

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pemilihan umum (Pemilu) kepala daerah di Indonesia khususnya pemilihan gubernur 2024 menjadi polemik. Putusan Mahkamah Agung (MA) Nomor 23 P/HUM/2024 menimbulkan kericuhan di berbagai lapisan masyarakat, mulai dari kalangan politik, artis hingga aktivis dan *influenzer*. Pasalnya Mahkamah Agung (MA) pada tanggal 29 Mei 2024 mencoba mengubah pasal 4 ayat 1 huruf d PKPU Nomor 9 Tahun 2020, berbunyi "*Berusia paling rendah 30 (tiga puluh) tahun untuk Calon Gubernur dan Wakil Gubernur dan 25 (dua puluh lima) tahun untuk Calon Bupati dan Wakil Bupati atau Calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota terhitung sejak penetapan Pasangan Calon*". Namun syarat pencalonan diubah menjadi usia calon kepala daerah dihitung "*pada saat calon dilantik*", yang awalnya "*terhitung sejak penetapan pasangan calon*" terpilih.

Pemberitaan mengenai syarat pencalonan usia kepala daerah ini menjadi kontroversial karena putusan Mahkamah Agung (MA) dinilai hendak menguntungkan sebagian kelompok seperti sebelumnya keputusan MK menetapkan perubahan syarat usia minimal calon Presiden (Capres) dan calon Wakil Presiden (Cawapres). Keputusan ini disebut-sebut memperlancar Gibran Rakabuming Raka putra pertama dari Presiden Joko Widodo maju sebagai wakil Presiden di Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. Berdasarkan fakta tersebut, untuk kedua kalinya keputusan Mahkamah Agung (MA) dinilai masyarakat untuk mempermudah pencalonan Kaesang Pangarep putra ketiga dari Presiden Joko Widodo untuk maju di pilkada 2024.

Usia Kaesang saat pencalonan adalah 29 tahun. Dimana jika sesuai dengan aturan pasal 4 ayat 1 huruf d PKPU Nomor 9 Tahun 2020 Kaesang tidak memenuhi syarat pencalonan sehingga tidak bisa maju di pilkada. Usia kaesang baru genap 30 tahun di bulan Desember 2024, sehingga jika keputusan Mahkamah Agung (MA) Nomor 23 P/HUM/2024 disahkan maka Kaesang akan memenuhi syarat saat pelantikan di bulan Februari 2025. Kejanggalan inilah yang disuarakan di berbagai media. Isu ini dianggap sebagai pelanggaran etika pemilu dalam demokrasi.

Pemilu (pemilihan umum) dalam sistem demokrasi adalah proses dimana rakyat memilih wakil rakyat yang akan memerintah suatu wilayah. Dalam demokrasi pemilu merupakan mekanisme penting yang memungkinkan warga ikut berpartisipasi untuk menentukan pemimpin mereka dengan cara memberikan suara mereka pada hari pemilihan. Warga Negara akan memilih satu kandidat paslon (Pasangan Calon) yang telah memenuhi syarat Undang-Undang pemilu untuk kemudian hasil pemilu dari suara rakyat akan menentukan siapa yang akan menjabat dalam satu periode kepemimpinan tersebut.

Inti Polemik terkait syarat pencalonan usia kepala daerah ini dikarenakan, Kaesang yang tidak memenuhi syarat sesuai Undang-Undang Pemilu seakan dipaksakan untuk bisa maju. Masyarakat merasa kecewa diungkapkan lewat aksi massa turun ke jalan, unjuk rasa menolak putusan Mahkamah Agung (MA) tentang revisi UU Pilkada. Tidak hanya lewat aksi turun ke jalan, massa juga menggunakan media online sebagai alat untuk menyuarakan kekecewaan mereka seperti munculnya *hashtag* (tagar) peringatan darurat di berbagai platform media online. Lambang Negara Indonesia garuda pancasila berlatar biru memenuhi jagat media

online seluruh Indonesia bahkan sampai media luar negeri dengan tujuan untuk menghentikan di sahkannya UU Pilkada Nomor 23 P/HUM/2024.

