

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemberitaan pada jurnalisme idealnya memenuhi tiga aspek utama, yakni *timeless*, relevan dan penting, serta menarik. Hal ini mengindikasikan bahwa seharusnya, pemberitaan yang dipilih dan dipublikasikan pada publik adalah isu penting, seperti topik mengenai politik, kebijakan negara, atau peristiwa besar (Popović & Popović, 2014). Akan tetapi, kenyataannya banyak pemberitaan yang diproduksi mengalami pergeseran fungsi dari sebelumnya sebagai penyedia informasi penting bagi publik menjadi berorientasi pada hiburan dan sensasi, sehingga berita atau isu penting yang berdampak kepada masyarakat tidak lebih menonjol dibandingkan berita gosip, drama suatu tokoh. Akhirnya, hal-hal nonsubstansial dianggap lebih menarik perhatian audiens (Franklin, 1997). Oleh karena itu, media tidak seharusnya memberitakan suatu fenomena layaknya *infotainment* karena bertentangan jurnalisme secara ideal.

Salah satu pemberitaan yang tak luput dari perhatian media adalah peristiwa penjarahan rumah pejabat publik, khususnya Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Peristiwa tersebut didasari dari adanya unjuk rasa yang dilakukan masyarakat pada periode 25–30 Agustus 2025 sebagai respons mengenai berbagai isu yang menjadi sorotan publik, seperti menuntut keluarga Joko Widodo, pemakzulan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka, mendesak DPR agar menjalankan fungsi dan perannya sebagai lembaga legislatif, tuntutan buruh mengenai penghapusan

outsourcing, penolakan upah murah, pembahasan mengenai RUU Ketenagakerjaan dan Perampasan Aset, stop PHK, hingga revisi UU Pemilu . Namun, selama rangkaian aksi berlangsung terjadi beberapa insiden yang mengakibatkan ketegangan antara demonstran dan aparat. Salah satu peristiwa yang menyita perhatian publik ialah tewasnya pengemudi ojek *online*, Affan Kurniawan pada 28 Agustus 2025 akibat tertabrak kendaraan Brimob. Hal ini meningkatkan rasa ketidakpuasan publik, sehingga memicu terjadinya perusakan fasilitas umum pada hari berikutnya. Kemudian, pada 30 Agustus 2025 beredar kabar bahwa sejumlah anggota DPR berada di luar negeri. Informasi tersebut pada akhirnya memicu ratusan orang untuk mendatangi rumah salah satu anggota DPR, Ahmad Sahroni dan mengambil sejumlah barang berharga seperti elektronik hingga sejumlah uang yang disiarkan secara *live* melalui TikTok. Perilaku tersebut memicu tindakan serupa yang meyasar rumah pejabat publik lainnya seperti Eko Patrio, Uya Kuya, hingga Sri Mulyani (Tempo.co, 2025a).

Kontroversi tersebut dipengaruhi dari respons anggota DPR yang menimbulkan sentimen negatif, seperti Uya Kuya dan Eko Patrio tertangkap berjoget pada sidang Paripurna MPR pada 15 Agustus silam. Selain itu, pernyataan Nafa Urbach mengenai kemacetan dari Bintaro menuju Kantor, sebagai respons atas kenaikan tunjangan anggota DPR sebesar 50 juta per bulan, dan Ahmad Sahroni yang menyebut “ide orang tolol sedunia” sebagai jawaban atas usulan pembubaran DPR. Hal di atas dianggap sebagai masyarakat sebagai perilaku tidak sensitif atas kondisi perekonomian masyarakat Indonesia (Detik.com, 2025).

Imbas dari perilaku tersebut membuat mereka pada akhirnya dinonaktifkan sebagai anggota DPR. Namun, berdasarkan hasil sidang terbuka yang dilakukan oleh Mahkamah Dewan Kehormatan (MKD) DPR RI kepada anggota DPR RI non aktif tersebut, Uya Kuya terbukti tidak melanggar kode etik, sebab video yang beredar di media sosial merupakan video bohong sebab tidak ditunjukkan untuk menghina dan melecehkan siapapun, sehingga diaktifkan kembali menjadi anggota DPR RI sedangkan Nafa Indria Urbach (Nafa Urbach), Eko Hendro Purnomo (Eko Patrio), dan Ahmad Sahroni diputuskan terbukti melanggar kode etik dan masing-masing dinonaktifkan dari jabatannya selama tiga, empat, dan enam bulan (Tempo.co, 2025b).

Berdasarkan alasan dan fenomena tersebut, penjarahan dalam konteks ini mengindikasikan adanya jarak antara masyarakat dan elit politik, sebab melihat realitas di tengah sulitnya kondisi perekonomian di Indonesia ditambah lapangan kerja terbatas dan biaya hidup yang membebani masyarakat khususnya kelas menengah di Indonesia terdapat isu bahwasanya tunjangan pejabat dinilai sangat besar, sehingga terjadi diferensiasi sosial dan menimbulkan rasa iri yang menjadi cermin dari ketimpangan sosial.

Salah satu media *online* yang meliput peristiwa tersebut ialah Kompas.com. Dilansir dari situs Kompas.com, media ini menjadi pionir media *online* pertama di Indonesia sejak 14 September 1995 dengan menampilkan versi daring dari berita harian Kompas cetak. Seiring berkembangnya waktu, portal berita berubah menjadi Kompas.com dengan menyajikan informasi terbaru dan teraktual sebagai kiblat

jurnalisme dari banyaknya aliran informasi yang tidak jelas kebenarannya (Kompas.com, 2017).

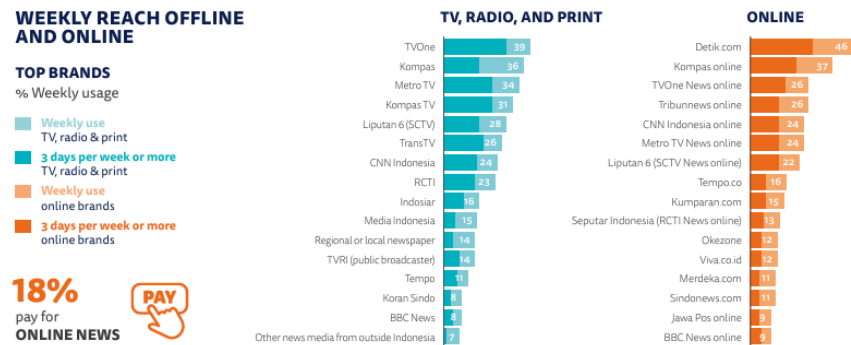
PUBLIC OPINION ON BRAND TRUST

Only the brands listed were included in the survey.
It should not be treated as a list of the most or least trusted brands, as it is not exhaustive.

Brand	Trust	Neither	Don't Trust
CNN Indonesia	61%	33%	6%
Detik.com	59%	34%	7%
Jawa Pos	50%	41%	8%
Kompas	62%	31%	7%
Kumparan.com	47%	43%	10%
Local television news	52%	40%	7%
Merdeka.com	48%	44%	8%
RCTI	57%	35%	8%
SCTV (Liputan6)	59%	35%	7%
Sindonews.com	48%	43%	9%
Suara.com	45%	45%	10%
Tempo	53%	37%	10%
Tribunnews	53%	38%	9%
TVOne	60%	31%	9%
TVRI	58%	35%	7%

Gambar 1.1. Survei tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media di Indonesia.

Menurut survey yang dilakukan oleh (Newman dkk., 2025) dalam laporannya berjudul “*Digital News Report 2025*” menunjukkan bahwa Kompas menjadi media *online* yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia. Selanjutnya, Kompas *online* menduduki posisi kedua sebagai media yang sering dikonsumsi oleh masyarakat dalam seminggu, sehingga hal ini menunjukkan bahwa Kompas.com menjadi media dengan peringkat kedua yang sering diakses dan dipercaya masyarakat Indonesia.



Gambar 1.2. Survei konsumsi masyarakat pada media *offline* dan *online* di Indonesia dalam seminggu.

