

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KRTIK KARTU KUKNING TERHADAP  
JOKOWI DI MEDIA ONLINE KOMPASCOM DAN DETIK.COM TAHUN 2018**

**NASKAH PUBLIKASI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

MOHAMAD ALFATH PRASASTIAWAN

20140530044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

Kepentingan pemilik media dapat mempengaruhi ruang redaksi (newsroom) dalam memberitakan suatu isu, karenanya framing dalam suatu pemberitaan dapat terjadi. Kritik kartu kuning yang dilakukan oleh Zaadit Taqwa ketua Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Indonesia terhadap Presiden Jokowi yang terjadi pada februari 2018 di acara Dies natalis UI ke-68 contohnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara media online Kompas.com dan Detik.com dalam melakukan framing terhadap isu tersebut. Penulis memperoleh data dengan menyeleksi berita-berita dari situs Kompas.com dan Detik.com. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan perangkat Framing model Robert N Entman. Terhadap pemberitaan tersebut peneliti berhasil menemukan hasil penelitian bahwa adanya perbedaan dalam cara kedua media online tersebut melakukan framing terhadap isu ini, hal itu terletak dalam perbedaan cara kedua media tersebut dalam melakukan penonjolan isu, dimana Jakob oetama dengan kompas.com melakukan frame dengan *jurnalisme kepiting* dalam arti menganggap isu ini biasa saja tidak perlu diperdebatkan namun tetap menyampaikan kritik terselubung untuk pemerintahan Jokowi melalui pesan kritik yang disampaikan oleh Zaadit. Sedangkan Chairul Tanjung dengan Detik.com mengeksplorasi isu ini dan menjadi kontroversi di masyarakat dan mengoptimalkan pemberitaan isu ini membuat masyarakat terlibat dalam memperdebatkan tindakan Zaadit melalui frame bahwa tindakan Zaadit tidak sopan dan patut diperdebatkan dalam cara Zaadit melakukan kritik terhadap Jokowi. Perbedaan terjadi karena adanya pengaruh dari hierarki dalam kedua media tersebut.

**Kata Kunci : Framing Jokowi, Kritik Kartu Kuning, Kompas.com, Detik.com**

## ABSTRACT

*The Concern of media owners can influence the newsroom in preaching an issue, therefore framing in a making news can occur. Kritik Kartu Kuning was done by Zaadit Taqwa as the chairman of the University of Indonesia student Executive Board aimed to President Joko Widodo, which took place in February 2018 in the Dies Natalis UI 68. This research aims to analyse the way online media Kompas.com and Detik.com in framing the issue. Authors obtain data by selecting News from the Kompas.com and Detik.com sites. Researchers use descriptive qualitative research methods with the device Framing model Robert N Entman. For the preaching of the researchers managed to find the results that there is a difference in the way both online media framing the issue, it lies in the difference in the way the two media in performing the protrusion Issue, where Jakob Aditya with kompas.com to do frames with Jurnalisme Kepiting in the sense of assuming this issue is not necessarily disputed but still convey a covert criticism to the government of the Delivered by Zaadit. While Chairul Tanjung with Detik.com exploiting this issue has become a controversial in the community, Detik.com optimizing this issue also make the community involved in the debate the action of Zaadit through the frame that Zaadit act is not polite and should In the way Zaadit criticised the critics. The difference occurs because of the influence of the hierarchy in both media.*

**Key Words :Jokowi's Framing, Kartu Kuning Critic, Kompas.com, Detik.com**

## PENDAHULUAN

Manusia dalam menjalani kehidupan tidak akan bisa lepas dari komunikasi, seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Arus informasi meluas ke seluruh dunia, globalisasi informasi dan media massa pun menciptakan keseragaman pemberitaan maupun preferensi acara liputan yang akhirnya menjadi santapan jiwa yang dapat mempengaruhi wawasan, pola pikir serta ideologi manusia, sehingga informasi menjadi senjata yang sangat kuat untuk memperoleh kekuasaan dengan taktik menggiring ideologi manusia melalui pemberitaan dalam media komunikasi massa antara lain media cetak, media elektronik, dan media *online*. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas (Bungin, 2006, p. 71)

Media memainkan peran penting dalam kehidupan public saat ini. Bahkan secara etimologis kata media memiliki makna *locus publicus* (sebuah ranah public). Akan tetapi, seperti yang mungkin juga terjadi di negara-negara lain, media di Indonesia tampak semakin digerakan oleh motif keuntungan hal ini didasari oleh

konglomerasi media yang terjadi di Indonesia para pemilik media.