Media online adalah bentuk media digital berbasis internet yang digunakan untuk mengakses atau mendapatkan informasi, seperti portal berita, *website*, podcast atau radio online, pers media online, televisi online, majalah online, aplikasi dan media sosial. Media online membuat akses informasi masyarakat menjadi sangat cepat dan luas, bisa dimana saja dan kapan saja tanpa ada batas jarak dan waktu. Media online menjadi sumber informasi baru untuk masyarakat, sehingga penyebaran isu-isu politik dengan cepat diketahui dan direspon oleh masyarakat. Masa dimana teknologi komunikasi dan informasi berkembang sangat cepat, media konvensional sedikit demi sedikit sudah mulai tidak digunakan oleh masyarakat, pencarian informasi atau berita sudah beralih ke media baru salah satunya media online (S. Kamaruddin Hasan et al., 2023)

Setiap dari jenis media itu sendiri memiliki karakteristik dan fungsi yang membedakan satu dengan yang lainnya. Media online memungkinkan penerima pesan dalam hal ini masyarakat, dapat berinteraksi langsung dengan sumber berita atau konten di media. Pembaca dapat berdiskusi langsung di media online dan meninggalkan jejak seperti dengan mengirimkan komentar dan tanda suka. Media online juga disukai karena mengabungkan segala *fitur* dalam satu konten. Mendukung berbagai format termasuk di dalamnya teks, gambar, video, animasi hingga audio. Keunggulan yang paling menonjol dari media online ialah informasi diperbarui secara *real-time*, langsung sehingga memungkinkan pengguna memperoleh informasi terbaru dan terkini.

Apalagi di era industri saat ini yang semakin maju, seluruh media cetak punya masalah yang sama yaitu ditinggalkan oleh pembacanya. Faktanya jumlah media cetak terus merosot setiap harinya. Dan fenomena ini sudah mampu diperkirakan oleh perusahaan media sehingga mencoba berlomba-lomba untuk menyajikan berita demi bisa bertarung dan bertahan ditengah banyaknya perusahaan media online yang baru bermunculan. Maka industri media massa wajib menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, jika tidak cepat mengambil keputusan maka bisa dipastikan cepat atau lambat eksistensi mereka akan hilang dikarenakan efek dari budaya konsumen yang berubah (Masriadi Sambo, 2017). Zaman yang serba cepat membuat perusahaan media dituntut untuk menyajikan berita banyak dan cepat agar tidak ditinggalkan oleh khalayak massa. Salah satu dari banyaknya media online yang tetap bertahan dan tetap aktif hingga saat ini adalah Kompas.com dan Detik.com.

Kompas merupakan salah satu pelopor media online di Indonesia sejak 14 September 1995 hingga saat ini. Merupakan media online berita yang dimiliki oleh Kompas Gramedia Group yang dulunya menerbitkan koran harian Kompas. Konvergensi media di era digital ini membuat Kompas beralih dari media cetak ke media online. Menurut SCImagomedia.com, kompas.com adalah media online peringkat pertama di winter edition 2024 berdasarkan perspektif reputasi web mereka. Urutan 44 dalam peringkat global dengan nilai 71.75 seperti pada tabel berikut.

**Tabel 1. 1 Peringkat Media 2024 Menurut SCImagomedia.com**

No	Media	Negara	Global Rank	Overall	Domain
1	Kompas	Indonesia	44	71.75	Kompas.com
2	Republika	Indonesia	103	67.00	Republika.co.id
3	Okezone	Indonesia	211	62.25	Okezone.com
4	Bisnis Indonesia	Indonesia	351	59.25	Bisnis.com

Sumber: *SCImagomedia.com*

Detik.com adalah situs berita online populer di Indonesia. Detik.com diluncurkan pada 9 Juli 1998 oleh Budiono Darsono, Yayan Sopyan, Abdul Rahman, dan Didi Nugrahad. Detik.com dikenal karena kecepatannya dalam menyajikan berita. Bawa nama “Detik” sendiri digunakan untuk merefleksikan visi mereka, dimana memberikan dan menyajikan informasi berita secara *real-time*. Dengan konsistenitas inilah Detik.com menjadi salah satu sumber berita yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia. Berita cepat, akurat dan terpercaya dalam segala kategori termasuk isu-isu politik yang terjadi di Indonesia. Berdasarkan survei dari Similiarweb diakses pada 13 Desember 2024 ditunjukan Portal Detik.com ada di urutan pertama dengan katagori *news & media publisher* terpopuler di Indonesia dengan 197.2 juta pengunjung seperti pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2 Survei Rangking Media 2024 Versi Similiarweb**

No	Media	Kunjungan	Peringkat
1	Detik.com	197.2 juta	1
2	Tribun.com	117.1 juta	2
3	Kompas.com	90.5 juta	3

Sumber : *Similiarweb.com*

Dalam dunia jurnalistik, setiap media memiliki visi dan misi yang menjadi landasan dalam membentuk karakter dan identitas mereka. Visi dan misi inilah yang akan mempengaruhi cara media memframing atau mengkonstruksi suatu isu.

