirip pada *offline* dan di situs webnya, sedangkan artikel yang didistribusikan di Facebook lebih emosional.

1.5.2.4 *Determinants of the tabloidization of popular science historical discourse on the YouTube channel "Historia bez Cenzury" (Wyznaczniki tabloidyacji popularnonaukowego dyskursu historycznego w kanale serwisu YouTube „Historia bez Cenzury”)*

Penelitian oleh Anna Baranska-Szmitko dari University of Lodz Polandia pada 2022 ini bertujuan untuk menentukan apakah proses tabloidisasi berlaku dalam wacana sains populer tentang topik sejarah dan apa faktor penentu fungsi tabloidisasi tersebut di kanal YouTube *Historia bes Cenzury*. Peneliti mengkaji 30 video yang diposting kanal tersebut pada tanggal 8 Juli 2021 hingga 27 Januari 2022 menggunakan metode analisis konten. Asumsi penelitiannya adalah bahwa saluran yang diperiksa menunjukkan fitur dari dua mekanisme utama tabloidisasi, yaitu personalisasi dan sensasionalisme, baik pada tataran konten maupun gaya film yang dipublikasikan. Jenis analisis yang sama memungkinkan untuk menentukan apakah, dan jika demikian, dengan cara apa kedua mekanisme tersebut diterapkan pada tingkat konten. Analisis gaya memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu gaya untuk metode personalisasi dan sensasi yang dipilih.

Hasil temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa tabloidisasi terjadi dalam konten YouTube *Historia bez Cenzury*, dan prosedur-prosedur tersebut tampaknya merupakan hasil dari pengaruh dan manifestasi karakteristiknya. Menyesuaikan konten dengan ekspektasi dan preferensi penonton serta aksesibilitas pesan yang diungkapkan dalam narasi merupakan ciri dari ketiga fenomena yang dibahas: tabloidisasi, wacana sejarah, dan wacana sains populer. Bentuk tabloidisasi dalam wacana yang dibahas adalah mengungkap privasi tokoh sejarah dan sifat dialogis yang digunakan dalam uraiannya (kata ganti kecil, kata ganti posesif, kutipan, dan kuasi-kutipan). Peneliti juga menekankan bahwa bentuk-bentuk tersebut merupakan akibat dari dampak tabloidisasi dan pemutakhiran bentuk wacana sejarah dan wacana sains populer.

1.5.2.5 *Politics Entertainment* di Media Online: Analisis Pemberitaan Bakal

Calon Presiden Pemilu 2024 di Detik.com

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ikhwan dari Universitas Budi Luhur pada 2023 ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemberitaan Detik.com mengenai bakal calon presiden yang akan bertanding pada Pilpres 2024. Topik ini dianggap penting karena pemberitaan media kerap ditampilkan seolah hanya menjadi ajang “pameran” yang lebih berorientasi pada citra positif sang kandidat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif agar dapat mengidentifikasi konsep *politainment* pada pemberitaan media *online*. Terdapat dua berita dari masing-masing kandidat yang diteliti pada periode Mei hingga Juni 2023. Analisis berita dilakukan dengan pendekatan *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicky.

Metode pengumpulan data melalui pemantauan berita, wawancara redaksi Detik.com, dan studi literatur untuk memperkaya temuan penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa unsur *politainment* terlihat pada aktivitas kandidat yang bertujuan membentuk citra positif. Di antaranya adalah blusukan, lari pagi, jalan-jalan di gang sempit, mampir ke rumah, menyapa warga, menjenguk warga yang sakit, bercengkerama ringan dengan anak dan orang tua, serta menonton sepak bola bersama warga. Temuan lainnya menunjukkan bahwa berita kandidat dikemas secara deskriptif, berorientasi realitas sosiologis, menekankan sambutan hangat warga terhadap kandidat, menjadikan kandidat sebagai sumber tunggal, dan mengutip postingan kandidat di media sosial.

Berdasarkan uraian lima penelitian terdahulu di atas, peneliti melihat bahwa penelitian terkait tabloidisasi masih terus dilakukan dalam konteks global dan digital. Namun, dalam konteks nasional, topik tabloidisasi khususnya pada media *online* belum banyak dieksplorasi. Meski begitu, peneliti menemukan penelitian dalam negeri terbaru yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu berjudul “*Politics Entertainment di Media Online: Analisis Pemberitaan Bakal Calon Presiden Pemilu 2024 di Detik.com*”. Penelitian tersebut memiliki objek yang sama dengan penelitian ini, yaitu pemberitaan terkait pemilu 2024 di Detik.com. Yang membedakan adalah pemberitaan tokoh dalam penelitian tersebut meliputi seluruh bakal calon presiden sebelum pendaftaran resmi, sementara pemberitaan ini berfokus menganalisis pemberitaan yang memuat Prabowo Subianto selama masa kampanye pilpres 2024 periode 1 Januari-10 Februari 2024. Selain itu, penelitian tersebut lebih menekankan pada fenomena *politic entertainment* atau *politainment*

yang merujuk pada percampuran antara politik dan hiburan serta keterikatan aktor, topik, dan proses politik dengan budaya hiburan (Nieland, 2008).

Dalam bidang komunikasi, hal itu lebih umum disebut sebagai *infotainment* yang juga memiliki hubungan dengan tabloidisasi, didukung oleh pendapat Ulrich Beck bahwa tabloidisasi adalah bentuk *infotainment* yang lebih maju dan ditandai dengan pengenalan konten hiburan pada program berita televisi (Posyalek, 2015). Tabloidisasi sendiri diartikan sebagai peralihan media dari isu-isu penting nasional dan internasional yang disebut *hard news* menuju *soft news* yang berfokus pada gaya hidup, ketenaran, kejahatan, dan skandal (Ray, 2013). Dari situ, dapat disimpulkan bahwa tabloidisasi dan *politainment* memiliki keterkaitan sehingga bisa menjadi temuan awal untuk mendukung penelitian terhadap tabloidisasi pemberitaan Prabowo Subianto di Detik.com.

Sebagai bentuk pembaruan, penelitian ini akan berfokus pada pembingkaihan dalam gaya berita tabloid dengan memadukan model analisis *framing* Pan dan Kosicki dengan elemen-elemen tabloidisasi. Elemen yang digunakan berdasarkan rumusan Carsten Reinemann, James Stanyer, Sebastian Scherr, dan Guido Legnante dalam penelitian berjudul “*Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings*” pada 2011. Penelitian tersebut merekomendasikan agar elemen yang meliputi dimensi topik, dimensi fokus, dan dimensi gaya digunakan untuk mengukur konsep terkait gaya pemberitaan lain seperti tabloidisasi dan *infotainment*. Adaptasi dimensi-dimensi tersebut untuk tabloidisasi juga sudah dilakukan oleh Melanie Magin, Miriam Steiner, Andrea Hauptli, Birgit Stark, dan Linards Udris pada 2021 dalam penelitian berjudul “Is

Facebook Driving Tabloidization? A Cross-channel comparison of two German newspapers”. Selanjutnya, peneliti akan mengadopsi elemen tersebut untuk disesuaikan dengan metode penelitian ini.

