



## Analisis *Framing* Pemberitaan Wacana Jokowi 3 Periode

Fais Azhar Djohari, Dian Widya Putri\*

*Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 12/09/2023

Revised : 12/12/2023

Published : 15/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 113 - 122

Terbitan : **Desember 2023**

### ABSTRAK

Media online pada masa ini adalah salah satu sumber informasi yang menjadi pilihan khayalak umum. Belum lama ini, pada awal tahun 2022 berita perihal wacana penambahan periode Presiden Joko Widodo menjadi 3 periode mencuat. Banyak pro dan kontra yang terjadi pada masyarakat luas, terkait wacana penambahan masa jabatan Presiden Joko Widodo, menjadi 3 periode. Untuk itu media disini hadir untuk memberikan kabar terkini atau kebenaran perihal wacana penambahan periode ini. Karena itu dalam hal ini peneliti ingin tahu bagaimana media khususnya media online, mem-framing berita atau informasi yang mereka buat lalu di sebarluaskan untuk konsumsi publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing model pan dan kosicki. Subjek dalam penelitian ini adalah 2 media online yaitu [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) dan [tempo.co](http://tempo.co), yang membahas wacana 3 periode Presiden Joko Widodo. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi, serta teknik analisis data yang dilakukan adalah metode analisis framing model Pan dan Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing yang dilakukan media online [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) dan [tempo.co](http://tempo.co) terhadap berita wacana penambahan periode Presiden Joko Widodo menjadi 3 periode sudah objektif dan cukup adil tanpa adanya keberpihakan satu pihak tertentu, bagi sebuah media.

**Kata Kunci** : Media daring; Berita elektronik; Tiga periode.

### ABSTRACT

Online media at this time is one of the sources of information that is the choice of the general public. Not long ago, at the beginning of 2022, news about the discourse on the addition of President Joko Widodo's term to 3 periods surfaced. Many pros and cons occur in the wider community, related to the discourse on the addition of President Joko Widodo's term of office, to 3 periods. For this reason, the media is here to provide the latest news or the truth about the discourse on adding this period. Therefore, in this case, researchers want to know how the media, especially online media, framing the news or information they create and then disseminate for public consumption. This research uses a qualitative approach using the pan and kosicki model framing analysis method. The subjects in this study are 2 online media, namely [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) and [tempo.co](http://tempo.co), which discuss the discourse of President Joko Widodo's 3 periods. The data collection techniques used in this research are observation and documentation, and the data analysis technique used is the Pan and Kosicki model framing analysis method. The results showed that the framing carried out by online media [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) and [tempo.co](http://tempo.co) on the news of the discourse on the addition of President Joko Widodo's period to 3 periods was objective and fair enough without any partiality of one particular party, for a media.

**Keywords** : Online media; Digital news; Three period.

© 2023 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital Unisba Press. All rights reserved.

Corresponding Author : \*[dianwidyaputrisy@gmail.com](mailto:dianwidyaputrisy@gmail.com)

Indexed : Garuda, Crossref, Google Scholar

DOI : <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2745>

## A. Pendahuluan

Seorang Kepala negara memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan sebuah negara. Posisinya yang signifikan sebagai pemimpin negara membuat keputusan – keputusannya yang dibuatnya sangat berdampak bagi kelangsungan jalannya negara tersebut dan juga kehidupan masyarakat – masyarakat dari negara tersebut. Dikutip dari [dpr.go.id](http://dpr.go.id), berdasarkan Undang–Undang dasar 1945 pasak 4, ayat (1) tentang kekuasaan pemerintah bahwa Kepala negara Republik Indonesia menegang kekuasaan pemerintahan menurut Undang – Undang Dasar, dan pada pasal 5, ayat (1) Kepala negara berhak mengajukan rancangan Undang – Undang kepada Dewan Perwakilan Rakyat. Posisinya sebagai orang nomor 1 di negara Indonesia, juga sangat menjadi hal yang di highlight segala kegiatannya maupun perkataan yang beliau keluarkan, oleh khalayak masyarakat Indonesia. Belum lama ini tepatnya pada awal tahun 2022, wacana Kepala negara Joko Widodo menambah masa jabatannya menjadi 3 periode kembali mencuat ke publik, sejak saat itu banyak media media online yang banyak memproduksi berita dengan wacana ini. Sebelumnya pada tahun 2021 lebih tepatnya pada bulan maret tahun 2021, Direktur Eksekutif Indo Barometer Muhammad Qodari menyuarakan dengan lugas, bahwa untuk Jokowi melanjutkan masa jabatannya menjadi 3 periode, yang diberitakan oleh tempo dalam kanal websitenya yang berjudul “Pengamat Politik Qodari Jelaskan Alasan Mendukung Wacana Jokowi 3 Periode” pada tanggal 16 Maret 2021.