Namun, dalam artikel yang diproduksi oleh Kompas.com mengenai pemberitaan mengenai penjarahan rumah anggota DPR, isi berita yang disajikan sayangnya memiliki kecenderungan menonjolkan mengenai aspek personalisasi dan emosi, seperti pada pemberitaan terkait penjarahan rumah Uya Kuya yang bertajuk "Uya Kuya dan Istri Menanti Kucing Kesayangan Pulang Usai Rumahnya Dijarah". Seharusnya, jika dilihat dalam konteks fenomena yang terjadi belakangan, penjarahan rumah pejabat publik menjadi imbas dari isu seperti kemiskinan struktural dan kesenjangan sosial-politik sehingga memicu warga melakukan aksi penjarahan. Akan tetapi, diksi yang ditulis pada pemberitaan ini bergeser menjadi masalah personal, seperti adanya karangan bunga dari kerabat Uya Kuya, penonjolan sisi emosional Astrid Kuya yang ikhlas atas hilangnya harta, dan ekspresi terhadap kucing kesayangannya berharap dapat segera ditemukan layaknya konten *infotainment*. Padahal, dalam pemberitaan ini Uya Kuya dan Astrid Kuya seharusnya diposisikan sebagai pejabat publik dan bukan publik figur.

Di depan rumah, terpajang tiga karangan bunga dari kerabat Uya Kuya, salah satunya dari Denise Chariesta.

Coretan vandalisme dengan kata-kata kasar dituliskan di tembok pagar, sementara di bagian dalam rumah lantai dua terlihat kaca pecah dan coretan serupa.

Aktris sekaligus anggota DPRD Jakarta, Astrid Kuya, mengaku ikhlas rumahnya dijarah. Ia menyatakan tidak ingin larut dalam kesedihan dan justru berharap barang-barang yang diambil bisa bermanfaat bagi pelaku.

Meski merelakan harta bendanya, Astrid tetap berharap kucing kesayangannya dapat ditemukan. “Tapi kalau untuk soal kucing, kami sedang mencari. Dan kami sudah siapkan kepolisian,” kata dia (Kompas.com, 2025c).



Gambar 1.3. Salah satu artikel berita pada Kompas.com.

Selain itu, berita yang ditampilkan oleh Kompas.com juga menekankan pada isu sentimental dengan menyoroti kesedihan pejabat, dalam pemberitaan penjarahan rumah Eko Patrio dengan artikel berjudul “Kemunculan Eko Patrio Usai Diterpa Badai: Rumah Dijarah, Karier Tersandung.” Artikel ini membahas mengenai Eko Patrio yang akhirnya muncul ke publik untuk menangguk status penahanan Rian, salah satu tersangka penjarahan rumahnya. Kompas.com cenderung membingkai peristiwa tersebut tersebut dalam bentuk personalisasi dan emosi untuk untuk mengundang empati publik, dan hanya sedikit menyinggung asal muasal mengapa anggota DPR nonaktif tersebut bisa menjadi sasaran jarahan. Media ini juga menambahkan diksi yang mengundang emosi terkait nasib Eko yang berpasrah, karena statusnya sebagai anggota DPR dinonaktifkan. Hal ini menggambarkan adanya komersialisasi pejabat dengan mengeksploitasi ranah

privat mereka, sehingga seakan-akan menghilangkan esensi awal sebab adanya penjarahan tersebut.

....Menurut Eko, Rian berjasa karena menyelamatkan kucing peliharaannya ketika penjarahan berlangsung.

“Terus kenapa saya memberanikan diri (ke luar rumah) karena saya lihat Rian tanggung jawab saya, ada orang yang sudah baik,” ucap Eko.

Ia menegaskan, kedatangannya ke Polda hanya demi Rian, bukan untuk kepentingan lain.

“Tapi, memang jujur, saya keluar, ke Polda hari ini tuh karena Rian, enggak ada apa-apa lagi. Saya lihat Rian ada niat baik,” jelasnya.

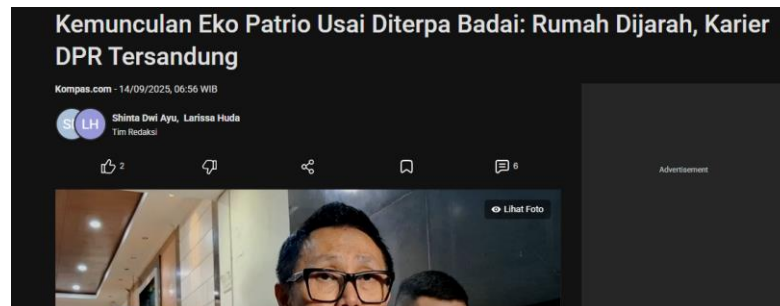
....Mengenai statusnya sebagai anggota DPR RI yang dinonaktifkan, Eko mengaku pasrah dan menyerahkan sepenuhnya kepada partai politiknya.

“Ah, apalagi urusan itu saya serahkan ke partai politik aja,” kata Eko.

Ia menyatakan nasib kariernya di DPR RI berada di tangan Ketua Umum Partai Amanat Nasional (PAN), Zulkifli Hasan.

“Saya lillahi ta'ala, saya serahkan semua sebagai anggota dewan atau apa ya, saya serahkan ke ketum saya, Pak Zulkifi Hasan,” ujarnya.

Untuk saat ini, Eko mengaku ingin fokus memulihkan kondisi keluarga, khususnya psikologis istri dan anak-anaknya pasca-penjarahan (Kompas.com, 2025b) .



Gambar 1.4. Salah satu artikel berita pada Kompas.com.

Tidak hanya Kompas.com yang mengangkat berita mengenai penjarahan rumah anggota DPR, Kompas.id sebagai salah satu *platform* berita *online* yang berada dalam naungan Kompas Gramedia Grup juga mengangkat pemberitaan mengenai penjarahan rumah anggota DPR pada Agustus lalu. Meskipun berada dalam satu grup media yang sama, terdapat perbedaan gaya pemberitaan dalam mengemas fenomena tersebut. Kompas.id Dalam pemberitaannya yang bertajuk

“Serbu Rumah Uya Kuya, Sembilan Orang Ditangkap” berfokus pada penangkapan pelaku pengambilan barang di rumah Uya Kuya berdasarkan unggahan pada media sosial. Selain itu, pihak kepolisian juga menyelidiki penjarahan di rumah Eko Patrio. Pada artikel ini, Kompas.id hanya berfokus pada penyelidikan dan penangkapan pelaku, serta memaparkan hasil pengamatan mengenai barang yang dijarah pada peristiwa tersebut. Hal ini dapat dilihat narasumber yang dipilih, yakni pihak kepolisian sebagai pihak yang berwenang dan tidak mewawancarai Uya Kuya secara personal atas perasaannya kehilangan barang seperti pada artikel Kompas.com.

....Polisi antara lain menangkap para tersangka pelaku berdasarkan unggahan di media sosial. Pada sejumlah unggahan, wajah-wajah orang yang mengambil barang terlihat jelas. "Kami sedang selidiki satu per satu," kata Dicky.

Selain menangkap sembilan orang, polisi menyita beberapa barang bukti, yakni beberapa perabotan yang ada di rumah tersebut. Dicky menyebut, ketika massa mulai mendatangi rumah Uya Kuya, petugas sudah memberi imbauan, bahkan imbauan tersebut terekam di media sosial...

.... Dicky mengingatkan, penjarahan adalah pelanggaran pidana yang memiliki konsekuensi hukum yang harus dipertanggungjawabkan pelakunya. "Kepolisian tidak akan tinggal diam apabila fenomena penjarahan ini terus terjadi," ujarnya. (Kompas.id, 2025).



Gambar 1.5. Salah satu artikel berita pada Kompas.id.

Jika menilik perbandingan pemberitaan di atas, Kompas.com cenderung memberitakan mengenai penjarahan rumah pejabat publik dari aspek personal dan menonjolkan sisi dramatis pada individunya. Penggunaan judul dan diksi yang

memantik emosi pembacanya sangat ditekankan utamanya pada bagian atas dan halaman pertama berita. Sementara itu, pada Kompas.id artikel berita yang disajikan mengedepankan sumber faktual dan objektif. Hal ini dapat dilihat pada pemilihan narasumber, kata, dan kalimat dengan bersifat netral serta informatif tanpa adanya pemberitaan bergaya personal dan emosi.