1.5.3 Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan paradigma konstruktivisme yang memandang pengetahuan dan realitas sebagai sesuatu yang jamak dan merupakan hasil konstruksi sosial (Guba et al., 1990). Paradigma konstruktivisme melihat kebenaran suatu realitas sebagai hasil konstruksi sosial yang bersifat relatif, sebab hasil ini tergantung pada kemampuan berpikir dan pemahaman seseorang atas suatu pesan (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2016). Konstruktivisme tidak memandang pesan sebagai *mirror of reality* yang menampilkan fakta apa adanya, melainkan terdapat penyusunan citra atau rangkaian ungkapan tertentu untuk menggambarkan realitas.

Hal yang sama berlaku pada penelitian analisis *framing* berita yang bertujuan untuk memahami cara media mengonstruksi realitas. Analisis *framing* dilakukan dengan pendekatan konstruktivis untuk mengkaji wacana berita yang berfokus mengkonseptualisasikan teks berita ke dalam dimensi yang dapat dioperasionalkan secara empiris seperti sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Pan & Kosicki). Dalam penelitian ini, konstruksi sosial dalam media dipengaruhi oleh nilai dan ideologi yang diyakini jurnalis serta redaksi dalam memberitakan isu politik.

Penelitian ini menganggap bahwa tabloidisasi pemberitaan politik dapat dilihat sebagai sebuah bentuk konstruksi sosial. Konstruksi realitas dalam media massa pada dasarnya dipengaruhi oleh kepentingan sosial, ekonomi, dan politik media. Gaya pemberitaan tabloid pun merupakan upaya media untuk

mengkonstruksi politik sebagai isu yang sensasional, dramatis, dan menghibur sehingga lebih menarik perhatian pembaca. Dengan demikian, paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang tepat untuk menganalisis pembingkaihan Prabowo Subianto pada pilpres 2024 dalam gaya pemberitaan tabloidisasi di media *online* Detik.com.

1.5.4 *Framing Theory*

Teori *framing* pertama kali diadaptasi ke dalam konsep komunikasi massa oleh Gaye Tuchman pada 1978 yang menjelaskan bahwa media berpartisipasi dalam mengonstruksi realitas sosial melalui pembingkaihan dengan cara menonjolkan informasi tertentu dan mengecualikan informasi lain (DeFleur & DeFleur, 2022). Sebagai teori komunikasi massa, *framing* juga mengacu pada cara media dan komunikator profesional mengemas serta menyajikan informasi kepada publik. Dengan menyoroti peristiwa atau fitur tertentu dan menempatkannya dalam suatu konteks, mereka mendorong atau menghalangi penafsiran tertentu serta dapat memengaruhi cara khalayak memandang dan mengkonstruksi realitas sosial.

Framing memiliki kaitan dengan *agenda-setting* yang merupakan teori bahwa media menentukan penempatan berita dengan memberi perhatian dan penonjolan lebih terhadap isu yang dianggap penting (DeFleur & DeFleur, 2022). Ide mengenai *agenda-setting* ini sudah ada sejak Walter Lippmann dalam *Public Opinion* tahun 1922 berpendapat bahwa masyarakat biasa tidak dapat diandalkan untuk membuat keputusan politik, sehingga keputusan penting itu harus dibuat oleh teknokrat yang menggunakan model lebih baik untuk memandu tindakan mereka (Baran & Davis, 2014). Kemudian, Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw

(1972) membahas *agenda-setting* dalam penelitian berjudul “*Agenda-setting Function of the Mass Media*”. Studi ini menawarkan bukti empiris tentang hubungan antara frekuensi dan keterutamaan berita yang disajikan oleh media massa serta atribusi pentingnya isu-isu tersebut. *Agenda-setting* pun ditetapkan sebagai teori yang mengasumsikan bahwa media menentukan keyakinan masyarakat mengenai pentingnya isu-isu yang mereka beritakan.

Jurnalis, editor, dan media memainkan peran penting dalam menciptakan realitas politik melalui berita yang mereka sajikan. Media juga menentukan jumlah pemberitaan dan agenda mereka, sehingga khalayak tidak hanya memahami isu, tetapi juga seberapa penting untuk terikat dengan isu tersebut. Studi ini kemudian menginspirasi Shanto Iyengar dan Donald Kinder (1987) untuk menguji hipotesis *agenda-setting* di mana isu yang mendapat perhatian besar dari media akan menjadi isu yang dipandang publik sebagai hal yang penting juga. Rangkaian eksperimen mereka menghadirkan konsep *priming* yang berkaitan erat dengan *agenda-setting*.

Priming dipandang juga sebagai hasil dari proses efek media yang dimulai dengan penetapan agenda (Brosius, 1994). Jika *agenda-setting* menunjukkan dampak dari pemberitaan terhadap isu nasional yang dianggap penting, *priming* merujuk pada dampak pemberitaan terhadap standar yang digunakan khalayak untuk melakukan penilaian politik sehingga menimbulkan diskusi (Iyengar & Kinder, 1987). Dalam konteks politik, persepsi tentang relevansi utama, keterlibatan politik warga negara, gaya kognitif, dan sikap umum dapat sangat mempengaruhi terjadinya efek *priming* politik (Moy, 2016). Selain itu, pengaruh

pengetahuan politik terhadap *priming* bergantung pada situasi *priming*, misalnya kemudahan suatu isu atau seberapa dipolitisasinya isu tersebut.

Teori *agenda-setting* diperluas dengan memunculkan *agenda-setting* tahap dua, di mana media memiliki dua tahap dalam mengatur agendanya meliputi level objek dan level atribut. Level kedua yaitu atribut merujuk pada bagaimana media berita membahas suatu isu dan ketika khalayak memikirkan atau membicarakannya terdapat atribut yang ditekankan sementara atribut lain hanya disebutkan. Atribut atau karakteristik yang ditekankan itu mempengaruhi pemahaman khalayak dan membantu mengetahui bagian mana dari isu atau topik tersebut yang penting. Dengan kata lain, media tidak hanya memberi tahu apa yang harus khalayak pikirkan, tetapi juga memberitahu bagaimana cara berpikirnya (DeFleur & DeFleur, 2022). Berbeda dengan *agenda-setting* dan *priming*, *framing* mempengaruhi bagaimana khalayak berpikir mengenai suatu isu bukan hanya dengan mengutamakan aspek isu, tetapi juga dengan merangsang skema berpikir untuk memaknai informasi yang ada (Scheufele, 2000). Jurnalis dapat menggunakan berbagai wujud *frame*, seperti kata, frasa, gambar, analogi, bahkan metafora dalam pembuatan bingkai atau *frame building*. Faktor-faktor yang mempengaruhi *frame building* di antaranya adalah kode etik jurnalistik, elit perusahaan maupun politik, dan budaya. Kelompok elit, termasuk kelompok kepentingan, pejabat atau lembaga pemerintah, dan aktor politik atau korporasi lainnya secara rutin terlibat dalam *frame building* untuk mendukung kepentingan mereka (DeFleur & DeFleur, 2022).