Wacana ini muncul kembali pada awal tahun ini karena adanya isu akan penundaan pemilu 2024 mendatang. Seperti yang di kutip dari kanal youtube KompasTV yang berjudul “Spanduk Dukungan Jokowi 3 Periode Bermunculan di Sejumlah Daerah” yang di unggah pada 11 Maret 2022, di sejumlah daerah di Indonesia terpampang jelas dukungan yang diberikan oleh pendukung Joko Widodo agar Kepala negara Joko Widodo melanjutkan masa jabatannya menjadi 3 periode. Isu tentang wacana ini sebelumnya sudah mulai mencuat pada akhir tahun 2021 lalu, kemudian wacana masa jabatan Kepala negara Joko Widodo kembali mencuat karena adanya isu penundaan pemilu 2024 mendatang.

Isu wacana penambahan masa jabatan Kepala negara Joko Widodo sangat digencarkan di media – media mainstream maupun sosial media, membuat isu ini selalu menjadi topik yang hangat untuk dibawakan. Dukungan dan kecaman, pro dan kontra terhadap isu ini pun juga sudah banyak dilontarkan oleh masyarakat Indonesia sendiri. Mulai dari orang – orang biasa, hingga para pegiat politik.

Dikutip dari Tirto.id lewat berita yang berjudul “Jokowi Jamin Tak Akan Jabat Kepala negara Selama 3 Periode” yang di unggah pada 12 september 2021, Kepala negara Joko Widodo mengungkapkan bahwa dia tidak akan dan tidak ada niat menjadi Kepala negara selama 3 periode lamanya, karena konstitusi yang jelas sudah menerangkan bahwa masa jabatan seorang Kepala negara hanyalah 2 periode lamanya. Seperti yang sudah ditulis dalam UUD 1945 pas 7 setelah di amandemen bahwa jabatan Kepala negara hanya bisa dipegang selama 2 (dua) periode berturut – turut oleh seorang Kepala negara yang sama.

Ramainya tentang isu wacana Kepala negara menjadi 3 periode masa jabatan, media - media mainstream disini berperan sebagai pemberi informasi teraktual dalam wacana 3 periode ini. Isu wacana 3 periode masa jabatan Kepala negara Joko Widodo sendiri juga dirasa sangat hangat untuk dibawakan dan dijadikan konsumsi berita oleh masyarakat Indonesia, sehingga hampir semua media – media mainstream akan membahas dan membawakan berita perihal isu ini. Sebagai media – media yang memberikan informasi, sudah seharusnya media tersebut bersifat netral dalam pembawaan beritanya dan tidak ada kepentingan suatu lembaga atau orang yang bersangkutan. Karena isu yang diangkat disini adalah isu yang cukup sensitif, sebagai media seharusnya bisa membuat sebuah produk yang layak, yang layak dalam artian isi berita yang berisi kaidah - kaidah ke yang berlaku (Nuril Hidayah 2022).

Untuk mengetahui bagaimana media – media mainstream memframing berita yang mereka produksi untuk di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Juga untuk melihat bagaimana unsur – unsur berita yang sudah mencakupi cakupan dari kaidah – kaidah kejournalistikan yang berlaku. Salah dua media mainstream yang akan diteliti perihal isu wacana perihal diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode lamanya disini adalah [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) dan [tempo.co](http://tempo.co).

Sebagai media yang menyiarkan atau menyebarkan tentang suatu informasi dalam bentuk produk jurnalistik, ini juga sudah di atur dalam kode etik jurnalistik. Yang dimana dengan adanya pasal – pasal tersebut seorang jurnalis mampu menulis berita yang nantinya akan disebar luaskan, dengan baik berdasarkan fakta yang ada tanpa adanya kepentingan dari pihak manapun.

Kode etik jurnalistik ini juga merupakan sebuah standar perilaku dan moral, yang mengikat para pelaku jurnalistik dalam melakukan kewajibannya sebagai seorang jurnalis. Tidak hanya membantu dalam menjaga standar dari kualitas produknya tapi juga demi melindungi dan menghindarkan dari kemungkinan dampak yang merugikan bagi masyarakat dan jurnalis itu sendiri. Karena itu dikutip dari jurnal Fitri Meliya Sari yang berjudul “Analisis Penerapan Kode Etik jurnalistik pada harian serambi Indonesia” bahwa sebuah kode etik jurnalistik yaitu sebuah standar untuk mengatur segala tindakan seorang jurnalis dalam membuat produk jurnalistik. (Fitri Meliya Sari, 2014).

Menurut jurnal yang berjudul “Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat” oleh khusnul Khatimah, dijelaskan bahwa media massa pada saat ini dapat mempengaruhi masyarakat luas melalui pesan yaitu berupa informasi dan hiburan, dan informasi – informasi lainnya yang dapat diakses secara mudah dan luas, juga isi dan informasi yang diberikan kepada khalayak tersebut dapat merubah atau memiliki tingkatan yang signifikan dalam proses sosial (Husnul Khatimah, 2018).