Seringkali media mengkonstruksi suatu isu atau fenomena melalui pembingkai. Hal ini dapat disebut sebagai *framing*. Analisis ini dapat diartikan sebagai bagaimana media membingkai suatu realitas, sehingga dapat dimaknai dan ditunjukkan melalui suatu peristiwa yang ditampilkan dan ditonjolkan (Eriyanto, 2002). Selanjutnya bahwa di beberapa isu sosial seperti kemiskinan, kejahatan, dan pengangguran ditemukan bias pada liputan di mana isu sosial yang ditonjolkan hanya sebatas peristiwa saja dan tidak dibingkai dalam konteks yang lebih luas, sehingga jika media hanya fokus untuk menyederhanakan suatu isu dengan kisah yang bersifat anekdotal dibandingkan hal kompleks akan membuat masyarakat tidak dapat paham mengenai isu publik dan sosial secara menyeluruh (Iyengar dalam Vreese, 2005).

Seiring berjalannya waktu dan persaingan antar media, banyak perusahaan yang menggeser arah liputannya dalam bentuk hiburan atau dalam kata lain *infotainment* dan *soft news* sebab dinilai lebih menarik audiens dibanding berita yang penting dan harus diketahui publik. Berita tersebut dikaitkan dengan tabloid, karena dianggap sensasional dan menggeser berita serius serta menyebabkan perubahan makna mengenai fenomena yang membuat publik tidak berminat terhadap isu penting dan berita yang bersifat serius (Patterson, 2000). Media di

Indonesia juga tak luput dari komodifikasi seiring perkembangan teknologi. Sering meningkatnya permintaan konsumen terkait informasi dan hiburan pada akhirnya membuat industri media mengutamakan pemberitaan yang berbasis profit dibandingkan etika jurnalistik dan berakibat pada penyebaran informasi serta pembentukan opini publik (Muzhaffar Shidqi & Kn, 2024).

Fenomena pergeseran pemberitaan ini dikenal dengan is *tabloid journalism* yang bermakna penyajian berita dengan langkah tertentu, seperti sensasionalisme, mengutamakan emosi, menyederhanakan isu-isu kompleks, dan hanya menuruti selera pasar saja meskipun pada akhirnya praktek seperti ini berhasil menarik perhatian publik dengan cara yang dianggap lebih mudah dipahami (Örnebring & Jönsson, 2004). Lalu, perkembangan teknologi khususnya media sosial turut membawa perubahan pada industri media. Banyak pengguna internet yang menjadikan beberapa *platform* media sosial untuk mendapatkan berita, sehingga membuat ekosistem baru yang menjadikan *like*, *share*, dan *feedback* berperan besar untuk menentukan apakah berita tersebut populer, sehingga hal ini juga berdampak pada pola pemberitaan dengan format berita viral seperti *BuzzFeed* dengan menyajikan konten ringan, menghibur, *clickbait*, dan jarang menyentuh isu politik yang serius. Akibatnya, fenomena tabloidisasi ini menjadi suatu hal yang dibuat oleh banyak industri media (Bastos, 2016).

Padahal, pers bertanggung jawab untuk memberitakan suatu isu secara utuh, mengutamakan kejujuran, menyeluruh, cerdas, dan memiliki makna. Hal ini menitikberatkan kritik terhadap sensasionalisme pers dan konsep pers yang beragam, objektif, informatif, independen, serta menerapkan standar profesionalitas

(Hutchins dalam McQuail, 2010). Selain itu, merujuk pada pasal 3 UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers, termaktub bahwasanya terdapat salah satu fungsi pers, yakni fungsi pendidikan dalam artian sebagai medium pendidikan massa, maka seharusnya tulisan atau berita yang dibuat menambah pengetahuan atau wawasan pembaca atau mengandung ilmu pengetahuan dengan cara melaporkan berita, meninjau dan menganalisis peristiwa, dan memberikan wawasan mengenai nilai-nilai universal, nasional, maupun lokal ke generasi selanjutnya (Suherdiana, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, media idealnya berorientasi kepada rakyat, seperti yang dikemukakan oleh (McQuail, 2010) terkait kewajiban dan tujuan media yang mengutamakan masyarakat dibandingkan kepentingan pribadi seperti menjadikan isu tertentu layaknnya konten hiburan serta tujuan finansial. Namun, dengan adanya tabloidisasi berita yang menekankan pada dramatisasi, personalisasi, dan penekanan pada aspek emosional justru bertentangan dengan tujuan dan kewajiban media dalam menjalankan tanggung jawabnya. Media *online* Kompas.com sebagai *brand* yang tingkat memiliki kepercayaan publik mencapai 62 persen dan menjadi media dengan urutan ke-dua yang sering diakses masyarakat Indonesia menurut Reuters Institute Digital News Report 2025 nyatanya masih cenderung menyajikan berita dengan gaya tabloidisasi. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis lebih lanjut mengenai bagaimana Kompas.com membingkai pemberitaan mengenai penjarahan rumah pejabat publik dengan metode analisis *framing* berdasarkan elemen tabloidisasi.

1.2. Rumusan Masalah

Pemberitaan mengenai penjarahan rumah pejabat publik di Indonesia menarik perhatian banyak orang termasuk media *online* utamanya imbas demo akibat ketimpangan sosial-politik, serta kebijakan publik yang dirasa masyarakat tidak masuk akal. Selain itu, represifitas aparat yang menewaskan rakyat sipil non-pendemo, dan kabar mengenai kaburnya sejumlah anggota pejabat publik memicu tindakan tersebut.

Media berperan dalam membentuk realitas serta berfungsi menyebarkan informasi yang idealnya berguna bagi kepentingan publik, dalam artian isu yang diangkat penting dan berdampak pada masyarakat, tidak hanya sekadar drama atau hal tidak penting di luar pembahasan mengenai isu tersebut.

Akan tetapi, Kompas.com sebagai salah satu media yang dipercayai dan sering diakses oleh masyarakat Indonesia menurut Reuters Institute Digital News Report di tahun 2025 sayangnya memiliki kecenderungan mengemas pemberitaan dengan gaya tabloid mengenai fenomena penjarahan ini dengan menonjolkan aspek emosional dan personal seperti trauma dan kehilangan barang dan hewan dibandingkan hal yang lebih substantif. Maka dari itu berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, muncul pertanyaan bagaimana media *online* Kompas.com mem-*framing* penjarahan rumah anggota DPR dengan konteks berkaitan dengan demo pada bulan Agustus 2025 dalam elemen tabloidisasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen tabloidisasi di media *online* Kompas.com pada pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR pada konteks demo Agustus 2025.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana pemberitaan mengenai penjarahan rumah anggota DPR di media *online* Indonesia melalui tabloidisasi dengan metode analisis *framing*, sehingga pemahaman ini dapat memberikan perspektif bagaimana suatu isu dalam level komunikasi massa, khususnya mengenai sosial-politik dapat dilihat dengan cakrawala yang lebih luas. Penelitian juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya jika ingin mengkaji hal serupa.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan mengenai pemberitaan dengan isu sosial-politik seharusnya dibuat dengan lebih substansial, yakni sesuai dengan, fungsi, politik, dan etika dalam jurnalistik tanpa perlu elemen seperti sensasionalisme, trivialisasi, emosi, dan personalisasi yang merusak prinsip dasar jurnalistik.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Secara sosial, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat agar dapat memahami dan menyeleksi berita yang relevan dan peka terhadap isu sosial-politik, sehingga dapat memaknai suatu fenomena dengan perspektif lebih luas.

1.5. Kerangka Teoritis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa realitas yang terbentuk oleh setiap individu dikonstruksi dan dibentuk, tidak semerta-merta muncul dengan sendirinya. Hal penting yang dapat membentuk sebuah realitas adalah keberadaan simbol dan bahasa, karena dapat mengkonstruksi secara simbolik (Butsi, 2019). Paradigma ini juga berfokus pada bagaimana membuat pesan agar seseorang dari berbagai tingkatan kompleksitas kognitif dapat menyerap informasi (Littlejohn dkk., 2017).

Pada pengaplikasiannya dalam penelitian, pendekatan ini biasa digunakan dengan analisis *framing* (Butsi, 2019). Salah satu tokoh yang mengembangkan *framing* ialah Pan & Kosicki yang menyatakan bahwa media menggunakan strategi kognitif dalam mengelola fakta menjadi berita dengan melibatkan cara berpikir jurnalis dalam memberi makna serta menafsirkan peristiwa (Eriyanto, 2002).