Pemusatan yang terjadi di industri media terjadi sebagai konsekuensi yang tak terhindarkan dari kepentingan modal yang mendorong perkembangan industri media di Indonesia. Oligopoli media yang terjadi saat ini tentu membahayakan hak warga Negara akan informasi, karena industri media sudah berorientasi keuntungan dan perusahaan-perusahaan media telah mewakili gambaran bisnis yang menguntungkan yang dapat dibentuk oleh kepentingan pemilik media oleh karena itu bisnis media menjadi senjata yang ampuh bagi mereka yang ingin mencari kekuasaan. Hal ini menjadi semakin kuat terutama pada kasus sejumlah pemilik media yang juga terafiliasi dengan dunia politik. Aburizal Bakrie, Ketua Umum Partai Golkar yang juga pemilik Viva Group dan Surya Paloh, pendiri partai politik Nasdem yang juga pemilik Media Group, adalah dua contoh nyata atas tren ini.

Hingga saat ini sudah banyak kasus media nakal yang terjadi isu politik kerap menjadi santapan media-media, perkawinan antara politik dan media seperti sudah mendarah daging dalam dunia jurnalisme Indonesia. Media yang seharusnya memberitakan informasi yang berimbang (*cover bothsides*) namun dalam realitasnya media kerap melakukan pembingkaihan (*framing*) dalam menyajikan berita sehingga terlihat memiliki keberpihakan pada salah satu pihak yang tentu lebih menguntungkan media beserta pelaku media tertentu.

Ada kejadian yang menarik perhatian penulis, kejadian ini ramai dibicarakan di media sosial dan banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia. Presiden RI Joko Widodo menghadiri Dies natalis ke-68 Universitas Indonesia. Saat acara berlangsung, seorang mahasiswa UI berdiri dan mengacungkan kertas sebesar map berwarna kuning ke arah Presiden. Aksi kritik tersebut dilakukan oleh ketua Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Indonesia

(BEM UI) Zaadit Taqwa yang menggelar aksi tersebut sebagai cara untuk menyampaikan sebuah kritik dengan menggunakan simbol kartu berwarna kuning sebagai peringatan untuk Presiden Jokowi bahwa masih banyak program dan janji Presiden yang belum terlaksana, namun sayang aksi ini berujung ribut dan di Zaadit pun di halau Paspampres

Kejadian kritik kartu kuning tersebut banyak disaksikan oleh media-media massa dan tentu mereka memiliki keberpihakan terkait politik, ada 2 media yang mendukung pemerintahan presiden Jokowi pada saat itu, yaitu media *online* [www.Kompas.com](http://www.Kompas.com) Kompas Gramedia Group yang dimiliki oleh Jacob Oetama dan [www.Detik.com](http://www.Detik.com) Trans Corpora milik Chairul Tanjung secara bersama-sama menyebarluaskan peristiwa ini, dua aktor tersebut ikut memuat berita kritik kartu kuning Jokowi di media yang mereka miliki. Tentunya, kedua media tersebut menkonstruksi berita dengan caranya

masing-masing. konstruksi berita yang dilakukan oleh media tersebut salah satunya dengan melakukan pembingkai atau framing. Hal ini dapat ditinjau dari kedua media tersebut pernah memiliki kecenderungan berpihak pada Jokowi sebagaimana kepemilikan kedua media tersebut dimana kedua pemilik media tersebut sejak pemilu Presiden tahun 2014 kedua media tersebut ikut berperan dalam mendongkrak citra serta popularitas Jokowi di media untuk memenangkan pemilu tersebut. Adapun penelitian terdahulu terkait Framing yaitu berupa jurnal oleh Regia Fiorentina, Dr. Mayasari, S.S., M.Hum dan Fajar Hariyanto, S.I.Ikom., M.I.Kom yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan “REUNI AKBAR 212” Analisis Framing Model Robert N Entman Media Online Kompas.com dengan Republika.co.id tahun 2017. Berbeda dengan penelitian terdahulu tersebut, dalam penelitian ini penulis mencari perbedaan frame suatu isu tergantung objek dan isu juga kepentingan yang dimiliki objek penelitian, dimana dalam penelitian ini

Kompas.com dan Detik.com dengan isu kritik kartu kuning terhadap presiden Jokowi.