Alasan penulis ingin meneliti hal ini karena ingin mengetahui bagaimana media – media, khususnya tempo.co dan cnnindonesia.com memframing berita – berita atau informasi yang mereka berikan terkait wacana perihal diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode lamanya (Atmadja 2014). Dimulai dari segi penulisan berita hingga kelengkapan isi berita, dan fakta yang ada pada berita tersebut. Juga untuk mengetahui apakah media – media pada saat ini sudah sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku bagi para pelaku jurnalistik, karena media yang baik adalah media yang tidak memihak dan tidak memiliki kepentingan atas golongan tertentu (Reziana and Sobur 2023). Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisis framing model pan dan kosicki yang Dalam pendekatan ini, rakitan bingkai dibagi menjadi empat struktur utama. Pertama, struktur sintaksis mengacu pada bagaimana wartawan mengatur peristiwa dalam hal struktur berita umum (Eriyanto 2002). Kedua, struktur naskah berkaitan dengan bagaimana wartawan mewartakan atau meriwayatkan peristiwa dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik mengacu pada bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya tentang suatu peristiwa dalam bentuk kalimat, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk keseluruhan teks. Keempat, struktur retorika mengacu pada cara wartawan menekankan makna tertentu dalam berita. Struktur ini mengeksplorasi bagaimana jurnalis menggunakan pemilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang digunakan tidak hanya untuk mendukung tulisan, tetapi juga untuk menekankan makna tertentu kepada pembaca. (Eriyanto, 2002: 255-256). Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari tahu bagaimana media, khususnya media *online*, mem-*framing* berita atau informasi yang mereka buat lalu di sebarluaskan untuk konsumsi publik.. Adapun tujuan penelitian ini, yaitu : (1) Bagaimana *framing* berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode lamanya, pada media online tempo.co dan cnnindonesia.com? (2) Bagaimana tempo.co dan cnnindonesia.com memframing berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode, dengan menggunakan analisis framing milik pan dan kosicki ?

## **B. Metode Penelitian**

Analisis framing merupakan salah satu metode analisis teks yang dapat digolongkan ke dalam kategori penelitian konstruktivis. Analisis framing dapat dengan mudah digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, dll) dibingkai oleh media. Pembingkai adalah proses konstruksi yang alami. Realitas sosial dimaknai dan dikonstruksikan dalam pengertian tertentu. Peristiwa dipahami dalam format tertentu. Hasilnya adalah liputan media di situs tertentu dan wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen ini tidak hanya bagian dari jurnalisisme profesional, tetapi juga menjelaskan interpretasi dan penyajian acara (Hasan and Iskandar 2023).

Analisis framing dipahami dalam penelitian dan banyak digunakan sebagai metode analisis isi. Namun, dalam perkembangan selanjutnya, analisis framing telah berkembang menjadi seperangkat teori yang dipahami oleh banyak profesional komunikasi sebagai pendekatan untuk melihat bagaimana domain di balik teks media membentuk pesan. (Eriyanto, 2002: 4).

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menjelaskan bagaimana seseorang memproses informasi dan mendistribusikannya dalam skema tertentu. Pan dan Kosicki mengatakan bahwa bingkai itu menunjuk pada makna. Dengan kata lain, himpunan karakter yang muncul dalam teks yang dibuat menunjukkan bagaimana seseorang memaknai peristiwa tersebut. (Eriyanto, 2002: 255)

Dalam pendekatan ini, rakitan bingkai dibagi menjadi empat struktur utama. Pertama, struktur sintaksis mengacu pada bagaimana wartawan mengatur peristiwa dalam hal struktur berita umum. Anda dapat memeriksanya dari bagan berita (petunjuk, latar belakang, berita utama, kursus yang diambil, dll.). Kedua, struktur naskah berkaitan dengan bagaimana wartawan mewartakan atau meriwayatkan peristiwa dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik mengacu pada bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya tentang suatu peristiwa dalam bentuk kalimat, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk keseluruhan teks. Keempat, struktur retorika mengacu pada cara wartawan menekankan makna tertentu dalam berita. Struktur ini mengeksplorasi bagaimana jurnalis menggunakan pemilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang digunakan tidak hanya untuk mendukung tulisan, tetapi juga untuk menekankan makna tertentu kepada pembaca. (Eriyanto, 2002: 255-256).

Berikut perangkat analisis framing model Pan dan Kosicki yaitu Sintaksis (Cara wartawan menyusun Berita) adalah skema yang dibangun jurnalis dengan mempertimbangkan headline, rujukan, setting, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, dan kesimpulan saat membuat artikel berita. Skrip (Cara wartawan mengisahkan fakta) dalam hal ini merupakan cara untuk menggambarkan keutuhan berita, dengan memperhatikan unsur 5W+1H isi berita. Tematik (Cara menulis fakta) berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangan atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan, dengan memperhatikan unsur paragraf, proposisi, kalimat, hubungan, antarkalimat (Kant and Baksin 2023). Retoris (Cara wartawan menekankan fakta) bagaimana wartawan menekankan arti tertentu kedalam berita (Reziana and Sobur 2023). Struktur ini melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca. Dengan begitu seseorang akan dapat menafsirkan arti atau maksud dari tulisan yang telah di buat oleh wartawan. Dengan menggunakan analisis framing model pan dan kosicki, sebuah penelitian berusaha menelaah bagaimana sebuah media membingkai berita apa yang telah mereka buat atau sampaikan. Eriyanto, (2002: 255-256)