Pemberitaan mengenai isu sosial-politik seperti penjarahan rumah pejabat DPR merupakan salah satu bentuk konstruksi sosial yang pada dasarnya dipengaruhi oleh banyak faktor seperti sosial, ekonomi, dan kepentingan media itu

sendiri. Kecenderungan berita bergaya tabloid yang disajikan dalam pemberitaan, direduksi sebagai suatu isu personalisasi, emosi, trivialisasi, dan sensasionalisme dibandingkan berita yang lebih substantif. Hal ini membuat persepsi khalayak ketika membuat pemberitaan ini berubah, sehingga menciptakan konstruksi sosial baru.

1.5.2. State of The Art

Dalam penyusunan penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu menjadi rujukan dengan memperhatikan beberapa kemiripan aspek dengan penelitian yang akan diteliti.

Penelitian pertama berjudul “*Clickbait Contagion in International Quality Media: Tabloidisation and Information Gap to Attract Audiences*” yang dilakukan oleh Alba Diez-Gracia, Pilar Sánchez-García, Dolors Palau-Sampio, Iris Sánchez-Sobradillo dan dipublikasikan pada 2024 ini membahas mengenai bagaimana strategi *clickbait* yang dilakukan oleh media internasional ‘serius’ bereputasi baik di halaman depan media mereka mempengaruhi konsumsi dan kebiasaan berbagi pembaca. Penelitian ini menggunakan analisis konten dengan mengkomparasi empat sumber media internasional, yakni The Guardian (Inggris), The New York Times (USA), El País (Spanyol), dan Público (Portugis) dengan hasil bahwa ada *clickbait* di halaman depan pada konten yang paling banyak dibaca dan dibagikan di media sosial dengan kebanyakan *clickbait* menggunakan strategi judul yang memuat informasi tidak lengkap baik pada *hard news* maupun *soft news*. Selain itu, temuan ini juga menyoroti bahwa strategi ini nyatanya umum digunakan pada jurnalisme ‘serius’ meskipun berdampak negatif terhadap kualitas dan kepercayaan

informasi. Lalu, isi konten yang dipasangkan dengan *clickbait* lebih menarik perhatian audiens pada pengunjung media *online* dibanding media sosial (Diez-Gracia dkk., 2024).

Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan ialah pada dasarnya penelitian ini hanya berfokus pada *clickbait* dan isi konten yang kurang lengkap saja, jenis pemberitaan yang tidak spesifik pada salah satu topik saja, dan situs penelitian. Jika pada penelitian di atas meneliti media *online* dalam skala internasional, peneliti akan meneliti pada media lokal. Pada aspek berita, pemberitaan yang akan diteliti oleh penulis khusus pada topik tertentu yakni penjarahan rumah pejabat DPR dan meneliti keseluruhan isi berita yang disajikan pada media tersebut, tidak hanya mengenai *clickbait* saja. Lalu, jika penelitian ini menggunakan analisis isi komparatif maka pada penelitian yang dilakukan akan menggunakan analisis *framing* Pan & Kosicki.

Lalu terdapat penelitian yang dipublikasikan pada 2025 dan diteliti oleh Dominique S. Wirz serta Florin Zai dengan judul “*Infotainment on Social Media: How News Companies Combine Information and Entertainment in News Stories on Instagram and TikTok*” penelitian ini bermaksud mengeksplorasi bagaimana konten berita berupa *Instagram stories* dan TikTok menampilkan informasi yang relevan terhadap situasi terkini dan seberapa jauh informasi tersebut dipadukan dengan elemen hiburan. Metode yang dilakukan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan analisis konten *story* Instagram dan TikTok yang dipublikasikan pada enam media di Swiss dengan jangkauan *online* tertinggi pada Februari 2022 hingga Januari 2023. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa elemen *entertainment*

lebih sering muncul di TikTok daripada di Instagram. Selain itu, elemen tersebut banyak digunakan oleh media berita yang pada umumnya memberitakan berita yang berkualitas (Wirz & Zai, 2025).

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan, pertama situs yang dipilih adalah enam media di Swiss dan konten berupa audio visual di TikTok dan Instagram, sedangkan peneliti akan mengambil media lokal Indonesia dan langsung dari situs *online* media tersebut, yakni Kompas.com dengan isu yang tidak terlalu spesifik. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis konten, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memakai metode kualitatif dengan analisis *framing* Pan & Kosicki.

Selanjutnya, untuk mengetahui terkait efek tabloidisasi media penelitian dengan judul “*News worthiness and Public trust in sub-Saharan Africa: Examining the impact of tabloid journalism in Zambia*” dilakukan oleh Gregory Gondwe dan dipublikasikan pada 2021 ini membahas fungsi konten berita tabloid dalam membangun kepercayaan publik di Zambia dengan membandingkan konten berita tabloid yang dianggap tidak profesional oleh jurnalis dan peneliti Afrika dengan penulisan berita yang profesional berakar dari edukasi Jurnalisme di Barat. Penelitian ini menggunakan metode survey dan quasi-eksperimen menggunakan data yang dikoleksi dari 319 partisipan dari *platform* media *online* di Zambia. Hasil penelitian ini memperlihatkan tidak ada korelasi positif antara konsumsi berita tabloid dengan edukasi serta tidak semua orang berpendidikan mampu berpikir kritis terhadap berita tabloid (Gregory, 2021).

Perbedaan penelitian ini dan yang akan dilakukan adalah dari segi fokus, penelitian ini membahas hubungan antara berita tabloid dan kepercayaan publik di Zambia, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai tabloidisasi pada konten artikel berita, lalu metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif quasi-sampel sedangkan yang akan digunakan pada penelitian adalah kualitatif dengan analisis *framing* Pan & Kosicki. Lokasi penelitian juga menjadi pembeda, jika penelitian ini berada di Zambia, peneliti akan meneliti berita dalam media dan isu di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Roberto A. Valdeón serta dipublikasikan pada 2022 memiliki judul “*Translation and the tabloidization of the New York Times in Spanish*”. Berfokus untuk menganalisis fungsi penerjemahan dalam proses tabloidisasi versi Spanyol dari The New York Time berdasarkan studi sebelumnya. Asumsi dari penelitian ini adalah proses penerjemahan mungkin menggunakan aspek tabloidisasi untuk mendapatkan audiens yakni penutur bahasa Spanyol yang tinggal di Amerika Serikat atau Amerika Latin. Penelitian ini menggunakan metode *constructed week sampling* dalam dua versi yakni konten dan format dengan hasil pada elemen linguistik pemberitaan cenderung kurang serius, sebab memang ditujukan untuk menarik audiens dari tradisi yang berbeda (Valdeón, 2023).

Perbedaan penelitian ini adalah fokus yang dilakukan, jika penelitian yang akan dilakukan berfokus pada tabloidisasi di media membingkai isu serius, penelitian ini menyorot fungsi terjemahan dalam pada tabloidisasi. Selain itu objek

yang akan diangkat juga berbeda, penelitian di atas menggunakan The New York Times berbahasa Spanyol, peneliti akan menganalisis media *online* Kompas.com.

Penelitian terakhir membahas mengenai tabloidisasi di Filipina dengan judul “*Tabloidization in Philippine Online News Media: A Content Analysis*” yang dipublikasikan pada 2022 oleh Danna Karyl Jane C. Talde mengulas mengenai tabloidisasi yang dilakukan media *online* terkemuka di Filipina, yakni Philippine Daily Inquirer (PDI), Manila Bulletin (MB), dan Philippine Star (PS) dengan menganalisis tabloidisasi dan hubungannya dengan peringkat yang dicapai oleh ketiga media di atas. Penelitian ini menggunakan model kuantitatif analisis konten dengan metode *purposive sampling*. Data penelitian diperoleh menggunakan riset korelasional terkait fenomena tabloidisasi dengan teori Uses and Dependency. Hasil dari penelitian ini ialah adanya hubungan antara tabloidisasi dengan peringkat pada situs media *online* untuk mendapatkan pembaca dan memperluas pasar dengan aspek yang ditemukan adalah individualisme, drama ,*entertainment*, dan konsep politik. Selain itu, PDI menjadi situs media *online* dengan berita paling sensasional dibandingkan dua media lainnya (Talde, 2022).

Meskipun penelitian ini dan penelitian yang akan diteliti memiliki isu dan kemiripan dari berbagai aspek, tetapi terdapat pembeda mulai dari sisi metodologi pada penelitian yang di atas menggunakan penelitian kuantitatif analisis konten, sedangkan penelitian selanjutnya akan menggunakan metode kualitatif analisis *framing*. Selain itu, jika penelitian ini dilakukan di Filipina serta menganalisis tiga situs media *online*, penelitian ke depan akan menggunakan satu situs media *online* di Indonesia.