Dari penjelasan tersebut maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana cara kedua media online Kompas.com dan Detik.com melakukan framing terhadap isu kritik kartu kuning yang dilakukan oleh Zaadit.

## **KAJIAN TEORI**

### **1. POLITIK PEMBERITAAN**

(Sudibyo, 2001) menyebutkan produksi teks media dipusatkan pada proses pembentukan berita (*newsroom*). Newsroom tidak dipandang sebagai ruang yang hampa melainkan proses pembentukan berita sebaliknya adalah proses yang rumit dan banyak faktor yang berpotensi untuk mempengaruhinya, dikarenakan banyak kepentingan dan pengaruh yang dapat mengintervensi media, sehingga akan terjadi pertarungan dalam memaknai realitas dalam presentasi media (Sudibyo, 2001, p. 7). Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna (Hamad, 2004, p. 11). Realitas yang ditampilkan media tidak dipahami sebagai seperangkat fakta, tetapi hasil dari

pandangan tertentu dari pembentukan realitas (Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar analisis Teks Media, 2001, p. 29). Media memegang peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Walter Lippman menyebutkan fungsi media sebagai pembentuk makna di mana interpretasi media massa akan berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka (Ruben, 1992, p. 14), ia menyadari bahwa fungsi media dalam membentuk suatu realitas sangat berpengaruh terhadap khalayak (Lippman, 1998, pp. 3-28). Harus dipahami bahwa suatu peristiwa adalah suatu realitas, menurut Tuchman berita pada dasarnya adalah realitas yang telah dikonstruksikan (Sudibyo, 2001, p. 65). Berita memberikan konsep terhadap suatu realitas, karenanya berita melihat realitas sebagai hasil konstruksi manusia (Hartley, 1982, p. 12).

Menurut teori hierarki pengaruh isi media yang diperkenalkan oleh Shoemaker dan Stephen D. Reese. Yang juga menjeaskan tentang pengaruh terhadap isi dari suatu pemberitaan media oleh pengaruh internal dan eksternal, teks media dipengaruhi oleh beberapa level pengaruh isi media. Yaitu mulai dari yang terkecil pada level individu pelaku media, praktik rutinitas, oorganisaasi media, institusi sosial, hingga yang terkahir, sistem soal. Masing

masing lingkaran tersebut menurut Shoemaker dan Reese memiliki karakter yang berbeda namu keseluruhanya membentuk system yang tak dipisahkan satu sama lain. Menurut (Shoemaker & Reese, 2014) Yang disajikan oleh media, pada dasarnya merupakan akumulasi dari beragam pengaruh, Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, meringkas dan mengidentifikasi 5 faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan serta kebijakan redaksi, *pertama* individu, *kedua*,rutinitas media, *ketiga* Organisasi Media, *keempat* institusi media, *kelima* system social.

## 2. PENGARUH IDEOLOGI DALAM PEMBERITAAN

Meurut gambaran marx, ideology merupakan sarana yang digunakan ide-ide kelas yang berkuasa sehingga bisa diterima oleh keseluruhan masyarakat sebagai suatu yang alami dan wajar. Ideologi ini menjaga masyarakat berada dalam kesadaran palsu, kesadaran manusia tentang siapa dirinya, bagaiman mereka berelasi dengan bagian llain dari masyarakat, dan pengertian kita tentang pengalaman sosial dihasilkan oleh masyarakat dan lingkungan tempat kita dilahirkan (Fiske, 1990, p. 239).