Teori ini fokus atau ketergantungan ideologi media pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur pemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Institusi media dinilai sebagai bagian dari system ekonomi yang bertalian erat dengan system politik. Kegunaan ekonomi politik dalam komunikasi adalah untuk menggambarkan, menjelaskan signifikansi dari bentuk produksi, distribusi, dan pertukaran komoditas komunikasi serta peraturan yang mengatur struktur media tersebut, khususnya negara. Gaya produksi media dan hubungan ekonomi kemudian menjadi dasar atau elemen penentu dalam pikiran. Menurut Berger, hal ini dibentuk oleh sistem pada pikiran manusia.

Hubungan yang terjadi antara produsen dan konsumen menjadi hubungan yang timbal balik dan berkesinambungan, ketika media massa tunduk pada kepentingan modal, maka kepentingan khalayak bisa jadi ambivalen. Konsekuensi keadaan seperti ini tampak dalam wujud berkurangnya jumlah media independent, terciptanya konsentrasi pada pasar besar, munculnya sikap bodoh terhadap calon khalayak pada sektor kecil (Slamet and Umar 2023). Menurut Murdock dan Golding, efek kekuatan ekonomi tidak langsung secara acak, tetapi terus menerus. Pesan (berita) bersebelahan dengan pandangan (opini), yang merupakan ekspresi utama media massa. Mencari dan mengedit materi berita merupakan tugas utama jurnalis dan staf redaksi pers (media massa). (Romli 2014).

Tidak ada rumusan baku tentang makna berita. Faktanya, "pesan memiliki begitu banyak variabel sehingga sulit untuk mendefinisikannya," kata Earl English dan Clarence Hach. Berita sulit untuk

didefinisikan karena mengandung banyak variabel. "Pesan lebih mudah diidentifikasi daripada didefinisikan," kata Irving Resenthal dan Marton Yarmen. (Romli, 2014: 3) Namun, banyak profesional komunikasi mencoba membuat definisi pesan dengan penekanan berbeda pada elemen yang terkandung dalam pesan. Misalnya, Nothclife menekankan konsep berita dengan unsur "keanehan" atau "ketidaknormalan" sehingga dapat menggugah perhatian dan rasa ingin tahu (Tesa Gita Rinanda and Fatmawati Moekahar 2022). Dia berkata, "Ketika anjing menggigit manusia, itu bukan hal baru. Tapi jika anjing menggigit anjing, itu berita." (Jika anjing menggigit seseorang, itu bukan berita. Tapi manusia Jika Anda menggigit anjing, itu berita). (Romli, 2014: 4). Kita mungkin setuju atau tidak setuju dengan pandangan Nothclife. Jika anjing yang digigit itu adalah seorang selebriti seperti artis atau kepala negara terkenal, beritanya menarik. Kesimpulannya adalah sebagai berikut. "Kami menerima penekanan bahwa kabar baik yang patut dicari mencakup sesuatu yang mengandung unsur 'gila' itu sendiri. Ini agar orang lain bisa membaca berita yang kita buat." (Romli, 2014: 4)

Michthel V. Charnley menyarankan pemahaman yang lebih lengkap tentang pesan dan layak dirujuk untuk tujuan praktis. Dia menyatakan: "Berita adalah peristiwa faktual, penting, menarik bagi sebagian besar pembaca, dan laporan tercepat dari satu atau lebih peristiwa yang memengaruhi minat mereka." (Romli, 2014: 5) Dari definisi di atas, kita dapat melihat bahwa sebuah artikel berita harus memenuhi empat faktor. Unsur-unsur tersebut juga menjadi "fitur utama" artikel berita yang dapat dimuat di media massa, atau yang biasa disebut dengan "adaptasi". Keempat unsur tersebut disebut nilai berita atau nilai jurnalistik. (Romli, 2014: 5). Cepat, Artinya, ketepatan waktu. Unsur ini memiliki arti harafiah dari berita. "Tulisan jurnalistik adalah tulisan yang memberi pembaca wawasan dan informasi yang belum mereka ketahui sebelumnya," kata Al Hester. Nyata (faktual), Dengan kata lain, ini adalah informasi tentang fakta, bukan fiksi atau esai. Fakta dunia jurnalistik terdiri dari peristiwa, opini, dan pernyataan aktual oleh pemberi berita. Unsur ini juga mencakup gagasan bahwa berita harus merupakan informasi tentang keadaan yang sebenarnya atau laporan fakta. "Wartawan hanya bisa menulis kebenaran," kata M.L. Stein (1993: 26) mengatakan, "Jangan mengubah fakta untuk menyenangkan seseorang atau kelompok. Yang terpenting adalah jika sumber Anda kredibel." Penting, artinya untuk kepentingan banyak orang. Misalnya, beberapa peristiwa yang mempengaruhi kehidupan masyarakat umum dan yang mungkin perlu diketahui dan diinformasikan oleh masyarakat umum seperti, pedoman pemerintah baru, kenaikan harga, dan sebagainya. Menarik, artinya mengundang orang untuk membaca berita yang ditulis. Selain fakta dan fakta yang mempengaruhi kepentingan banyak orang, berita yang biasanya menarik perhatian pembaca adalah berita menarik (interesting), berita yang memuat hal-hal aneh atau aneh, atau "Termasuk berita "kepentingan manusia" Membangkitkan emosi). (Romli, 2014: 5-6).