Kompas.com dan Detik.com adalah dua media besar di Indonesia yang memiliki gaya dan versi berbeda dalam menyampaikan berita, termasuk dalam memframing isu tentang "Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah". Dalam isu tersebut kedua media memperlihatkan pendekatan yang berbeda. Kompas.com menyajikan berita dengan struktur mendalam, seperti latar belakang isu hingga dampak dari isu politik tersebut. Sedangkan Detik.com sesuai dengan visi nya menyajikan berita dengan cepat dan langsung pada isu permasalahan, senantiasa *update* seiring dengan perkembangan isu terkait, karna media ini diperuntukkan bagi masyarakat umum yang ingin mengetahui gambaran inti dari sebuah isu berita.

Berita adalah laporan kejadian atau peristiwa terkini yang dianggap penting untuk diketahui oleh khalayak. Dalam penyajiannya berita disajikan dalam berbagai media di antaranya media cetak seperti koran dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio, media online seperti *web* berita online, aplikasi berita dan media sosial. Media harus lihai memilih peristiwa dikarenakan tidak semua kejadian bisa dianggap berita. Suatu permasalahan atau isu harus mengandung elemen-elemen yang menjadikan isu tersebut penting dan menarik serta terdapat relevansinya bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. Tujuan utama dari berita adalah memberikan informasi, menghibur, mendidik juga mempengaruhi opini khalayak. Maka dari itu arah pembingkaian media terhadap sebuah isu akan berdampak pada opini umum publik. Maka seringkali dijelaskan bahwa pesan politik dari media massa bukanlah realitas yang sesungguhnya dari sebuah isu tapi *second hand reality* atau realitas tangan kedua yang dibuat oleh jurnalis yang mengolah isu politik menjadi berita politik melalui penyaringan dan seleksi fakta yang beragam dari sebuah peristiwa.(Hasan, 2009)

Arah pembingkaian media terhadap opini khalayak sudah banyak penelitian yang dilakukan seperti contoh isu pengungsi Rohingya. Berbagai media memframing berbeda tentang isu Rohingya ini, setiap media memframing berita sesuai dengan ide, ideologi dan juga visi misi mereka. Framing berita dapat membalikkan opini publik terhadap sebuah isu dengan cara media menstrukturkan teks isi berita apa yang hendak ditonjolkan hingga mengubah realitas yang ada. Secara sederhana framing sendiri adalah teknik membungkai sebuah isu untuk kemudian dicari tahu sudut pandang sebuah media ketika hendak menyunting dan menyeleksi isu untuk kemudian disajikan ke publik. Sudut pandang itu yang nantinya akan menentukan fakta apa yang akan ditonjolkan dan dihilangkan sehingga alur atau narasi berita dapat berjalan sesuai dengan ideologi, misi atau keuntungan yang hendak diperoleh media (Erwan Efendi, Fahrul Rizal, 2018).

Penelitian oleh Erwan Efendi yang berjudul “Aksi Bela Rohingya Dalam Media (Analisis Framing Pemberitaan Aksi Bela Rohingya Di Tribun-Medan.Com Dan Analisadaily.Com)” pada tahun 2018 menyimpulkan Aksi bela Rohingya dalam media sesungguhnya menjelaskan bahwa media mampu “bermain opini” pada persepsi masyarakat tentang kisah pilu Rohingya dimana isu tersebut merupakan kegagalan dalam menjaga keharmonisan umat beragama (A. Erwan Efendi, n.d., 2018). Pada tahun-tahun penelitian ini dilakukan, media massa membungkai kasus Rohingya ke arah positif sehingga khalayak yang membaca ikut merasakan kesedihan yang menimpa pengungsi Rohingya. Dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi Setyawan, khalayak bahkan menekankan tokoh-tokoh nasional Indonesia untuk lebih melakukan tindakan nyata seperti menggalang bantuan daripada mengadakan aksi massa (Setyawan, 2018).

Khalayak dominan ikut turun memberikan bantuan dan support ke arah positif pada media sosial mereka masing-masing. Hingga pada dua tahun terakhir sejak penelitian oleh peneliti dilakukan, mulai terjadi pergeseran opini publik dari semula ke arah positif menjadi di dominasi ke arah negatif. Opini yang bergeser di media tidak terjadi secara natural, pemberitaan palsu, ujaran kebencian dan misinformasi yang merupakan gerakan terstruktur yang dibuat secara profesional dengan bantuan bot.(Muhadzib, 2024).