Sementara itu Shoemaker dan rese melihat ideology sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi isi media. Ideologi diartikan sebagai suatu mekanisme simbolik yang berperan sebagai kekuatan pengikat dalam masyarakat. Tingkat ideology menekankan

pada kepentingan siapakah seluruh rutinitas dan organisasi media itu bekerja (Shoemaker & Reese, 2014, p. 223). Hal ini tidak dapat lepas dari unsur nilai, kepentingan dan kekuatan atau kekuasaan apa yang ada dalam suatu media, kekuasaan tersebut berusaha dijalankan dan disebarkan melalui media sehingga media tidak dapat lagi bersifat netral dan berpihak. Media bukanlah ranah netral di mana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapatkan perlakuan yang sama dan seimbang (Sudibyo, 2001, p. 55), dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa media digunakan sebagai senjata oleh kelompok pemegang kekuasaan dan kekuatan dalam masyarakat.

### **3. PERAN MEDIA DALAM PEMERINTAHAN**

Secara umum, Media atau pers nasional sesuai dengan Undang-undang Nomor 40 tahun 1999, memiliki fungsi memberi informasi, mendidik, menghibur, dan melakukan kritik sosial. Pers nasional berperan mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar. Disamping itu, media diharapkan dapat memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui. Media juga idealnya harus memperjuangkan keadilan dan kebenaran, menegakan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan HAM (hak asasi manusia), serta menghormati kebhinekaan. Bahkan sebagai pilar keempat untuk menompang kehidupan demokrasi, media mesti memiliki hak *privilese* tertentu, yaitu hak kritik, hak control, dan hak koreksi. Juga, hak khusus bersyarat yang memungkinkan media bersifat transparan dalam pemberitaanya.

Dengan berbagai cara tersebut media dapat menjadi penjaga, pemantau dan pengontrol terhadap jalanya pemerintahan atau mendorong terciptanya pemerintahan yang baik dan bersih dan pelaksanaan demokrasi (Muis, 2000, p. 56).

### **4. PROBLEM KREDIBILITAS DALAM JURNALISME ONLINE**

Internet memberikan pengaruh yang besar pada peningkatan jumlah portal berita *online*, khususnya bagi mereka yang menggunakan ponsel yang memiliki koneksi internet atau *smartphone*, demikian juga profesi sebagai jurnalis *online* menjadi semakin populer. Namun dikatakan dalam (Nugroho, Putri, & Laksmi, Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia, 2013) kecepatan dan perkembangan berita yang *real-time* selalu menjadi prioritas di *media online*. Berita tidak lagi diukur dengan kualitas konten, namun dihadirkan dengan kecepatan dan informasi langsung, hal ini membuat pola penyampaian dan penerimaan pesan berubah, keberadaan informasi yang disajikan melalui internet dapat menjadi sebuah hal yang dapat menimbulkan



keraguan akan kredibilitas dari informasi yang hadir dalam internet, Teknologi komunikasi yang baru telah mematahkan kesakralan dari jurnalisme (Moretzsohn, 2006). Sementara reliabilitas dan kredibilitas juga punya kriteria-kriteria lain seperti tingkat konsistensinya dalam fungsi sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, sehingga sebuah validitas, reliabilitas dan kredibilitas bisa menjadi sesuatu yang memiliki parameter namun harus tetap dibuktikan berdasarkan observasi lebih lanjut yang dilakukan oleh pengguna media (Penrod, 2005), namun sayang hal ini kerap diabaikan oleh pelaku media online khususnya jurnalis karena berlomba dengan kecepatan selain itu sebuah berita juga memiliki persyaratan dan kriteria lain untuk bisa lolos dan mendapat pengakuan akan kebenarannya (Pavlik, 2001).

Para jurnalis pun sebenarnya ada dibawah tekanan dalam bekerja untuk kepentingann media akhirnya para jurnalis menjadi lemah, pekerjaan jurnalis sebagai sebuah Komitmen menjadi semu akibatnya

mereka lebih peduli pada jurnalis sebagai sebuah pekerjaan, dari pada jurnalis sebagai sebuah Komitmen yang berperan penting mewakili publik. Situasi industri media yang tumbuh sebagai institusi yang berbasis keuntungan, maka dari itu kepentingan publik sepertinya hanya menjadi ruang kecil saja dalam media. Hal ini menunjukkan adanya tekanan antara komitmen sebagai seorang jurnalis dan pekerjaan sebagai seorang pegawai, tekanan tersebut akan selalu ada, karena mengabaikan salah satu dari dua hal tersebut merupakan suatu hal yang tidak mungkin (Nugroho, Putri, & Laksmi, 2013, p. 69).