Realitas Media terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Beger dan Thomas Luckman dalam buku *The Social Of Construction Reality*. Realitas Media menurut Berger tidak dibentuk secara alamiah. Tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas media berwujud ganda atau prural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu media, berdasarkan pengalaman, prefensi, pendidikan, dan lingkungan sosial yang dimiliki masing-masing individu. Liputan setiap peristiwa di media massa secara tertulis atau rekaman adalah konstruksi media. Konstruksi media merupakan suatu upaya menyusun realitas media dari satu atau sejumlah peristiwa sebagaimana adanya (objective reality) yang semula terpenggal- penggal (acak) menjadi tersistematis hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (contruted reality). Cara membentuk wacana di media massa adalah dengan mengemas (packaging) media ke dalam sebuah struktur sehingga sebuah issue mempunyai makna. Di dalamnya terhimpun sejumlah fakta pilihan yang diperlukan sedemikian rupa atas dasar sudut pandang tertentu sehingga ada fakta yang ditonjolkan, disembunyikan, bahkan dihilangkan sampai terbentuk satu urutan cerita yang mempunyai makna.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### **Bagaimana framing berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode lamanya, pada media online tempo.co dan cnnindonesia.com?**

Ditinjau dari definisi berita menurut Romli (2014 :13) bahwa cnnindonesia dan tempo sudah memiliki atau memenuhi empat faktor atau unsur-unsur yang disebut juga sebagai “fitur utama” sebuah artikel berita yang dapat dimuat di media massa, unsur-unsur tersebut adalah cepat, cepat disini dimaksudkan dengan topik yang masih hangat atau ketepatan waktu disaat berita tersebut disebar luaskan ketika topik pembicaraan masih hangat. Kedua ada nyata atau faktual, yang dimaksud sini adalah isi berita yang disampaikan bukan fiksi ataupun esai, melainkan pernyataan aktual dari narasumber terkait, hal ini dapat di buktikan dari sample berita yang sudah di ambil, yang menunjukkan bahwa keseluruhan isi berita dari cnnindonesia dan tempo adalah nyata. Ketiga ada penting, yaitu hal ini menyangkut kepentingan banyak orang. Objek yang diteliti disini adalah tentang pemberitaan wacana penambahan masa jabatan presiden jokowi menjadi tiga periode, hal ini tentu sangat penting untuk keberlangsungan negara Indonesia itu sendiri. keempat ada menarik, yaitu mengundang orang untuk membaca berita yang di tulis .

Jika ditinjau dari konstruksi realitas media, Berger mengatakan realitas media itu dibentuk dan dikonstruksi. Suatu konstruksi realitas sosial tidak lepas dari bekal kekuasaan politik, sosial ataupun yang dimiliki pelaku konstruksi dalam hal ini media. Berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode, penulis menemukan bahwa Media online yaitu cnnindonesia.com dan tempo.co. Dalam rentang waktu 23 Februari – 23 Maret 2022 tidak terlalu menggunakan kekuatannya sebagai media untuk membuat suatu konstruksi realitas sosial yang condong terhadap suatu paslon tertentu, dikarenakan dari sample yang sudah dipilih lalu di teliti hasilnya kedua media online tersebut, dalam melakukan pemberitaan perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode dirasa cukup netral. Dilihat dari judul – judul berita, isi keseluruhan berita, pernyataan sumber, dan narasumber.

Terlihat adanya upaya dari cnnindonesia.com dan tempo.co untuk menempatkan diri sebagai media yang mempertahankan objektivitas dalam penulisan beritanya. Hal ini menunjukkan bahwa cnnindonesia.com dan tempo.co telah berupaya memperkecil pengaruh kepentingan pemilik media dalam menyajikan berita. Dari sini juga dapat dinilai bahwa cnnindonesia.com dan tempo.co berusaha melakukan pendekatan dalam menyampaikan berita secara objektif (Fatharani and Putri 2023).