Proses selanjutnya adalah *frame setting* yang secara khusus mengeksplorasi bagaimana individu dapat dipengaruhi oleh paparan pesan yang dibingkai. Hal ini

mencakup proses psikologis yang terjadi, dampak terhadap perubahan sikap, dan pengaruh bingkai terhadap cara berpikir seseorang mengenai suatu isu. Sistematisasi penyajian bingkai dapat mempengaruhi pemahaman individu terkait peristiwa tersebut. *Frame setting* juga mengacu pada bagaimana khalayak mampu menginterpretasikan sebuah isu setelah terpapar bingkai (DeFleur & DeFleur, 2022).

Terdapat empat tipe bingkai yang paling banyak digunakan, di antaranya *episodic vs. thematic frames*, *gain vs. loss frames*, *strategy vs. issue frames*, dan *master frames*. *Episodic frames* menekankan suatu peristiwa pada individu atau secara tunggal dengan memusatkan perhatian pada peristiwa spesifik, sedangkan *thematic frames* menekankan pada konteks dan relevansi isu yang lebih luas dengan membahas hasil-hasil umum. *Gain frames* menekankan pada manfaat atau hasil positif, sedangkan *loss frames* menekankan pada konsekuensi negatif. *Strategy frames* berfokus pada kandidat mana yang menang atau kalah mencakup posisi dalam jajak pendapat, persaingan, dan kinerja serta gaya politik, sementara *issue frames* berfokus pada kebijakan, pengambilan keputusan, serta pandangan kandidat mengenai suatu masalah. Terakhir, *master frames* merupakan bingkai induk mencakup serangkaian *frame* yang dapat diterapkan pada berbagai isu.

Berdasarkan pemaparan di atas, *framing theory* dapat membantu penelitian ini untuk melihat bagaimana jurnalis media online Detik.com membingkai Prabowo Subianto dengan gaya tabloidisasi yang menyorot isu dan peristiwa tertentu. Mark Boukes (2022) juga menambahkan bahwa dramatisasi dan personalisasi dalam berita berkaitan erat dengan konsep *episodic frames*. Jurnalis menggunakan

episodic frames untuk mengilustrasikan isu-isu dengan cara menghumanisasi topik mereka yang umum terjadi di media-media yang berorientasi komersial (De Swert & Kuypers, 2020). Sifat tersebut sama seperti tabloidisasi dalam penelitian ini yang berupaya mengemas berita politik dengan format berita hiburan dan gaya hidup.

1.5.5 Analisis *Framing*

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993) dalam “*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*” menyajikan pendekatan analisis *framing* dengan melihat teks berita sebagai sistem elemen penandaan terorganisasi yang mengindikasikan advokasi ide-ide dan menyediakan perangkat untuk mendorong jenis pemrosesan teks tertentu oleh khalayak. *Framing* juga dijelaskan sebagai skema untuk memahami berita melalui tema yang menghubungkan berbagai elemen semantik seperti deskripsi tindakan atau aktor, kutipan sumber, dan informasi latar belakang.

Tema secara intrinsik terkait dengan makna dan penelitian ini mengasumsikan bahwa terdapat hubungan fungsional antara elemen penanda dan makna sebuah berita. Elemen penanda dari sebuah tema terdiri atas pilihan leksikal yang berfungsi sebagai perangkat pembingkai untuk dapat dikomunikasikan melalui media berita. Oleh karena itu, *framing* dapat dikaji sebagai strategi mengkonstruksi dan mengolah wacana berita. Proses ini dimulai ketika seorang sumber mementaskan suatu peristiwa yang dianggap layak diberitakan atau ketika informasi tentang suatu isu dicari oleh seorang jurnalis. *Framing* tidaklah bebas nilai karena dilakukan oleh jurnalis dan editor dalam lingkungan produksi berdasarkan panduan kerja media, representasi mental jurnalis, dan antisipasi

terhadap respons khalayak (Pan & Kosicki, 1993). Perangkat *framing* dalam model Pan & Kosicki terdiri atas empat struktur, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Struktur sintaksis dalam berita lebih mengacu pada pola susunan kata atau frasa dalam suatu kalimat. Hal ini disebut juga sebagai “sintaks makro” yang diwakilkan oleh urutan piramida terbalik, yaitu judul, *lead*, *body*, dan penutup. Bagian ini membentuk skema untuk memandu pembaca memahami susunan fakta sesuai arahan jurnalis (Pan & Kosicki, 1993). Misalnya, pada *lead* berita yang merupakan rangkuman dari isi, khalayak sudah dapat mengetahui apakah ada informasi yang mereka butuhkan dalam berita tersebut.

Struktur skrip menguraikan bagaimana jurnalis mengelola kelengkapan berita. Dalam hal ini meliputi peristiwa nyata yang layak diberitakan dan memenuhi harapan bahwa berita tersebut akan membantu khalayak memahami peristiwa melampaui pengalaman indrawi mereka yang terbatas (Pan & Kosicki, 1993). Skrip mengacu pada rangkaian aktivitas dan komponen peristiwa yang mapan dan telah diinternalisasikan sebagai representasi terstruktur dari peristiwa tersebut. Komponen ini melibatkan unsur 5W+1H, meliputi *What* (apa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *Why* (kenapa), dan *How* (bagaimana). Adanya struktur skrip memberi kesan bahwa suatu berita seolah memuat informasi lengkap tentang suatu peristiwa yang mempunyai awal, klimaks, dan akhir. Ini juga berisi dorongan intrinsik untuk memberi perhatian terhadap drama, aksi, karakter, dan emosi manusia. Jurnalis yang menulis berita pun dianggap tidak jauh berbeda dengan novelis yang menulis cerita fiksi karena karakteristik skrip membuat berita tampak terlalu terfragmentasi, dipersonalisasi, dan didramatisasi (Pan & Kosicki, 1993).

Struktur tematik melihat bagaimana jurnalis menyajikan sebuah berita sehubungan dengan cara penulisan fakta, penggunaan kalimat, dan penempatan sumber berita. Struktur tematik terdiri dari ringkasan dan isi utama. Ringkasan biasanya diwakili oleh judul, *lead*, atau kesimpulan. Bagian utamanya adalah untuk memperkenalkan bukti yang mendukung hipotesis berisi episode, informasi latar belakang, dan kutipan. Oleh karena itu, struktur tematik sebuah berita merupakan hierarki berlapis-lapis dengan tema sebagai inti sentral yang menghubungkan berbagai subtema sebagai simpul-simpul utama yang pada gilirannya terhubung dengan unsur-unsur pendukung (Pan & Kosicki, 1993).