## **METODE PENELITIAN**

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis *framing*. Dalam hal ini, analisis framing dirasa mampu untuk membongkar bagaimana Kompas dan Detik melakukan proses pembingkaiian berita kritik kartu kuning terhadap Presiden Jokowi oleh Zaadit.

Menggunakan analisa yang dikembangkan oleh Robert N Entman.

Pada mode ini, Entman menjelaskan *framing* adalah proses seleksi isu dan penonjolan pada aspek tertentu yang membuat berita menjadi lebih bermakna, menarik, dan lebih diingat khalayak. Realitas ditayangkan secara lebih menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih besar diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002, p. 222). Prangkat frame Entman yang dapat menggambarkan proses seleksi isu dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media dirasa dapat menghasilkan penelitian yang memberi gambaran mengenai isu dan aspek apa yang ditonjolkan oleh kedua media terkait isu tersebut (Sobur, 2009). Berita yang sudah diseleksi kemudian diinterpretasi sesuai dengan hasil analisis menggunakan 4 teknik model Robert N. Entman *Define Problems, Diagnose Cause, Make Moral Judgement, dan Treatment Recommendation*. Untuk selanjutnya diberi kesimpulan konteks berita serta *frame* dari kedua media. Pembahasan mengenai konteks berita merupakan hasil dari interpretasi antara

temuan penelitian dengan literatur yang digunakan.

## PEMBAHASAN

Terhitung ada 29 berita pada situs Kompas.com yang berkaitan dengan konstruksi kritik kartu kuning terhadap Jokowi yang dilakukan oleh Zaadit, dari 29 berita tersebut melalui hasil reduksi data (memilah data yang sesuai, penguraian data, penarikan simpulan) (Sugiyono, 2010) ada 3 frame yang di tonjolkan oleh kompas yaitu yaitu *pertama* Kritik Yang dilakukan Oleh Zaadit Terhadap Presiden Republik Indonesia Joko Widodo merupakan sebuah hal yang keliru, *Kedua* Sebelum Mengkritik Kinerja Jokowi, Zaadit Harus Lihat Kondisi di Asmat *Ketiga* Tindakan Zaadit dengan mengacungkan Kartu Kuning kepada presiden Joko Widodo tidak sopan dan menjadi perdebatan. Dari 29 pemberitaan yang dilakukan oleh Kompas.com Berikut ada 12 berita yang menonjolkan isu-isu tersebut

Sedangkan Terhitung ada 47 berita pada situs Detik.com yang berkaitan dengan konstruksi kritik kartu kuning terhadap Jokowi yang dilakukan oleh Zaadit, dari 47 berita tersebut tersebut melalui hasil reduksi data (memilah data yang sesuai, penguraian data, penarikan simpulan) (Sugiyono, 2010) ada 4 frame yang yang di tonjolkan oleh Detik.com yaitu *pertama* Kritik Yang dilakukan Oleh Zaadit Terhadap Presiden Republik Indonesia Joko Widodo merupakan sebuah hal yang keliru, *kedua* Kritik Yang Dilakukan Oleh Zaadit terhadap Presiden Republik Indonesia Joko Widodo merupakan Pesanan. *Ketiga* Menanggapi Tindakan Zaadit Jokowi Akan Kirim BEM UI ke Asmat *Keempat* Tindakan Zaadit dengan mengacungkan Kartu Kuning kepada presiden Joko Widodo tidak sopan dan menjadi perdebatan. Berikut ada 18 berita yang menonjolkan isu-isu tersebut.