Cnnindonesia dan tempo tidak terlalu sempurna dalam memproduksi atau memuat berita yang mereka buat, karena beberapa berita dari cnnindonesia dan tempo masih belum melengkapi beberapa dari unsur berita berupa unsur 5W + 1H, yaitu yang meliputi apa, dimana, kapan, siapa, kenapa, dan bagaimana, kedua media online ini masih sering miss dalam unsur kapan dan dimana, tidak adanya penjelasan secara ringkas dimana atau kapan wawancara dilakukan. Setelah itu dilihat dari struktur berita cnnindonesia dan tempo sudah melengkapi hal tersebut, diantaranya adalah Judul (head), dateline yaitu tempat atau waktu berita itu diperoleh dan disusun, kemudian teras berita (lead), terakhir ada isi berita (body).

Dengan tinjauan realitas media, cnnindonesia.com dan tempo.co terlihat berusaha membangun konstruksi yang mendekati realitas yang sebenarnya. Realitas yang semu tidak berlaku di pemberitaan cnnindonesia.com dan tempo.co tentang berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode. Dari pengamatan melalui analisis framing, penulis menemukan bahwa media online ini berusaha mengajak pembaca untuk lebih dekat melihat realitas yang sebenarnya. Akibatnya, konstruksi realitas sosial dalam masyarakat pembaca media online ini akan lebih dekat dengan realitas yang sesungguhnya.

Jika dikatakan bahwa melalui penggunaan bahasa sebagai simbol yang paling utama, wartawan mampu menciptakan, memelihara, mengembangkan dan bahkan meruntuhkan suatu realitas. Maka, wartawan yang menulis berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode dapat dinilai telah melakukan usaha membangun realitas sosial di masyarakat mendekati realitas yang sesungguhnya.

Media massa bukan hanya sekedar sarana yang menampilkan kepada khalayak peristiwa politik secara apa adanya. Tetapi, tergantung pada kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dalam hal ini, cnnindonesia.com dan tempo.co mampu menekan dominasi tersebut. Opini publik yang berusaha dibangun oleh surat kabar ini tidak didasarkan pada sudut pandang satu orang saja.

Jika ditinjau dari teori ekonomi politik media, tidak terlihat adanya kepentingan dari pemilik, struktur kemudiannya, atau suatu kelompok tertentu dilihat dari berita – berita yang diangkat lalu pemilihan redaksi katanya. Hal ini diperkuat dengan berimbangannya berita – berita yang diangkat oleh cnnindonesia.com dan tempo.co perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode. Dari keseluruhan sample berita yang sudah di ambil dan di teliti, bahwa pembawaan berita sendiri terkesan netral dikarenakan isi berita yang merupakan hasil atau statement dari narasumber yang bersangkutan, baik yang pro akan wacana ini ataupun yang kontra.

Meskipun demikian, setelah dilakukan analisis framing model Pan dan Kosicki, masih terlihat adanya upaya pembingkai yang dilakukan oleh cnnindonesia.com dan tempo.co. Namun upaya pembingkai itu masih berada dalam ambang batas kewajaran, maksudnya ambang batas kewajaran adalah, media online ini masih berusaha menjaga objektivitasnya dalam memuat berita. Hal tersebut bisa dilihat dari upaya memasukan sumber-sumber lain dalam berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode.

Konstruksi realitas yang dibangun oleh suatu surat kabar biasanya didominasi oleh kepentingan ideologi media dan kelompok yang mendominasi di suatu media. Sehingga, berita yang disampaikan cenderung berdasarkan keinginan penulis berita. Namun, cnnindonesia.com dan tempo.co mencoba untuk membangun sebuah konstruksi realitas dengan benar dan sesuai dengan realita yang ada.

Romli (2014 : 13) mengatakan bahwa struktur berita yang lengkap adalah berita yang memiliki struktur berupa judul (head), dateline yakni tempat atau waktu berita disusun dan diperoleh, teras berita (lead), dan isi berita (body). Dalam hal ini cnnindonesia dan tempo.co sudah memiliki semua struktur itu dalam menulis atau menyebarluaskan berita yang mereka buat.

### **Bagaimana tempo.co dan cnnindonesia.com memframing berita perihal wacana diperpanjangnya masa jabatan Kepala negara Joko Widodo menjadi tiga periode, dengan menggunakan analisis framing milik pan dan kosicki ?**

Berikut hasil dari analisis framing model pan dan kosicki

#### **Cnnindonesia.com**

Dari struktur Sintaksis, dengan unsur - unsur seperti Judul, Lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan atau opini penulis, dan penutup. Dari 5 sample yang diambil pada media online cnnindonesia dalam rentan waktu 23 februari sampai 23 maret 2022, melihat dari metode analisis framing model pan dan kosicki, dari struktur sintaksis secara keseluruhan, wartawan atau penulis berita tidak ada arah untuk mem framing membingkai berita ke suatu tujuan, karena dari 5 sample yang di pilih, judul berita yang digunakan dan isi berita yang ada sesuai dan tidak dibuat - buat. Kemudian isi berita merupakan hasil wawancara ataupun kutipan yang valid dari seroang tokoh yang memberikan sebuah pernyataan, dan juga dari ke 5 sample yang di ambil tidak adanya pernyataan atau opini dari wartawan, semua isi berita berdasarkan pernyataan dari sumber yang terakut.