Struktur retorik menggambarkan pilihan gaya yang dibuat oleh jurnalis sehubungan dengan dampak yang diharapkan. Jurnalis menggunakan perangkat retorik untuk memunculkan gambaran, meningkatkan arti-penting suatu hal, dan meningkatkan kejelasan sebuah berita. Hal ini juga sebagai pendukung untuk klaim jurnalis bahwa beritanya bersifat faktual dan tidak memihak yang biasanya ditampilkan melalui foto atau ilustrasi. Dari situ, pembaca pun dapat dengan mudah memahami apa yang jurnalis tekankan dalam beritanya.

Model *framing* Pan & Kosicki diterapkan dalam penelitian “Tabloidisasi Pemberitaan Prabowo Subianto pada Pilpres 2024 di Detik.com” ini karena mampu mengidentifikasi elemen tabloidisasi melalui struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Hal ini karena analisis *framing* tersebut meneliti bahasa politik serta menganggap penting pilihan kata dalam berita. Kata memegang kekuatan besar dalam menetapkan konteks untuk perdebatan, mendefinisikan isu yang sedang dipertimbangkan, menyebut berbagai representasi mental, dan menyediakan alat

dasar untuk membahas isu yang sedang dihadapi (Pan & Kosicki, 1993). Penelitian ini pun bertujuan untuk mengetahui pembingkaiannya Prabowo Subianto dalam penyajian berita dalam trend tabloidisasi yang sensasional dan menghibur di mana dapat ditinjau melalui bahasa dan pilihan kata jurnalis maupun aktor politik.

1.5.6 Tabloidisasi

Tabloidisasi adalah istilah yang merujuk pada pergeseran fokus jurnalisme kontemporer dari berita dan informasi faktual yang serius ke arah berita ringan dan hiburan. Tren ini dikaitkan dengan meningkatnya tekanan komersial dan keinginan untuk menarik perhatian khalayak luas (Spillane et al., 2020). Perkembangan awal tabloidisasi dimulai dari perubahan format surat kabar (*broadsheet*) menjadi tabloid yang dirancang untuk menarik popularitas. Perbedaan antara kedua format jurnalisme ini cukup besar sehingga surat kabar diidentikkan sebagai *quality press* sementara tabloid identik dengan budaya populer.

Surat kabar mengandung ciri utama pers yang berkualitas, yaitu mengandalkan pendekatan investigatif, menekankan liputan mendalam dengan nada yang tenang dalam artikel dan editorial, menggunakan judul yang lebih kecil, gambar yang lebih sedikit, serta teks yang lebih panjang (Preston dalam Bastos, 2019). Sebaliknya, konten tabloid cenderung mengekspos hal-hal sensasional dengan penekanan komersial yang kuat dan bahasa populis. Jenis penulisan dan penekanan editorial pada pokok bahasan juga sangat berbeda di media tabloid dibandingkan dengan surat kabar, di mana suara pembaca lebih diperkuat. Dari segi komposisi, artikel berita tabloid rata-rata lebih pendek serta lebih menekankan pada

headline dan gambar. Liz Nice (2007) kemudian merumuskan karakteristik tabloid dan tabloidisasi sebagai berikut:

1. Pengurangan dalam ukuran produk.
2. Perluasan kolom iklan.
3. Peningkatan *pagination*.
4. Peningkatan cerita per halaman.
5. Lebih banyak berita 'lunak', misalnya berita *human interest* dan personalisasi.
6. Berita yang kurang 'sulit' seperti politik, internasional dan kepentingan publik.
7. Peningkatan berita skandal, sensasionalisme, olahraga, dan dunia hiburan.
8. Artikel yang lebih pendek.
9. Peningkatan pada foto dan materi visual lainnya, yaitu format yang lebih mudah dikonsumsi dengan judul besar, penggunaan foto, grafik, dan warna yang ekstensif.

Tabloidisasi pun identik dengan gaya pemberitaan bernada sensasional, trivial, dramatis, emosional, dan personal (Oehmer-Pedrazzi et al., 2023). Sensasionalisme merujuk pada berita yang membangkitkan sensasi dengan membesar-besarkan suatu topik atau kejadian. Menurut Denis McQuail (dalam Mulyadi, 2014), sensasionalisme dalam perspektif objektivitas berita memiliki tiga dimensi, yaitu dramatisasi, emosionalisasi, dan personalisasi. Dramatisasi umumnya mengacu pada penggunaan majas hiperbola serta berfokus pada konflik,

alur cerita, pengembangan karakter, dan aksi. Emosionalisasi atau emosionalisme merujuk pada penggunaan kata yang mengandung aspek emosi seperti marah, senang, sedih, dan sebagainya. Yang terakhir, personalisasi merupakan penonjolan tindakan, kehidupan, dan sifat pribadi tokoh dalam berita. Sementara itu, trivialisasi merujuk pada pendangkalan isu dengan menyoroti sisi lain dari peristiwa yang tidak penting atau memiliki daya hiburan.

Tabloidisasi sebetulnya tidak selalu dipandang negatif oleh sejumlah ahli. Mereka memandang tabloid sebagai sesuatu yang diharapkan masuk ke dalam media berita berdasarkan keprihatinan terhadap pembaca kalangan bawah, yang sering diasingkan oleh para penjaga *quality press* untuk mempertahankan hegemoni budaya (Rowe, 2010). Namun, pandangan alternatif terhadap media tabloid ini telah ditentang secara sistematis oleh penelitian yang mengukur hubungan antara tingkat konsumsi media tabloid dengan keterlibatan politik (Bastos, 2016). Penelitian tersebut melaporkan adanya pertentangan antara *celebrity culture* dengan keterlibatan politik publik. Mereka mengkonfrontasi bahwa para peneliti yang menganggap budaya populer sebagai kekuatan demokratisasi itu mengabaikan kesenjangan mendasar dalam cara khalayak mengorientasikan diri mereka di dunia politik.

Tabloidisasi telah mengubah apa yang menurut media perlu diketahui pemilih untuk mengevaluasi seorang politisi dalam jabatan publik (Kurtz dalam Gran, 2015). Liputan berita mengenai debat politik menjadi cenderung lebih personal, karena citra dan gaya dianggap lebih menarik dibanding substansi politik. Berita pun lebih berfokus pada pengakuan pribadi untuk mendapatkan simpati daripada

memberi informasi kepada khalayak. Proses ini juga berdampak pada berita televisi dan format aktualitas secara umum yang menimbulkan kekhawatiran akan menurunnya standar jurnalistik, meningkatnya ketidaktahuan publik, serta risiko kebingungan antara fiksi dan kenyataan, seperti yang terjadi akibat *infotainment* (McQuail, 2010).