Setelah meninjau kelima penelitian di atas, dapat diketahui penelitian mengenai tabloidisasi dalam konteks media digital dalam lima tahun terakhir masih diteliti. Namun, berdasarkan temuan peneliti belum ada penelitian terbaru yang menggunakan metode *framing* dalam berita sosial-politik pada kasus kriminal seperti penjarahan di rumah pejabat. Penelitian di atas juga menggunakan beberapa media *online*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan menggunakan satu media yakni Kompas.com.

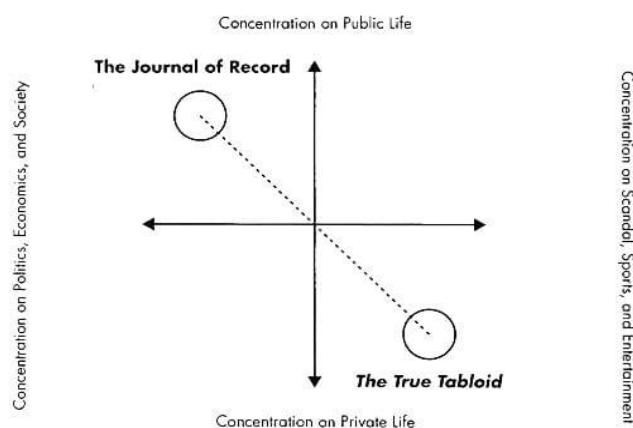
1.5.3. Tabloidisasi

Tabloidisasi merujuk pada bentuk pergeseran berita dari yang semula berorientasi pada publik serta dibuat dalam bentuk *hard news*, menjadi pemberitaan dengan format hiburan (*infotainment*). Hal ini disebabkan karena media bergantung pada pasar (Reinemann dkk., 2011). Imbas dari adanya tabloidisasi adalah etos kerja jurnalis yang berubah, sebab berita yang sejatinya dibuat berkualitas, berubah menjadi penuh sensasionalisme, sehingga media yang seharusnya memberitakan secara serius menjadi terkontaminasi dengan gaya jurnalisme populer (Chagas, 2016).

Kekhawatiran terhadap tabloidisasi juga terjadi sebab, perubahan dari produk jurnalistik berkualitas tinggi menjadi berita dengan konten berisi sensasional, personalisasi, emosi, dan trivialisasi (Diez-Gracia dkk., 2024; Wirz & Zai, 2025). Sensasional merujuk pada pemberitaan tidak terduga dan dramatis yang ditujukan untuk memancing reaksi pembaca, sebab memang didesain untuk menarik rasa ingin tahu, sehingga sering menggantikan berita substantif seperti *hard news*. Lalu, personalisasi berfokus pada kehidupan privat seseorang,

pengalaman, dan emosi. Hal ini dimaksudkan sebab fokus pemberitaan menjadi beralih pada masalah pribadi seseorang dan bukan informasi yang bersifat abstrak dan analitis (Skovsgaard, 2014). Selanjutnya, emosi dalam konteks ini didefinisikan sebagai konseptualisasi akibat dari perasaan yang memiliki intensitas tinggi. Dalam berita, jurnalis memasukkan hal tersebut baik dengan tulisan maupun visual secara eksplisit, seperti cemas, marah, sedih, percaya diri, malu, dst yang menunjukkan perasaan pada subjek di dalam berita (Mellado, 2015). Terakhir trivialisasi, merupakan salah satu upaya penyederhanaan konten yang mengarah pada erosi kualitas di media, sehingga gaya pemberitaan berubah menjadi ciri khas pers tabloid, yakni menghibur (Palau-Sampio, 2016).

Sparks mengembangkan model teoritis dengan grafik axis yang menggambarkan pemberitaan yang seharusnya berorientasi pada kepentingan publik menjadi berorientasi pada emosi dan sensasi. Pada sumbu horizontal, berita bergerak ke dari liputan isu publik, seperti sosial, ekonomi, dan politik menuju topik seperti skandal, olahraga, dan hiburan yang dianggap lebih ringan dan pada sumbu vertikal, berita bergeser dari kehidupan publik menuju kehidupan pribadi.



Gambar 1.6. Grafik dua sumbu untuk menjelaskan tabloidisasi

Hal ini menunjukkan bahwa media semakin bergeser ke arah berita yang sifatnya pribadi, sensasional, dan menghibur atau dapat dikatakan tinggi tingkat tabloidisasinya. Penggambaran pada grafik tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan semakin bergerak ke arah skandal, olahraga, dan hiburan (Sparks & Tulloch, 2000).

Menurut mereka, terdapat beberapa karakteristik untuk menilai apakah terdapat tabloidisasi berita, yaitu:

- *Range*: merujuk pada pergeseran topik serius, semisal topik politik menjadi *human interest*.
- *Form*: perubahan format gaya berita menjadi lebih pendek dengan melihat beberapa aspek seperti tata letak, kosakata, sintaksis, dan gambar.
- *More of address*: merupakan ekstensi dari beberapa indikator yang menekankan mengenai emosi dan personalisasi. Pada poin ini, perubahan juga terjadi perubahan bahasa yang terkesan serius menjadi santai. Hal ini juga dilihat dari pembahasan apakah suatu individu diulik dalam konteks pribadi atau publik.

Selanjutnya, menurut (Curan dalam Talde, 2022) terdapat karakteristik lain yang menunjukkan bahwa terdapat pergeseran konten berita, yakni:

- (1) Hiburan dan berita menjadi penting tetapi tetap menonjolkan *infotainment*
- (2) Berfokus pada individu
- (3) Berfokus pada hal sepele
- (4) Kurangnya analisis mendalam terkait politik
- (5) Topik berfokus pada subjek yang dramatis

- (6) Narsisme diberi bobot besar
- (7) Kejadian sosial diberitakan lebih menghibur; dan
- (8) Berita menjadi tidak kontekstual

Genre tabloid muncul pada abad ke-19 dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat, tetapi baru pada abad ke-20 tabloid menjadi media cetak (Bastos, 2016). Pada perkembangannya, terdapat istilah dalam media cetak yakni *broadsheet* dan tabloid yang kemudian menentukan pada bagian editorial untuk membedakan pers berkualitas (*broadsheet*) dan pers populer (tabloid). Perbedaan antara kedua jenis jurnalisme ini adalah jika *broadsheet* menampilkan liputan mendalam dan teks yang panjang dibandingkan visual, maka tabloid lebih menampilkan konten dengan nilai komersial yang kuat serta bahasa yang populis (Bastos, 2016).

Selanjutnya, transformasi jurnalisme ke media baru juga mengubah format jurnalisme tabloid. Tabloidisasi berkembang pada media baru, sehingga memungkinkan pembaca meng-klik berita yang menarik perhatian. Selain itu, sosial media juga berkontribusi dalam persebaran jurnalisme tabloid, karena dapat mengarahkan pengguna menuju situs halaman media, sehingga meningkatkan iklan dan keuntungan (Yüksel, 2022) .

Tabloidisasi dalam komunikasi politik banyak menonjolkan aspek *infotainment*, sensasionalisme, serta pergeseran dari format berita *hard news* menuju *soft news* (Alotaibi, 2013). Namun, pergeseran pemberitaan ini tidak hanya berfokus pada berita politik saja, tapi juga berita mengenai ekonomi dan hubungan

internasional (Diez-Gracia dkk., 2024). Hal ini dapat mengurangi ruang sosial pada aspek tertentu seperti kelas, gender, dan seksualitas dengan menonjolkan hal tertentu, sehingga aspek lain tidak nampak utamanya pada pemberitaan (Jansson & Lindell, 2018). Fenomena ini sangat berkaitan dengan tabloidisasi pada pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR yang hanya menyoroti aspek seperti sensasional, personalisasi, emosi, dan trivialisasi dengan mengangkat kesedihan dan narasi yang membuat pembaca terbawa emosi, sehingga hal lain seperti aspek sosial-politik pada akhirnya tidak terangkat di media secara menyeluruh.

Meninjau penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tren tabloidisasi semakin banyak dilakukan dan masih berjalan hingga adanya media *online*. Oleh karena itu, penelitian mengenai tabloidisasi khususnya di media arus utama berbasis *online* perlu dilakukan khususnya pada isu sosial-politik.