Dari struktur Skrip, dengan unsur - unsur 5W + 1H, untuk ke 5 sample yang di ambil, cnnindonesia dalam hal ini belum sempurna, dikarenakan dari 5 berita yang diambil ada 5 berita yang tidak memiliki keterangan tempat dimana wawancara dilakukan atau pernyataan yang diberikan oleh narasumber atau sumber. Kemudian dari 5 berita ada 2 berita yang tidak menerangkan kapan wawancara atau pernyataan yang didapat tersebut dilakukan.

Dari struktur tematik, dari 5 berita yang diambil, penulis tidak menemukan kata – kata atau kalimat yang ambigu atau tidak jelas maknanya, karena dari 5 berita yang diambil, secara keseluruhan, berita dibawakan dengan detail yang jelas dan maksud yang jelas, pun dengan hubungan antara satu paragraf dengan paragraf yang lainnya.

Dari struktur retorik, *cnnindonesia* dari 5 berita yang diambil tidak terlalu menonjolkan penggunaan sebuah kata atau kalimat yang bersifat atau bermakna menekankan sesuatu dalam berita yang dibuatnya.

### **Tempo.co**

Dari struktur Sintaksis, dengan unsur - unsur seperti Judul, Lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan atau opini penulis, dan penutup. Dari 5 sample yang diambil pada media online *cnnindonesia* dalam rentang waktu 23 februari sampai 23 maret 2022, melihat dari metode analisis framing model pan dan kosicki, dari struktur sintaksis secara keseluruhan, wartawan atau penulis berita tidak ada arah untuk mem framing membingkai berita ke suatu tujuan, karena dari 5 sample yang di pilih, judul berita yang digunakan dan isi berita yang ada sesuai dan tidak dibuat - buat. Kemudian isi berita merupakan hasil wawancara ataupun kutipan yang valid dari seroang tokoh yang memberikan sebuah pernyataan, dan juga dari ke 5 sample yang di ambil tidak adanya pernyataan atau opini dari wartawan, semua isi berita berdasarkan pernyataan dari sumber yang terakut.

Dari struktur Skrip, dengan unsur - unsur 5W + 1H, untuk ke 5 sample yang di ambil, *tempo.co* dalam hal ini belum sempurna, dikarenakan dari 5 berita yang diambil ada 2 berita yang tidak memiliki keterangan tempat dimana wawancara dilakukan atau pernyataan yang diberikan oleh narasumber atau sumber. Kemudian dari 5 berita yang diambil ada 5 berita yang tidak menerangkan kapan wawancara atau pernyataan yang didapat tersebut dilakukan.

Dari struktur tematik, dari 5 berita yang diambil, penulis tidak menemukan kata - kata atau kalimat yang ambigu atau tidak jelas maknanya, karena dari 5 berita yang diambil, secara keseluruhan, berita dibawakan dengan detail yang jelas dan maksud yang jelas, pun dengan hubungan antara satu paragraf dengan paragraf yang lainnya. Dari struktur retorik, *tempo.co* dari 5 berita yang diambil terdapat 3 berita yang menonjolkan penggunaan sebuah kata atau kalimat yang bersifat atau bermakna menekankan sesuatu dalam berita yang dibuatnya.

Memandang sebuah media massa sebagai sumber informasi, harus dicermati dengan cara membandingkan pada media massa lainnya harus menjadi paradigma baru bagi masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Pembuatan konstruksi realitas pada media massa yang terjadi, menuntut kepekaan yang tepat bagi masyarakat untuk mengolah informasi berita yang ada. Sudah saatnya menjadikan cara pandang objektif terhadap sebuah peristiwa yang terjadi dan diberitakan oleh media massa sebagai panduan agar mampu memilah dan memilih informasi yang benar.

Setelah penulis melakukan penelitian di *cnnindonesia.com* dan *tempo.co* dapat diambil kesimpulan bahwa:

Framing berita wacana penambahan masa jabatan presiden 3 periode yang dilakukan oleh *cnnindonesia.com* dan *tempo.co* ini cenderung objektif karena tema berita yang telah diangkat tidak mencoba mendukung suatu pihak atau netral.

Dengan menggunakan framing model pan dan kosicki, mengenai unsur – unsur yang ada dalam analisis framing model pan dan kosicki, yaitu berupa unsur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. *Cnnindonesia* dan *tempo.co* sudah dirasa cukup dalam membuat berita secara objektif dan netral terhadap berita berita yang diangkat, walaupun masih ada beberapa kekurangan dari unsur unsur tertentu seperti unsur skrip.

*Cnnindonesia.com* dan *tempo.co* dalam pemberitaan wacana penambahan masa jabatan presiden 3 periode selain mengutip pernyataan-pernyataan dari kedua paslon juga menggunakan sumber lain sebagai penyeimbang dalam penulisan berita.

Dari total 10 berita tentang wacana penambahan masa jabatan presiden 3 periode, 5 dari *cnnindonesia.com* dan *tempo.co* tidak ada berita yang menggunakan satu narasumber.