Hal ini menunjukkan bahwa proses tabloidisasi tidak hanya terbatas dalam bentuk media cetak. Celine Gran (2015) berpandangan bahwa jurnalisme *online* juga menghadapi jenis kritik yang sama seperti yang pernah dialami televisi dan radio terkait tabloidisasi. Karena itu, diperlukan lebih banyak penelitian untuk menarik kesimpulan tentang karakteristik spesifik tabloidisasi dalam berita *online* (Gran, 2015). Dalam konteks penelitian ini, pemberitaan terkait Prabowo Subianto pada pilpres 2024 dikemas dengan tabloidisasi oleh sejumlah media *online*, terutama Detik.com. Untuk itu, peneliti akan mengkaji pembingkai pada berita terkait dengan menganalisis elemen tabloidisasi di dalamnya.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Tabloidisasi Pemberitaan Prabowo Subianto pada pilpres 2024 di media online

Tabloidisasi pemberitaan Prabowo Subianto pada pilpres 2024 diartikan sebagai adaptasi gaya pemberitaan tabloid dalam berita terkait sosok Prabowo Subianto beserta renik-renik peristiwa pada pilpres 2024. Gaya pemberitaan tersebut cenderung bernada sensasional yang mengandung unsur dramatisasi, emosionalisasi, personalisasi, serta trivialisasi. Pemberitaan ini umumnya disajikan dalam bentuk *straight news* dengan narasi yang singkat dan penekanan pada visual,

sehingga peneliti hanya akan memilih bentuk berita *straight news* serta mengabaikan bentuk lain seperti opini dan investigasi. Artikel yang akan dianalisis adalah yang bertanda “pemilu” dan dipublikasi di situs web Detik.com selama periode kampanye pemilu 1 Januari–10 Februari 2024.

1.6.2 Analisis *Framing* oleh Pan dan Kosicki

Penelitian ini akan menganalisis bingkai tabloidisasi pemberitaan Prabowo Subianto pada pilpres 2024 di Detik.com menggunakan metode analisis *framing* model Pan & Kosicki dipadukan dengan elemen tabloidisasi. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993) menguraikan bahwa *framing* merupakan skema untuk memahami berita dimana peristiwa, rutinitas, dan konveksi pembuatan berita dihubungkan dengan perangkat kognisi guna menafsirkan dan mengkode informasi. Perangkat *framing* model ini meliputi struktur sintaksis untuk melihat cara jurnalis menyusun fakta, skrip untuk mengetahui cara jurnalis mengisahkan fakta, tematik untuk melihat bagaimana jurnalis menyampaikan fakta, dan retorik untuk mengetahui cara jurnalis menekankan fakta. Sementara elemen tabloidisasi yang digunakan adalah model Reinemann et al. (2011) meliputi tiga dimensi, yaitu topik (*hard news/soft news*), fokus (publik/individu dan bingkai episodik/tematik), serta gaya pemberitaan (trivialisasi, dramatisasi, emosionalisasi, dan personalisasi). Dari situ dapat diketahui bagaimana tabloidisasi pemberitaan terkait Prabowo Subianto pada Pilpres 2024 dikemas oleh media *online* Detik.com.

1.7 Asumsi Penelitian

Penelitian ini berasumsi bahwa pemberitaan terkait Prabowo Subianto di media *online* khususnya Detik.com sarat dikemas dengan gaya pemberitaan tabloid. Hal

ini disebabkan oleh proses tabloidisasi yang memungkinkan tren tersebut diadaptasi ke bentuk media lain, dalam konteks masa kini yaitu media *online*. Tabloidisasi dianggap cocok dengan cara kerja media *online* yang mengutamakan kecepatan dan berorientasi untuk menarik banyak pembaca dengan kecenderungan sensasional bernada dramatis, emosional, personal, dan trivial. Peneliti pun telah melakukan analisis pendahuluan pada subbab awal dan melihat adanya unsur trivialisasi serta emosionalisasi dalam pemberitaan Prabowo Subianto di Detik.com. Analisis lebih dalam akan dilakukan dengan model *framing* Pan dan Kosicki yang dipadukan dengan elemen tabloidisasi Reinemann untuk menguak bagaimana media tersebut mengemas dan mengonstruksi realitas politik Prabowo Subianto dengan gaya pemberitaan tabloidisasi.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe dan Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif berupa analisis *framing*, sebuah teknik yang digunakan oleh jurnalis untuk mengonstruksi dan mengolah peristiwa agar dapat dipresentasikan kepada masyarakat (Pan & Kosicki, 1993). Pendekatan analisis *framing* yang diadopsi dalam penelitian ini mengacu pada model yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Konsep model ini mengandaikan bahwa setiap berita memiliki *frame* berupa ide yang terhubung dengan berbagai elemen dalam teks berita, seperti kutipan dari narasumber, latar informasi, serta penggunaan kata atau kalimat tertentu dalam keseluruhan teks.

Perangkat *framing* dalam model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terdiri atas empat struktur, yaitu (1) sintaksis, berhubungan dengan bagaimana jurnalis mengolah peristiwa ke dalam struktur umum berita; (2) skrip, yang berkaitan dengan bagaimana jurnalis menceritakan peristiwa agar menjadi sebuah berita; (3) tematik, yang berkaitan dengan cara jurnalis mengekspresikan pandangan terkait peristiwa melalui preposisi yang membentuk keseluruhan teks; (4) retorik, berkaitan dengan bagaimana jurnalis menggunakan pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar untuk menyoroti suatu makna.

Peneliti kemudian memilih paradigma konstruktivisme karena analisis *framing* termasuk dalam metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Selain itu, paradigma ini mengarahkan penelitiannya untuk membuahakan beragam pemahaman yang memiliki sifat rekonstruksi (Denzin & Lincoln, 2009). Metode analisis *framing* dipadukan dengan elemen tabloidisasi pun diterapkan untuk mengetahui cara media dalam mengembangkan pemberitaannya dan memaknai suatu peristiwa. Dengan metode dan paradigma tersebut, peneliti dapat mengetahui bagaimana Detik.com mengonstruksi realitas politik Prabowo Subianto pada pilpres 2024 berdasarkan gaya tabloidisasi.

1.8.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap media *online* Detik.com karena media ini menggunakan unsur tabloidisasi dalam memberitakan Prabowo Subianto pada pilpres 2024. Dengan situasi tersebut, peneliti menilai perlu dilakukan pengkajian lebih lanjut terhadap pembingkai aktor politik di media *online* Detik.com.