**Analisis perbandingan framing pemberitaan aksi kartu kuning terhadap Jokowi oleh ketua BEM UI Zaadit Taqwapada Kompas.com dan Detik.com**

Terdapatnya perbedaan dalam cara Kompas.com dan Detik.com melakukan framing terhadap isu ini membuktikan bahwa adanya kepentingan dari media juga hierarki dalam media yang mempengaruhi Isi Pemberitaan. Hal ini sesuai dengan Sudiby (2011) Newsroom tidak dipandang sebagai ruang yang hampa melainkan proses pembentukan berita adalah proses yang rumit, banyak factor yang berpotensi untuk mempengaruhi, adanya kepentingan dan pengaruh yang dapat mengintervensi media, sehingga akan terjadi pemaknaan realitas dalam presentasi media. Perbedaan cara framing Kompas.com dan Detik.com dalam memberitakan isu adalah pengaruh dari internal maupun external media (Sudiby, 2001).

Perbedaan yang paling utama dapat dilihat dari pengaruh Ideologi serta rutinitas organisasi media yang dimiliki oleh Kompas.com dengan kepemilikan Jacob Oetama dengan background seorang jurnalis sejak sebelum orde baru dan Detik.com dengan kepemilikan Chairul

Tanjung dengan background seorang pengusaha, sesuai dengan (Shoemaker & Reese, 2014) bahwa hierarki media mempengaruhi isi pemberitaan. Dalam memberitakan isu Kritik Kartu kuning oleh Zaadit Taqwa kepada Jokowi, Kompas.com dengan jurnalisme kepingnya berhati-hati dan ingin isu ini reda dengan melakukan frame yang membuat masyarakat berfikir bahwa tindakan Zaadit ini hal yang biasa dan tidak perlu dibesar-besarkan namun tetap memiliki kritik terselubung bahwa pemerintahan Jokowi harus tetap memerhatikan kritik yang disampaikan oleh Zaadit hal tersebut dibicu oleh kepentingan serta ideology Jacob oetama yang dari dulu mempraktekan jurnalisme keping dengan kehati-hatianya Kompas bisa tetap jaya hingga sekarang dan hal tersebut menjadi rutinitas media organisasi Kompas. Sedangkan Detik.com menjadikan isu ini sebagai bahan perdebatan di media sosial sangat cocok dengan Chairul Tanjung yang merupakan seorang pengusaha, dimana Detik.com mengoptimalkan isu ini dengan

menggorengnya hingga matang di media melalui pemberitaan yang lebih banyak dari pada kompas.com, detik justru menarik perhatian dengan melibatkan masyarakat detik berusaha membuat kegemparan melalui frame terkait isu ini untuk menimbulkan keramaian di dunia maya sehingga masyarakat lebih memperhatikan tindakan Zaadit bukan memahami isi kritik yang sebenarnya Zaadit sampaikan kepada pemerintahan Jokowi, hal ini sesuai dengan pernyataan (Sobur, 2009) bahwa dalam pemikiran kritis, kata-kata yang diproduksi oleh media memiliki pemaknaan tertentu, dimana makna-makna tersebut bertujuan untuk mewakili sikap media terhadap suatu isu. Pada akhirnya kedua media tersebut sama-sama berfokus pada cara Zaadit menyampaikan kritik bukan terhadap isi kritik yang ingin disampaikan Zaadit. Seperti yang disebutkan oleh sudibyo masing-masing komponen dalam organisasi media bisa mempunyai kepentingan sendiri-sendiri (Sudibyo, 2001, p. 9).

## **KESIMPULAN**

Pada media *online* Kompas.com penulis menemukan 29 judul berita dan 47 judul berita pada Detik.com yang memuat isu Aksi Kartu Kuning oleh Zaadit Taqwa Terhadap Jokowi. Perbedaan cara melakukan *framing* dikarenakan pengaruh dari hierarki isi politik pemberitaan yang dilakukan oleh kedua media, Kompas.com yang dikelola olehh Jakob Oetama, sedari dulu selalu berkomitmen untuk mempraktikan jurnalisme kepingnya hal itu pun terjadi dalam pemberitaan Aksi Kartu Kuning Zaadit Terhadap Jokowi ini, dimana Kompas hati-hati dalam membahas lebih lanjut atau membesar-besarkan isu tersebut. Banyak dari berita yang diproduksi oleh kompas.com yang menekankan bahwa tindakan Zaadit biasa saja dan tidak perlu dilebih-lebihkan bahkan *problem* tersebut hanya dilihat sebagai bentuk *kegalauan* mahasiswa saja. Kompas memang menilai tindakan zaadit kurang pantas namun kompas juga meminta supaya isu ini tidak dilebih-lebihkan, disamping itu walau jelas kompas melihat tindakan ini biasa saja namun tetap