Tapi sayangnya *cnnindonesia* dan *tempo* tidak terlalu sempurna dalam memproduksi atau memuat berita yang mereka buat, karena beberapa berita dari *cnnindonesia* dan *tempo* masih belum melengkapi beberapa dari unsur berita berupa unsur 5W + 1H, yaitu yang meliputi apa, dimana, kapan, siapa, kenapa, dan bagaimana, kedua media online ini masih sering miss dalam unsur kapan dan dimana, tidak adanya penjelasan secara ringkas dimana atau kapan wawancara dilakukan. Setelah itu dilihat dari struktur berita



cnnindonesia dan tempo sudah melengkapi hal tersebut, diantaranya adalah Judul (head), dateline yaitu tempat atau waktu berita itu diperoleh dan disusun, kemudian teras berita (lead), terakhir ada isi berita (body).

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Peneliti menilai sebagai sebuah media yang dimana harus bersikap netral atau tidak memihak golongan manapun, media online cnnindonesia.com dan tempo.co disini sudah melakukan hal tersebut dengan baik. Dari berita – berita yang dipilih untuk di teliti perihal wacana perpanjangan masa jabatan presiden joko widodo menjadi tiga periode, cnnindonesia.com dan tempo.co tidak berusaha mem-framing terakait informasi ini ke arah tertentu.

Konstruksi realitas yang dibangun oleh suatu surat kabar biasanya didominasi oleh kepentingan ideologi media dan kelompok yang mendominasi di suatu media. Sehingga, berita yang disampaikan cenderung berdasarkan keinginan penulis berita. Namun, cnnindonesia.com dan tempo.co mencoba untuk membangun sebuah konstruksi realitas dengan benar dan sesuai dengan realita yang ada.

struktur berita yang lengkap adalah berita yang memiliki struktur berupa judul (head), dateline yakni tempat atau waktu berita disusun dan diperoleh, teras berita (lead), dan isi berita (body). Dalam hal ini cnnindonesia dan tempo.co sudah memiliki semua struktur itu dalam menulis atau menyebarluaskan berita yang mereka buat.

Dilihat dari analisis framing model pan dan kosicki, yang terdiri dari struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, yang kurang dari cnnindonesia.com dan tempo.co adalah struktur skrip. Khususnya pada bagian keterangan “when” terdapat beberapa berita yang tidak ada keterangan waktu perihal informasi yang mereka angkat pada berita yang mereka produksi. Dalam hal ini tentu kalau dari unsur berita sendiri, tidak terlalu sempurna dalam memproduksi atau memuat berita yang mereka buat, karena beberapa berita dari cnnindonesia dan tempo masih belum melengkapi beberapa dari unsur berita berupa unsur 5W + 1H.

Secara keseluruhan cnnindonesia.com dan tempo.co, sebagai media online mampu menempatkan mereka menjadi media yang netral terhadap isu wacana penambahan masa jabatan presiden joko widodo menjadi tiga periode. Tidak ada unsur yang menyudutkan pihak tertentu, ataupun usaha untuk membingkai isu ini dari berita berita yang mereka produksi. Dilihat juga dari segi judul dan isi keseluruhan yang seragam tanpa adanya unsur *clickbait*. Walaupun masih ada beberapa kekurangan dari unsur berita seperti keterangan waktu dalam setiap berita yang telah di *publish*.

#### Daftar Pustaka

- Atmadja, Xena Levina. 2014. “Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) Di Media Online.” 2(1).
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media*. Yogyakarta: PT. LKis.
- Fatharani, Dila Putri, and Dian Widya Putri. 2023. “Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 Terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):19–24.
- Hasan, M. Abdi Octavianus, and Doddy Iskandar. 2023. “Analisis Framing Pan Dan Kosicki Mengenai Pro Kontra Deforestasi Hutan Di Indonesia Dalam Bingkai Media Daring Tempo.Co Dan Detik.Com.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):1–8.
- Kant, Mohammad Alif Gibran, and Askurifai Baksin. 2023. “Gaya Penulisan Media Ormas Islam.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):25–30.
- Nuril Hidayah. 2022. “Membangun Budaya Kolaborasi Digital Melalui Fandom: Kasus Indonesian

Dears with Love.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(2):141–50. doi: 10.29313/jrjmd.v2i2.1370.

Reziana, Eriza, and Alex Sobur. 2023. “Praktik Jurnalisme Lingkungan Dalam Pemberitaan Pembangunan Bendungan Bener, Desa Wadas, Kabupaten Purworejo Jawa Tengah.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):39–44.

Romli, Asep Syamsul M. 2014. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Slamet, Muhamad Rifqi, and Tia Muthiah Umar. 2023. “Persepsi Mahasiswa Bandung Pada Konten Podcast Deddy Corbuzier.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):13–18.

Tesa Gita Rinanda, and Fatmawati Moekahar. 2022. “Remaja Dan Literasi Media Sosial.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 2(2):71–76. doi: 10.29313/jrjmd.v2i2.1076.