1.8.3 Korpus Penelitian

Korpus penelitian ini terdiri dari artikel-artikel berita tentang Prabowo Subianto dalam konteks pilpres 2024 di media *online* Detik.com yang menerapkan tabloidisasi. Peneliti menghimpun berita menggunakan kata kunci terkait “Prabowo” bertanda “pemilu” yang terbit selama masa kampanye di tahun 2024, tepatnya pada 1 Januari-10 Februari 2024. Peneliti pun melakukan pemantauan selama periode kampanye tersebut dan berhasil menemukan 139 berita terkait Prabowo Subianto yang tampak menggunakan gaya pemberitaan tabloidisasi.

Terdapat lima gaya pemberitaan tabloidisasi yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu dramatisasi, emosionalisasi, personalisasi, dan trivialisasi. Peneliti berupaya untuk menganalisis bagaimana Detik.com menggunakan keempat gaya tersebut untuk membingkai pemberitaan terkait Prabowo Subianto pada pilpres 2024. Untuk itu, penelitian ini mengambil sampel 30 artikel yang terbit pada periode 1 Januari-10 Februari 2024 dengan memilih lima berita per minggu yang memenuhi karakteristik umum tabloidisasi. Karakteristik tersebut di antaranya: (1) penggunaan judul yang sensasional; (2) berisikan paragraf pendek; dan (3) mengangkat topik ringan atau *soft news*.

Tabel 1.2 Daftar berita yang menjadi korpus penelitian.

No	Judul Berita	Jurnalis	Tanggal Publikasi
1	Di Balik Aksi Fahri Unggah Foto Lawas Prabowo Gandeng Anies-Sandi	M Rofiq	1 Januari 2024
2	Prabowo Unggah Momen Penuh Tawa Saat Bertemu 4 Mata dengan Jokowi	Indra Komara	5 Januari 2024
3	Prabowo Hadiri Rapat Konsolidasi Partai Golkar, Ikut Masak Nasi Goreng	Brigitta Belia Permata Sari	6 Januari 2024

4	Anies Singgung soal Etik, Prabowo: Anda Tidak Pantas Bicara Etik!	Anggi Muliawati	7 Januari 2024
5	Prabowo soal Tak Salaman dengan Anies: Dia Nggak Datang, Saya Lebih Tua	Adrial Akbar	7 Januari 2024
6	Momen Prabowo Pose Silat di GBK usai Jawab Pertanyaan soal Pertahanan	Adrial Akbar	8 Januari 2024
7	Prabowo Tak Ambil Pusing soal Anies Beri Skor 11/100 Kinerja Kemehan	Ferdi Almunanda	9 Januari 2024
8	Prabowo Ungkit Air Susu Dibalas Air Tuba: Biar Yang Kuasa Membalasnya	Ferdi Almunanda	9 Januari 2024
9	TKN soal 'Kawan Marah-marah': Maaf Pak JK, Prabowo Banyak Ketawa dan Joget	Matius Alfons Hutajulu	10 Januari 2024
10	Prabowo: Ndroro Aku Ini Prajurit, Masa Perang Mau Pakai Barang Tak Bagus	Adrial Akbar	11 Januari 2024
11	Menhan Prabowo Enggan Pidato Mengarah Kampanye di Blora: Sorry Ye	Achmad Niam Jamil	18 Januari 2024
12	Prabowo: Yang Pilih Internet Gratis ketimbang Makan, Otaknya Agak Lamban	Rumondang Naibaho	20 Januari 2024
13	Prabowo: Rakyat Tak Suka Pemimpin Bicara Mbulat-mbulet, Omon-omon Terus	Rumondang Naibaho	20 Januari 2024
14	Momen Prabowo-Gibran Pelukan Usai Debat Cawapres Kedua	Anggi Muliawati	21 Januari 2024
15	Prabowo: Ada yang Mau Adu Domba Saya Sama Prajurit	Tiara Aliya Azzahra	22 Januari 2024
16	Prabowo: Katanya Kalau Presiden Nggak Boleh Ngomong Keras-keras, Sorry Ye	Tiara Aliya Azzahra	22 Januari 2024
17	Momen Prabowo Main Bareng Anak-anak Bangkalan Usai Resmikan 15 Titik Air	Rizky Adha Mahendra	23 Januari 2024
18	Prabowo Tanya Sosok Cawapres Gibran ke Anak Muda: Paten Nggak?	Tiara Aliya Azzahra	27 Januari 2024
19	Prabowo Minder Dikasih Nilai Rendah saat Debat: Belum Ada Guru Sekejam Itu	Bahtiar Rifa'i	27 Januari 2024
20	Seloroh Prabowo ke Agus Jawo-Budiman: Maaf Dulu Saya Kejar, Bandel Sih	Tiara Aliya Azzahra	27 Januari 2024
21	Prabowo Sentil Pengkritik Makan Siang Gratis: Tak Mau Terbaik untuk Bangsa	Firda Cynthia Anggrainy	29 Januari 2024
22	Prabowo Ungkit Dukungan Erick: Mungkin Aku Dinilai Pantas Jadi Presiden	Firda Cynthia Anggrainy	31 Januari 2024

23	Momen Prabowo Bareng Titiek Soeharto dan Didit Temui Relawan Rabu Biru	Firda Cynthia Anggrainy	1 Februari 2024
24	Canda Prabowo Akan Dikasih Nilai 0 di Debat Kelima Pilpres	Wildan Noviansah	2 Februari 2024
25	Prabowo Minta Maaf di Akhir Debat, Berkarya: Tunjukkan Sosok Negarawan	Tim	5 Februari 2024
26	Prabowo: Yang Bilang Jokowi Tak Bisa Kerja, Otaknya Perlu Diperiksa	Firda Cynthia Anggrainy	7 Februari 2024
27	Prabowo ke Bocah di Sumut: Kamu Akan Sarankan Ortumu Coblos Nomor Berapa?	Firda Cynthia Anggrainy	7 Februari 2024
28	Prabowo Sindir Caleg Nyamar Jadi Nelayan: Harusnya Jadi Bintang Sinetron	Adrial Akbar	8 Februari 2024
29	Prabowo: Saya Sudah 3-4 Kali Ucap Syahadat karena Seharusnya Dipanggil Tuhan	Adrial Akbar	8 Februari 2024
30	GBK Bergemuruh Saat Prabowo Sapa Titiek Soeharto di Kampanye Akbar	Rumondang Naibaho	10 Februari 2024

1.8.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data berupa teks, kalimat, serta simbol yang menggambarkan aktor, peristiwa, dan aktivitas politik terkait Prabowo Subianto pada pilpres 2024 dalam artikel berita yang terbit di media *online* Detik.com.

1.8.5 Sumber Data

1.8.5.1 Data Primer

Pesan dan perbuatan pada dasarnya merupakan sumber data pokok atau primer dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2018). Penelitian ini menggunakan data primer berupa artikel berita terkait Prabowo Subianto pada pilpres 2024 di media *online* Detik.com.