1.5.4. Teori *Framing*

Konsep mengenai *framing* pertama kali diperkenalkan oleh Bateson di tahun 1955. Pada awalnya, konsep ini dipakai dalam ilmu psikologi dan digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana cerita dan konten berita memengaruhi praktek berpikir.

Meskipun begitu, sejak tahun 1960-an, telah banyak riset terutama pada bidang media yang mencoba memahami bagaimana media mempengaruhi masyarakat. Peneliti menekankan bahwa analisis *framing* tidak hanya sekedar melihat bingkai media, tetapi pada aspek bagaimana media membingkai isu, sehingga mengarah pada teori yang disebut *media framing* (Zaklama, 2025).

Selanjutnya, Goffman (1974) mengembangkan konsep ini secara sistematis agar dapat menjadi panduan mengenai bagaimana manusia bisa menggunakan ekspektasi dalam memahami fenomena dan perilaku di lingkungan mereka. Ia menggunakan terminologi bingkai sebagai pola pikir spesifik yang digunakan untuk memahami situasi sosial pada waktu tertentu. Goffman mempercayai pada proses pembingkai media berperan untuk menafsirkan suatu fenomena (Baran & Davis, 2015).

Bingkai media menurut Gitlin pada tahun 1980 merupakan salah satu desain untuk menentukan realitas tertentu melalui kognisi, pemahaman, penampilan, seleksi, penonjolan isu tertentu, dan eksklusi dengan tujuan mengatur informasi baik untuk jurnalis maupun audiens. Jadi, menurut pandangan Gitlin *framing* merupakan alat untuk memfasilitasi jurnalis untuk membuat dan mendistribusikan berita dengan efektif (Borah, 2011).

Framing sendiri merujuk pada proses penyusunan dan pengorganisasian berita untuk memahami isi dari berita. Pembingkai pada media hanya menyoroti aspek tertentu dari suatu isu serta berfokus pada isu tersebut (Littlejohn dkk., 2017).

Teori *framing* secara umum dapat dilihat dari pendekatan psikologis dan sosiologi. Melalui dimensi psikologis teori penekanan yang ditonjolkan ialah bagaimana membuat pesan agar lebih menonjol. Menurut Daniel Kahneman dan Amos Tversky interpretasi pada khalayak bagaimana penyajian pesan dilakukan dengan kemasan tertentu, sehingga khalayak dapat menanamkan pemahaman tertentu. Maka dari itu, pemikiran khalayak tidaklah bebas melainkan terdapat pembingkai yang menjadi batas (Eriyanto, 2002).

Selain itu, terdapat dimensi sosiologi pada *framing* yang dapat ditemukan pada pemikiran Alfred Schutz, Erving Goffman hingga Peter L Berger. Berbeda dari dimensi psikologis, pada dimensi ini media dipandang sebagai organisasi yang kompleks serta profesional. Bingkai dideskripsikan bagaimana redaksi di media membuat berita, serta didistribusikan secara profesional melalui sebuah institusi media. (Eriyanto, 2002).

Untuk mengkonstruksi sebuah berita, terdapat beberapa tipe *framing* pada berita yakni *issue-specific frames*, *generic frames*, *episodic frame*, dan *tematic frame*. Bingkai spesifik ditujukan untuk fenomena atau peristiwa tertentu analisis terhadap isu tertentu serta dilakukan secara mendalam dan detail, sedangkan bingkai umum ditujukan untuk topik yang lebih umum. Pada pembedaan generik, menurut Semetko dan Valkenburg terbagi menjadi lima, yakni *conflict* atau sebuah konflik dibingkai sebagai pertikaian antara individu dengan grup, institusi, dan negara, *human interest* artinya pembedaan diarahkan pada cerita individual (personalisasi) atau emosi pada suatu fenomena, lalu *attribution to responsibility* adalah bingkai bahwa tanggung jawab atas suatu permasalahan dilimpahkan kepada pemerintah, individu, atau kelompok, *morality responsibility frame* adalah pembedaan suatu masalah dalam perspektif agama serta moral, dan *economic consequences* bingkai bahwa tanggung jawab secara ekonomi dilimpahkan pada individu, grup, institusi, atau negara (Vreese, 2005).

Selanjutnya, Iyengar juga mengembangkan tipe *framing* menjadi dua, yakni *episodic* dan *tematic*. *Episodic frame* merujuk pada peristiwa konkret dan detail pada cerita secara jelas, sedangkan pada *tematic frame* umumnya merupakan

cerita yang umum, abstrak serta tidak merujuk pada peristiwa yang konkret atau dalam artian peristiwa atau tema tertentu saling berhubungan satu sama lain. Meskipun merupakan konsep terpisah, tetapi keduanya tetap saling berhubungan dan memberikan efek pada khalayak (Eriyanto, 2002).

Berdasarkan uraian di atas, *framing* dapat diartikan sebagai salah satu penanda yang dibuat secara terstruktur untuk menekankan perspektif tertentu (Pan & Kosicki, 1993) Wartawan dapat menekankan elemen tertentu seperti dramatisasi, personalisasi, dan elemen yang bersifat emosional ke dalam suatu berita, sehingga berpengaruh terhadap pandangan pembaca. Hal ini dapat dikaitkan dengan proses tabloidisasi yang lebih banyak membahas hal yang berbaur hiburan dan sedikit mengenai informasi, perubahan gaya tulisan, dan banyak cerita pendek (Esser, 1999).

Oleh karena itu, pembingkai dapat menjadi salah satu alat untuk melihat apakah suatu berita di media terdapat elemen tabloidisasi dengan bingkai menjadi alat penting untuk melihat sejauh mana media mengadopsi nilai-nilai tabloid, seperti sensasional dan personalisasi pada *human interest* dan juga personalisasi, sehingga media condong untuk menunjukkan aspek-aspek di atas. Fenomena ini menunjukkan media didorong untuk mencari audiens lebih luas akibat komersialisasi dengan menampilkan konten hiburan dan sensasional (Esser, 1999).

1.5.5. Analisis *Framing*

Framing sebagai sebuah analisis dipakai untuk melihat konstruksi dari realitas dan bingkai sebuah peristiwa yang dibuat oleh media. Merupakan salah satu bagian dari

analisis teks, metode ini menekankan bagaimana wartawan membentuk pesan dan mendistribusikan pada pembaca (Eriyanto, 2002).

Terdapat beberapa pendekatan mengenai analisis *framing* yang digunakan oleh ahli, seperti Robert Entman, William A. Gamson, Murray Edelman, dan Pan & Kosicki. Menurut Entman, *framing* sendiri melihat mengenai bagaimana opini dan reaksi publik dipengaruhi oleh cara media menyajikan suatu isu. Ia menyoroti isu spesifik yang bertujuan untuk mempermudah audiens dengan menangkap informasi melalui cara menekankan isu spesifik. Terdapat dua dimensi utama yang digunakan, yakni pemilihan isu (dilakukan untuk memilih atau menyeleksi isu tertentu dengan mengabaikan isu lainnya) dan penonjolan isu (berkaitan oleh penulisan fakta seperti kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu). Selain itu, dalam terdapat empat elemen untuk melaporkan suatu isu dan aktor politik sebagai berikut:

- *Define problems*, elemen ini memaparkan pemahaman jurnalis dalam memahami berbagai peristiwa. Hal ini disebabkan karena perbedaan pemaknaan jurnalis dalam menangkap suatu peristiwa, sehingga terjadi pembentukan realitas yang berbeda.
- *Diagnose Cause*, elemen ini membahas mengenai suatu asumsi mengenai siapa pelaku suatu peristiwa. Penentuan tersebut terjadi sebab terdapat perbedaan dalam memahami masalah.
- *Make Moral Judgement*, dasar dari elemen ini adalah untuk memberikan argumen atau membenarkan terkait definisi masalah yang telah dibuat untuk

mendukung gagasan penemuan atau penyebab masalah pada elemen sebelumnya.

- *Treatment Recommendation*, pada elemen ini dibahas mengenai jalur apa yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dengan menekankan solusi dari suatu peristiwa melihat penyebab masalah (Sitanggang dkk., 2025).

Selanjutnya, terdapat pengertian framing menurut William A. Gamson yang didefinisikan sebagai pembentukan opini publik oleh media melalui penggunaan elemen simbolis pada narasi pada berita dengan tujuan membangun perspektif yang mengarahkan pada kepentingan tertentu. Model ini memiliki dua konsep dalam menganalisis pembingkaihan, yakni *framing devices* terdiri dari metafora, slogan, contoh, penggambaran, dan citra visual. Lalu, *reasoning devices* yang terdiri atas prinsip terhadap moral serta isu yang sedang diberitakan (Nafiudin & Basid, 2025).