Sehingga pada tahun 2023 tepatnya, opini mayoritas publik menjadi ke arah negatif pada isu ini. Pengungsi Rohingya yang semula di terima pada tahun 2018 kini di tahun 2023 mendapatkan penolakan di berbagai tempat terutama fakta terakhir penolakan oleh masyarakat Aceh hingga aksi anarkis demonstrasi yang dilakukan oleh mahasiswa yang menyerbu tempat penampungan imigran Rohingya di BMA Aceh (Sayuti, 2024). Dari beberapa penelitian yang dinyatakan di atas, dapat disimpulkan media sangat berperan dalam mempengaruhi opini khalayak, yang nantinya akan mempengaruhi cara publik bersikap dan bertingkah laku dalam menanggapi sebuah sebuah isu. Bagaimana media akan menyoroti sebuah fakta dan menyajikannya ke publik hingga kemudian publik akan menafsirkan fakta berdasarkan dengan teks yang diterima di media.

Dalam menyajikan berita tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” kedua media baik Kompas.com atau Detik.com memiliki perlakuan berbeda. Walau isu dan peristiwa yang diangkat sama, kedua media memiliki karakteristik masing-masing. Setiap media memiliki subjektivitas masing-masing dalam menyajikan berita. Subjektivitas dapat memengaruhi cara media menekankan aspek tertentu dari sebuah peristiwa, sementara aspek lainnya

dikesampingkan. Hal ini disebabkan oleh tujuan, ideologi, dan kepentingan yang diusung oleh masing-masing media. Pemberitaan tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” juga salah satu peristiwa atau isu yang berpotensi dikonstruksikan dengan beda pada kedua media. Isu ini disoroti oleh berbagai media dari berbagai sudut pandang, dimana isu ini setiap harinya dinanti-nanti perkembangannya oleh masyarakat.

### **Gambar 1. 1 Berita Isu “Syarat Pencalonan Kepala daerah” Di Kompas.Com**



Sumber : <http://kompas.com>

### **Gambar 1. 2 Berita Isu “Syarat Pencalonan Kepala daerah” Di Detik.com**



Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)

Berita tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” menarik untuk dikaji lebih dalam untuk melihat bagaimana framing oleh kedua media Kompas.com dan Detik.com disajikan sehingga nantinya akan mempengaruhi kebijakan politik. Bagaimana kedua media menstrukturkan isu ini, yang kemudian akan membawa pengaruh kepada publik baik pengaruh positif maupun negatif sesuai dengan narasi yang hendak disampaikan. Telah diketahui dalam masa demokrasi modern, media berupa salah satu aktor utama. Masyarakat atau publik akan menentukan pilihan dan mengambil sikap dan keputusan politik mereka didasarkan dari informasi yang mereka peroleh yaitu dari media, baik disadari ataupun tidak berita yang telah diframing oleh media akan mengarahkan pemikiran publik yang itu nantinya akan mempengaruhi sikap politik si pembaca pada sebuah isu politik. (Hasan, 2009)

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Peneliti akan menganalisis bagaimana Pemberitaan tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” diframing oleh media online Kompas.com dan Detik.com. Penelitian ini akan memberikan pemahaman tentang peran media dalam membentuk atau menggambarkan isu politik di tengah masyarakat.

### **1.1 Fokus Penelitian**

Merujuk pada latar belakang di atas, maka penelitian ini berfokus pada :

1. Analisis framing tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” diframing oleh media online Kompas.com dan Detik.com.
2. Mengangkat isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” dalam RUU nomor 23 P/HUM/2024.

3. Mengambil berita di portal media online Kompas.com dan Detik.com rentang waktu 25 Mei- 25 Juni 2024.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana hasil analisis framing pada berita tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” yang disajikan oleh media online Kompas.com dan Detik.com?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah di tetapkan, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui framing pada berita tentang isu “Syarat Pencalonan Usia Kepala Daerah” yang disajikan oleh media online Kompas.com dan Detik.com.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam konteks analisis framing berita isu politik di media online. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi kepada peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitiannya, khususnya yang berkaitan dengan analisis framing berita pada isu politik dimedia online.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk para jurnalis, penulis, editor juga pemilik media untuk mengembangkan penulisan berita

yang disampaikan kepada masyarakat. Penulis sangat berharap portal berita mengambil ilmu yang dapat di aplikasikan dengan tujuan memperbaiki cara media menyampaikan informasi kepada masyarakat agar dapat lebih baik, tidak memihak dan tetap memegang pada etika jurnalistik.