1.8.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber kedua dari data yang dibutuhkan (Rahmadi, 2011). Peneliti menggunakan literatur-literatur, jurnal, buku, ataupun artikel yang dapat diakses melalui internet sebagai data sekunder dalam penelitian.

1.8.6 Analisis dan Interpretasi Data

Penelitian ini menerapkan langkah-langkah analisis dan interpretasi data dari model analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993). Perangkat *framing* ini terdiri atas empat struktur sebagai berikut:

1. Struktur Sintaksis

Sintaksis adalah struktur *framing* yang mengkaji cara jurnalis memposisikan fakta-fakta yang terkumpul dalam satu berita. Sintaksis dalam berita mengacu pada komposisi berita seperti *headline*, *lead*, latar informasi, sumber, dan penutup dalam keseluruhan teks berita.

- a. *Headline* dapat disebut juga sebagai judul berita yang menunjukkan bagaimana jurnalis mengonstruksi suatu isu. Karena memiliki fungsi *framing* yang kuat, *headline* umumnya dibuat semenarik mungkin untuk mengundang pembaca. *Headline* secara umum terdiri atas dua jenis, yaitu *headline teller* (pemberitahu) dan *headline teaser* (penggoda). Namun, jurnalis sering kali melakukan penonjolan lebih terhadap *headline* dengan membuat judul *clickbait* atau “umpan klik” untuk memikat pembaca agar mengklik beritanya. Bazaco, Redondo, dan Sanche-Garcia (2019) memandang bahwa judul *clickbait* merupakan jenis judul yang terkait erat dengan tabloidisasi. Karakteristik *clickbait* tersebut antara lain ditandai dengan: (1) informasi

tidak lengkap dengan kata rujukan, tanda tanya, dan enumerasi serta daftar; (2) ungkapan menarik yang sensasional serta menggunakan tanda dan kata seruan atau perintah; (3) pengulangan dan serialisasi yang dilakukan untuk menghasilkan lebih banyak interaksi dan menawarkan sedikit pembaruan informasi; (4) berlebihan menggunakan kata hiperbola, kata sifat, dan ekspresi bahasa lisan secara intensif.

- b. *Lead* atau teras berita juga merupakan struktur sintaksis yang berfungsi sebagai lensa berita untuk mengungkapkan sudut pandang jurnalis terkait isu yang diberitakan. Lead umumnya memuat unsur 5W+1H, tetapi tidak harus memuat seluruh unsur yang ada.
- c. Latar berfungsi untuk mengemukakan latar belakang suatu peristiwa yang mempengaruhi konstruksi makna oleh jurnalis. Latar informasi biasanya disajikan di bagian awal untuk menentukan arah sudut pandang pembaca. Misalnya, pada berita dengan sudut pandang individual, latar yang ditampilkan akan cenderung spesifik atau sempit.
- d. Sumber merujuk pada asal berita dan narasumber yang memiliki keterlibatan langsung dengan suatu peristiwa sehingga memiliki kredibel untuk memberikan keterangan kepada jurnalis.
- e. Kutipan narasumber digunakan untuk menerapkan objektivitas dengan konsep ketidakberpihakan. Gagasan yang dikemukakan jurnalis perlu didukung oleh opini pihak yang bersangkutan, ahli, atau memiliki otoritas tertentu.

f. Penutup terletak di akhir sebuah berita yang biasanya berisi kutipan sumber berupa kesimpulan peristiwa, keterangan tentang tindak lanjut dari isu, informasi pendukung atau tambahan lainnya. Namun, jurnalis juga sering meletakkan informasi penting di bagian akhir atau mengutip pernyataan narasumber sebagai strategi agar pembaca tetap membaca beritanya sampai akhir (Thresia et al., 2020).

2. Struktur Skrip

Skrip menguraikan prinsip dasar dari kelengkapan berita atas elemen 5W+1H yang meliputi *What* (apa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), *Why* (kenapa), dan *How* (bagaimana). Jurnalis menggunakan struktur ini untuk mengonstruksi berita dengan memberi penekanan pada apa yang akan didahulukan dan bagian informasi mana yang perlu disembunyikan. Selain itu, berita kerap dirangkai seperti sebuah cerita yang berupaya menjelaskan keterkaitan atas suatu realitas dengan peristiwa yang sudah terjadi sebelumnya serta mengaitkan teks dengan lingkaran sosial pembaca. Layaknya sebuah novel, jurnalis juga mengembangkan tokoh, karakter, dan plot yang ingin diceritakan dengan harapan pembaca teratrik untuk membaca. Oleh karena itu, unsur kelengkapan yang ada di dalam berita sangatlah penting agar pembaca dengan jelas memahami kronologi sebuah fakta

3. Struktur Tematik

Struktur ini dapat dilihat dari bagaimana jurnalis menyampaikan fakta atas suatu isu. Tematik berkaitan dengan pengungkapan sudut pandang jurnalis terhadap

suatu isu ke dalam paragraf, proposisi, kalimat, serta hubungan antarkalimat dengan unit analisis berupa *detail*, koherensi, bentuk kalimat, dan kata ganti.

- a. *Detail* merupakan penulisan fakta oleh jurnalis secara terperinci. Hal ini menunjukkan bagaimana jurnalis menyikapi sebuah fakta, apakah menganggapnya penting hingga dibahas berulang kali atau justru menghilangkannya.
- b. Koherensi dapat dilihat dari jalinan antar kata, proposisi, atau kalimat. Jenis-jenis koherensi di antaranya: (1) Koherensi kausalitas, adanya unsur sebab-akibat dalam kalimat; (2) Koherensi penjelas, menilai suatu kalimat sebagai penjabaran dari kalimat lain; dan (3) Koherensi pembeda, menganggap suatu kalimat berlawanan dengan kalimat lain.
- c. Bentuk kalimat, berhubungan dengan pemaknaan jurnalis atas suatu peristiwa yang tampak pada susunan kata dan dapat menunjukkan penekanan tertentu. Bentuk kalimat terdiri atas kalimat aktif dan kalimat pasif. Kalimat aktif adalah kalimat dimana subjek melakukan suatu tindakan (predikat). Sebaliknya, kalimat pasif adalah kalimat dimana subjek bukanlah pelaku tindakan, melainkan objek yang menerima tindakan tersebut.
- d. Kata ganti, digunakan untuk menunjukkan posisi seseorang dalam sebuah berita. Kata ganti juga dapat disesuaikan agar berita menjadi lebih menarik karna kata dengan arti yang sama bisa memiliki makna yang berbeda.