Definisi framing juga dikemukakan oleh Edelman yang menekankan pada konstruksi subjektif mempengaruhi realitas berdasarkan kategori pemahaman. Kategorisasi di sini diartikan sebagai fungsi abstraksi yang membantu pembaca memahami suatu berita secara sederhana terkait suatu peristiwa, sehingga tercipta pola tertentu pada suatu peristiwa. Kategorisasi pada konstruksi ini terdiri dari tiga jenis, yakni ideologi, rubrikasi (mengkategorikan rubrik ke dalam klasifikasi tertentu), dan klasifikasi (Hasna & Basid, 2024).

Terakhir, Zhong Pan & Kosicki, melihat *framing* berdasarkan fenomena yang dibicarakan publik akibat konstruksi sebuah isu dan dinegosiasikan oleh media dengan beberapa aspek seperti kata, *lead*, hubungan antarkalimat, visual (foto dan grafik), serta aspek pendukung lainnya dengan asumsi bahwa pembaca

dapat melihat dan memahami suatu peristiwa melalui simbol dan tanda yang ada pada teks (Eriyanto, 2002).

Untuk melihat suatu pembingkaiian, menurut Pan & Kosicki terbagi menjadi empat struktur, pertama yakni struktur sintaksis atau serangkaian fakta yang disusun ke dalam berita serta penyusunan berita melalui data yang ada menjadi satu rangkaian umum berita sehingga membentuk suatu rancangan terkait fakta yang ditemukan. Struktur ini melingkupi *lead*, latar *headline*, kutipan, dan lain sebagainya. Bentuk yang paling populer ialah piramida terbalik dengan bagian atas merupakan bagian utama dari berita (Eriyanto, 2002). Jadi, mulai dari *lead* sudah sampai penutup terdapat penonjolan terhadap perspektif tertentu.

Selanjutnya, skrip yakni mengemas kisah atau cerita suatu peristiwa yang disusun ke dalam berita. Wartawan biasanya ingin berita yang dibuat menarik pembaca, sehingga seringkali memasukkan unsur emosi serta menceritakan suatu hal dengan dramatis, serta menyajikan peristiwa dengan format prolog, klimaks, hingga epilog. Bentuk dari struktur skrip ialah 5W+1H (*who, what when, where, why* dan *how*). Pada struktur ini dilakukan penonjolan hal penting dengan cara menyembunyikan hal yang dirasa tidak penting (biasanya ditaruh di bagian akhir agar terkesan tidak terlalu penting) (Eriyanto, 2002).

Lalu, pada struktur tematik merupakan pandangan dari wartawan ditandai dengan penggunaan kalimat atau hubungan antarkalimat secara keseluruhan. Penekanan pada bagian ini ialah mengenai tulisan yang dibuat oleh wartawan, yakni penempatan kalimat dan sumber di dalam keseluruhan teks berita, seperti koherensi, proposisi, atau kalimat (Eriyanto, 2002).

Terakhir retorik atau penekanan sebuah arti tertentu dalam aspek kata, grafik, idiom, dan gambar. Jika pada struktur tematik melihat penggunaan kalimat, pada struktur retorik pemilihan gaya atau kalimat serta grafis dalam bentuk foto, gambar, grafis pada tulisan, dan seterusnya yang digunakan untuk menekankan arti tertentu. Selain itu, struktur ini digunakan untuk membuat citra sehingga mengesankan bahwa berita yang disajikan merupakan suatu kebenaran. Dalam mendeskripsikan suatu peristiwa, terdapat elemen pada struktur ini diantaranya leksikon, pemilihan, penggunaan kata-kata tertentu, foto, gambar, tabel, dan bentuk huruf yang berbeda untuk memberikan efek kognitif (Eriyanto, 2002). Melalui keempat struktur tersebut, hal inilah yang membentuk pemaknaan oleh wartawan untuk melihat sebuah realitas bahwa apa yang ia tulis merupakan sebuah kebenaran.

Berdasarkan empat definisi di atas, peneliti menggunakan model *framing* Pan & Kosicki, sebab pada ketiga model lainnya analisis yang ditawarkan cenderung memproses konstruksi makna secara kontekstual dengan melihat analisis teks, sedangkan pada model Pan & Kosicki cenderung menganalisis struktur teks pada berita, sehingga ketika diintegrasikan dengan elemen tabloidisasi akan mempertajam analisis, sebab tidak hanya melihat makna secara umum.

1.6. Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi mengenai konsep ini terdapat terbagi menjadi beberapa dimensi menurut (Reinemann dkk., 2011) dengan pertimbangan antara *hard news* dan *soft news* yang dilihat dari tiga kategori, yakni topik (*hard news/soft news*), fokus (dalam artian berfokus terhadap publik vs individu serta bingkai episodik vs tematik), dan gaya (mencakup pelaporan tidak emosional vs emosional dan

impersonal vs personal). Namun, agar penelitian jauh lebih komprehensif, peneliti memilih mengadopsi penelitian lain yang juga identik dengan pemberitaan bergaya tabloid, yakni sensasionalisme dan trivialisasi, sehingga pada dimensi gaya, unit yang akan dianalisis menjadi sensasionalisme, personalisasi, emosi, dan trivialisasi (Esser, 1999).

Media juga mempunyai berbagai macam pandangan untuk mengkonstruksikan sebuah isu yang akan didistribusikan pada khalayak, salah satunya dalam membangun narasi pemberitaan terkait penjarahan rumah anggota DPR dalam elemen tabloidisasi pada media *online* Kompas.com. Menggunakan analisis *framing* Pan & Kosicki (1993), menurut pandangan mereka *framing* merupakan proses berita dan strategi konstruksi melalui perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. Alat untuk menganalisis pada model *framing* ini terbagi menjadi empat struktur, yakni sintaksis atau bagaimana jurnalis menyusun data menjadi fakta atau dalam penelitian ini bagaimana data yang disusun, skrip yakni cara jurnalis mengemas berita, tematik untuk melihat penggunaan kata dalam berita, dan semantik untuk menilik aspek kata, grafik, serta idiom.

Selanjutnya ada penelitian ini, konsep mengenai tabloidisasi dan analisis *framing* Pan & Kosicki akan digabungkan untuk mengetahui pemaknaan dan pemingkakan mengenai peristiwa penjarahan rumah anggota DPR pada media *online* Kompas.com.

Tabel 1.1. Skema Penelitian Menggunakan Metode Analisis *Framing* Pan and Kosicki dan Tabloidisasi Reinemann

Elemen Framing	Elemen Tabloidisasi
Sintaksis	<p><i>Soft news</i> dan <i>Hard news</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Topik menonjolkan pada kehidupan personal selebritas politik 2. Minimnya keterlibatan otoritas atau institusi formal 3. Minimnya pembahasan mengenai substansi atau penyebab peristiwa. 4. Pemberitaan tidak berdampak pada masyarakat.
Skrip	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bingkai episodik. 2. Pemberitaan berfokus pada individu.
Tematik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensasionalisme. 2. Personalisasi.
Retoris	<ol style="list-style-type: none"> 3. Emosi 4. Trivialisasi

Melalui elemen tersebut, dapat diketahui mengenai tabloidisasi pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR pada media *online* Kompas.com.

1.7. Asumsi Penelitian

Asumsi pada penelitian ini ialah terdapat pemberitaan mengenai penjarahan rumah anggota DPR di media *online* Kompas.com yang disajikan dengan elemen tabloidisasi dengan asumsi cocok dengan cara kerja media *online* yang berorientasi pada profit, sehingga harus menarik perhatian pembaca dengan membuat berita yang sensasional, mudah dicerna, dan banyak membahas personal pejabat DPR. Pra penelitian juga menunjukkan adanya unsur sensasional dengan memadukan kata-kata yang menggugah emosi pembaca pada pemberitaan Uya Kuya dan Istrinya di Kompas.com. Lebih lanjut, analisis akan dilakukan menggunakan metode *framing* Pan & Kosicki yang dikolaborasikan menggunakan elemen tabloidisasi Reinemann untuk menggambarkan bagaimana Kompas.com mengkonstruksi tabloidisasi pemberitaan penjarahan rumah DPR.

1.8. Metodologi Penelitian

1.8.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif deksriptif, yang dalam pengertiannya melihat bahwa realitas merupakan suatu hal yang utuh, berubah-ubah, memiliki makna, dan resiprokal dengan objek alamiah. Kehadiran peneliti tidak memengaruhi objek tersebut. Data yang terkumpul digambarkan melalui kata-kata atau gambar, sehingga tidak menonjolkan angka (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis *framing* Pan & Kosicki dan diintegrasikan dengan elemen tabloidisasi untuk mengidentifikasi bagaimana gaya media massa dalam memproses berita serta

mengetahui pemaknaan terhadap suatu isu. Pada konteks ini, fokus yang akan diteliti dalam analisis pemberitaan tersebut ialah salah satu media *online* di Indonesia yakni Kompas.com.

1.8.2. Situs Penelitian

Tempat atau situs penelitian yang akan dilakukan ialah pemberitaan yang diproduksi oleh media *online* Kompas.com sebab berita di media tersebut mengandung unsur tabloidisasi pada konteks penjarahan rumah anggota DPR, sehingga perlu dilakukan analisis mendalam mengenai pemberitaan tersebut.

1.8.3. Korpus Penelitian

Korpus pada penelitian ini berupa artikel yang mengandung elemen tabloidisasi yakni sensasionalisme, personalisasi, emosi, dan trivialisasi pada media *online* Kompas.com mengenai penjarahan rumah anggota DPR pada Agustus 2025. dengan data yang didokumentasikan dihimpun berdasarkan kata kunci dan tag relevan seperti “Penjarahan Rumah Anggota DPR,” “Rumah Nafa Urbach Dijarah,” “Rumah Uya Kuya Dijarah,” “Rumah Eko Patrio Dijarah,” dan “Rumah Ahmad Sahroni Dijarah.” Peneliti memilih meneliti pada tanggal 31 Agustus hingga 14 September 2025 mempertimbangkan intensitas pemberitaan yang ramai pada rentang waktu tersebut dengan total 147 berita.

1.8.4. Jenis Data

Data yang akan dianalisis pada penelitian ini ialah artikel berupa kalimat, foto, grafis, serta simbol yang merepresentasikan fenomena penjarahan rumah anggota

DPR dalam konteks demo Agustus 2025 pada berita di media yang dipublikasikan di Kompas.com.

1.8.5. Sumber Data

1.8.5.1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer atau data yang dihimpun dari sumber yang dituju sebagai rujukan awal yang memuat sumber asli peneliti (Rahmadi, 2011). Data primer pada penelitian ini didapatkan dari artikel berita mengenai penjarahan rumah anggota DPR yang diproduksi oleh media *online* Kompas.com.

1.8.5.2. Data Sekunder

Data sekunder juga digunakan pada penelitian ini, yakni sumber kedua yang di dalamnya terkandung suatu informasi atau data linier dalam penelitian (Rahmadi, 2011). Data sekunder yang akan digunakan pada penelitian ini adalah berdasarkan artikel, jurnal, dan buku yang berhubungan dengan tabloidisasi berita dengan isu sosial-politik dan *framing*.

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

1.8.6.1. Dokumentasi

Proses dokumentasi yang akan dilakukan pada penelitian ini meliputi menghimpun pemberitaan mengenai penjarahan rumah anggota DPR dalam konteks demo Agustus 2025 dalam kurun waktu 31 Agustus hingga 14 September 2025 yang memuat elemen tabloidisasi di media *online* Kompas.com. Peneliti kemudian

mengelompokkan artikel mengenai pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR menjadi beberapa tema serta menyeleksi kembali dengan mengambil 11 artikel pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR berdasarkan topik pembahasan yang sama (*purposive sampling*).

1.8.6.2. Observasi

Observasi pada penelitian ini adalah mengamati teks, simbol, gambar, grafis, dst yang dipublikasikan di media *online*. Selanjutnya, peneliti menulis hal penting yang sesuai dengan elemen tabloidisasi dari data hasil pengamatan tersebut.

1.8.7. Analisis dan Interpretasi Data

1.8.7.1. Analisis *Framing* dan Elemen Tabloidisasi

Untuk menganalisis data pada penelitian ini, teknik yang akan dipakai adalah analisis *framing* oleh Pan & Kosicki. Mereka memandang bahwa sebuah isu dapat dikonstruksi melalui simbol berupa teks, foto, grafik, dan seterusnya, sehingga pembaca bisa memaknai fenomena. Analisis *framing* berpandangan bahwa seleksi, penonjolan, dan penghubungan fakta pada berita digunakan untuk mengarahkan pemaknaan publik berdasarkan persepektif media. Kemudian, tabloidisasi merupakan kecenderungan pergeseran berita serius (identik dengan *hard news* menjadi berbentuk hiburan *soft news*). Pergeseran berita ini pada akhirnya membuat pembaca tidak memahami substansi isu yang sebetulnya ingin disampaikan. Peneliti akan menghubungkan kedua unit analisis ini melalui sebuah perangkat *framing* dan tabloidisasi untuk menetapkan elemen-elemen yang ada di teks berita, sehingga dapat menentukan kecenderungan bingkai dan gaya pada berita.

Peneliti akan menganalisis teks menggunakan unit analisis pada *framing* model Pan & Kosicki terlebih dahulu dengan mengobservasi serta memahami empat elemen tersebut, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Selanjutnya, peneliti akan menganalisis dan menginterpretasikan pembedaan berdasarkan elemen tersebut.

Konsep *framing* lalu akan diintegrasikan dengan elemen tabloidisasi Reinemann yang terdiri dari tiga dimensi, topik, fokus, dan gaya. Elemen pada *framing* Pan and Kosicki akan digunakan untuk menganalisis adanya kecenderungan gaya tabloid yang selanjutnya dipetakan pada kategori pada elemen tabloidisasi. Analisis yang akan dilakukan pada penelitian ini dapat digambarkan dengan model sebagai berikut:

Tabel 1.2. Model analisis *framing* Pan & Kosicki serta elemen tabloidisasi Reinemann

Model <i>Framing</i> Pan & Kosicki		
Struktur	Perangkat	Unit yang Diamati
Sintaksis: Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, sumber pernyataan, penutup
Skrip: Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan -n berita	5W+1H

Tematik: Cara wartawan menuliskan fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
Retoris: Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Elemen Tabloidisasi		
Dimensi	Peninjauan	Karakteristik
Topik	Kategorisasi topik, relevansi topik	1. <i>Soft news</i>
Fokus	Pembingkai sudut pandang jurnalis	2. Bingkai episodik 3. Kepentingan Individu
Gaya	Gaya berita tabloid, subjektivitas jurnalis	4. Sensasional- isme

		5. Personalisasi 6. Emosi 7. Trivialisasi
--	--	---

1.8.7.2. Reduksi Data

Pengkodean merupakan pengoperasian untuk mengidentifikasi bagian makna di dalam data yang ada pada penelitian, sehingga dapat dilakukan pelabelan pada kode. Hal ini juga dapat dimaknai sebagai kata atau frasa yang secara simbolis, menyoroti hal penting, meringkas isi, menangkap esensi, dan menggambarkan makna sebagian data berbasis bahasa atau visual (Skjott Linneberg & Korsgaard, 2019) Glaser dan Straus mengemukakan metodologi yang terkenal dalam ilmu sosial, yakni Grounded Theory yang memiliki karakteristik pengumpulan dan analisis data serta pengembangan teori dengan metode sistematis. Mereka juga membagi kode menjadi tiga tahap, yaitu:

- *Open Coding*, merupakan koding level pertama dan pada tahap ini ada konsep penelitian dihubungkan dengan data dan fenomena yang diamati.
- *Axial Coding*, koding level dua yang bertujuan untuk mencari tahu hubungan antara konsep dan kategori yang telah dikembangkan pada proses sebelumnya.
- *Selective Coding*, pada level ini koding ditujukan untuk mengintegrasikan kategori yang telah dielaborasi, dikembangkan,

dan dihubungkan pada *axial coding* (Mohajan & Haradhan, Kumar, 2022).

1.8.8. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menganalisis teks menggunakan *framing* pada media *online* di Indonesia pada pemberitaan mengenai penjarahan rumah anggota DPR. Penelitian ini hanya berfokus pada satu media yakni Kompas.com dan waktu tertentu yakni 31 Agustus – 14 September 2025.