4. Struktur Retoris

Struktur retorik menjelaskan penonjolan makna yang dibuat jurnalis melalui penentuan kata, idiom, elemen grafis, dan foto atau gambar yang dipilih untuk

membentuk makna, membangun citra, serta memunculkan gambaran sesuai isi berita. Elemen dalam struktur ini di antaranya:

- a. Kata, penentuan kata dapat merepresentasikan penekanan jurnalis terhadap fakta yang mengindikasikan ideologi dan sikap seperti apa yang dipegang media dalam menilai peristiwa.
- b. Idiom/leksikon, penggabungan kata, klausa, frase, maupun kalimat yang tidak mempunyai arti yang sebenarnya.
- c. Metafora, diartikan sebagai penggunaan kiasan dengan kata seperti, bak, ibarat, laksana, atau umpama untuk menyampaikan persamaan atau perbedaan yang bukan arti sebenarnya. Metafora digunakan untuk memperkuat makna/kesan, mempermudah pemahaman, dan mengonseptualisasikan sesuatu yang abstrak atau sulit dipahami menjadi lebih jelas dan akrab dengan pembaca sehingga maknanya semakin mudah dimengerti.
- d. Grafis, pemberian efek kognitif kepada pembaca dengan penggunaan tabel, huruf bercetak miring atau tebal, dan pemberian warna.
- e. Gambar atau foto, digunakan untuk mempengaruhi pemahaman, pemaknaan, dan penggambaran pembaca terhadap suatu peristiwa. Dalam jurnalistik, foto dapat menciptakan komunikasi dan nilai berita seperti penting, faktual, aktual, dan menarik. Berikut jenis foto jurnalistik berdasarkan Thresia (2020) yang umum digunakan dalam berita politik:

- *General News Photo*, yaitu foto tentang peristiwa yang telah direncanakan sebelumnya dan wartawan memang akan meliput peristiwa tersebut, misalnya seperti kegiatan formal pemerintah.
- *People in the News Photo*, yaitu foto yang diambil untuk mendeskripsikan seseorang dengan profilnya, seperti ketokohan, keunikan, atau lainnya. Biasanya digunakan untuk menggambarkan tokoh masyarakat atau orang biasa yang memiliki keunikan tertentu.
- *Potrait*, yaitu foto yang menampilkan wajah seseorang secara close up. Biasanya diambil karena terdapat kekhasan tertentu pada wajahnya atau ekspresinya.

Model *framing* Pan dan Kosicki tersebut akan dipadukan dengan elemen tabloidisasi berdasarkan model Reinemann et al. (2011) yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu dimensi topik, fokus, dan gaya. Elemen ini berasal dari pengukuran tingkat tabloidisasi untuk semua jenis media berita melalui analisis konten, sehingga operasionalisasinya menyatakan bahwa (1) dimensi topik ditandai oleh isu-isu yang relevan secara politik vs. tidak relevan. (2) *Dimensi fokus* mengukur relevansi sosial vs. relevansi individu dan pemingkakan tematik vs. episodik. (3) *Dimensi gaya* menjangkau pelaporan yang tidak emosional vs. emosional dan gaya pelaporan impersonal vs. personal. Menurut model ini, semakin mirip tabloid suatu media berita, maka semakin tidak relevan secara politik liputan beritanya, semakin berfokus pada peristiwa serta individu, dan semakin kuat penekanan emosi melalui pandangan pribadi jurnalis (Magin et al., 2021).

Penelitian ini mengadopsi model tersebut dengan penyesuaian pada dimensi gaya dengan menambahkan dua gaya pelaporan lain merujuk pada pendapat bahwa tabloidisasi identik bernada sensasional dengan gaya pemberitaan personalisasi, dramatisasi, emosionalisasi, dan trivialisasi (Oehmer-Pedrazzi et al., 2023). Elemen tabloidisasi dalam penelitian ini pun diuraikan sebagai berikut:

1. Dimensi Topik

Dimensi ini berangkat dari tradisi media yang mengkategorikan topik menjadi dua, yaitu topik berat (*hard news*) dan topik ringan (*soft news*). Topik berat meliputi isu-isu politik, ekonomi, dan sosial, sementara topik ringan mencakup gaya hidup, hiburan, dan olahraga. Dalam konteks berita politik, dimensi topik dibedakan antara *hard news* politik seperti kebijakan dan *soft news* politik seperti liputan tentang politisi khususnya mengenai kehidupan pribadinya (Steiner, 2016). Selain itu, dimensi topik juga melihat relevansi suatu berita yang terindikasi melalui sejauh mana suatu berita berkaitan dengan norma, tujuan, kepentingan, dan aktivitas yang terkait dengan persiapan, penegasan, dan implementasi keputusan yang berwenang. Jika suatu berita politik cenderung disajikan dalam bentuk *soft news*, maka berita tersebut dapat mencerminkan adanya tabloidisasi.

2. Dimensi Fokus

Dimensi fokus mengeksplorasi sudut pandang jurnalis dan bingkai yang digunakannya. Berita tabloid umumnya fokus pada kepentingan individu serta dibingkai secara episodik. Hal ini berarti bahwa liputan berita lebih

berfokus pada peristiwa atau tokoh itu sendiri daripada membingkai peristiwa tersebut dalam konteks yang lebih umum (Steiner, 2016).

3. Dimensi Gaya

Dimensi gaya berkaitan dengan gaya tabloidisasi apa yang digunakan dalam berita. Gaya penyajian berita tabloid dalam penelitian ini meliputi berita sensasional yang mengandung unsur dramatis (dramatisasi), emosional (emosionalisasi), personal (personalisasi), dan pendangkalan (trivialisasi). Selain itu, penekanan pada pandangan pribadi atau subjektivitas jurnalis juga dieksplorasi dalam dimensi ini.

Dimensi-dimensi di atas akan digunakan sebagai landasan analisis terhadap bagaimana *framing* tabloidisasi dalam pemberitaan Prabowo Subianto pada pilpres 2024 dilakukan oleh media *online* Detik.com. Adapun kerangka analisis dalam penelitian ini digambarkan melalui tabel berikut:

Tabel 1.3

Kerangka analisis *framing* Pan & Kosicki dipadukan dengan elemen tabloidisasi Reinemann.

Kerangka <i>Framing</i> Pan & Kosicki		
Struktur	Perangkat	Unit yang Diamati
<u>Sintaksis:</u> Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, sumber, pernyataan, penutup
<u>Skrip:</u> Cara wartawan mengisahkan Fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
<u>Tematik:</u> Cara wartawan menuliskan fakta	3. Detail 4. Koheransi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarkalimat
<u>Retoris:</u> Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metaphor	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Elemen Tabloidisasi		
Dimensi	Peninjauan	Karakteristik
Topik	Kategorisasi topik, relevansi topik	1. <i>Soft news</i>
Fokus	Pembingkaian, sudut pandang jurnalis	2. Bingkai episodik 3. Kepentingan individu
Gaya	Gaya berita tabloid, subjektivitas jurnalis	4. Trivialisasi 5. Dramatisasi 6. Emosionalisasi 7. Personalisasi