menyematkan pesan sejatinya pemerintahan era Presiden Joko Widodo harus tetap memperhatikan kritik dari Zaadit itu sendiri yang berisi soal kasus gizi buruk di Asmat, Papua, yang sudah menelan banyak korban jiwa, Nyatanya isi Kritik itu sendiri yang sebenarnya pesan sebenarnya yang diharapkan menimbulkan perubahan jarang dibahas secara mendalam oleh kompas. Pada akhirnya penekanan isu yang paling ditonjolkan oleh kompas adalah untuk menganggap hal ini biasa saja dan tidak perlu dilebih-lebihkan.

Sementara rekasi yang di tunjukan oleh Detik.com memang mencerminkan Detik.com memang milik seorang dengan *background businessman* yaitu Chairul Tanjung. Layaknya suatu produk isu Aksi Zaadit memberi Kartu Kuning Terhadap Jokowi dalam pemberitaanya Detik.com benar-benar menggoreng isu tersebut hingga matang, dengan memaksimalkan isu yang ditonjolkan dengan melibatkan masyarakat untuk secara aktif memberikan penilaian

terhadap aksi Zaadit tersebut melalui suatu forum. Disaat Kompas.com ingin meredam isu ini, sebaliknya Detik.com malah membakar isu ini membuat kegemparan. Melalui pemberitaan Detik.com sendiri dari isu-isu yang di tonjolkan, Detik.com menyikapi tindakan Zaadit sebagai hal yang patut diperdebatkan, dan mengenai pesan sebenarnya yaitu kritik dari Kartu Kuning tidak di fokuskan oleh Detik.com seolah-olah masyarakat harus berfokus kepada Zaadit menyampaikan hal tersebut kepada Jokowi bukan apa yang harus dilakukan, solusi apa yang harus ditemukan atas permasalahan yang ada pada Kritik yang disampaikan Zaadit.

Jakob Oetama dengan Kompas.com dan Chairul Tanjung dengan Detik.com pada akhirnya sama-sama melakukan framing dengan berfokus pada tindakan Kartu Kuning Zaadit bukan kepada isi pesan kritik yang sebenarnya ingin disampaikan Zaadit bagi pemerintahan Jokowi dan bagi Indonesia, kedua media tersebut berfokus

kepada tindakan Zaadit dengan cara yang berbeda, Jika Kompas.com dengan jurnalisme kepingnya berhati-hati dan menganggap tindakan Zaadit biasa saja tidak perlu dilebih-lebihkan maka Detik.com menjadikan Tindakan Zaadit sebagai pusat pembicaraan yang diperdebatkan dengan melibatkan masyarakat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Allan, s. (2006). *Online News: Journalism and the Internet*. London: Open University Press McGraw-Hill Education.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2000). *Media/Society*. Pine Forge press.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Eriyanto. (2002). *analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis Printing Cemerlang.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing : Konstruksi Ideologi Dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis.

- iske, J. (1990). *Cultural and Communication: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas politik dalam Media Massaa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Hartley, J. (1982). *Understanding News*. Routledge.
- Irwanto. (2016). Pembingkaian Detik.com Pada Pemberitaan Prostitusi Artis. *Jurnal Komunikasi, Volume VII 2, September*.
- Keller, A. (2009). *Tantangan Dari Dalam Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional: Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika*. Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung (FES) Indonesia Office.
- Kristiawan. (2014). *Penumpang Gelap Demokrasi*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Lippman, W. (1998). *Opini Umum (terjemahan)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- M.Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Margianto, J. h., & Syaefullah, A. (2014, februari 23). *Media Online: pembaca, Laba, dan Etika*. Jakarta: AJI INDONESIA.
- Moretzsohn, s. (2006). *"Citizen Journalism" and tge Myth of Redemptive Technology*.
- Muis, A. (2000). *Titian Jalan Demokrasi: Peranan Kebebasan Pers untuk Budaya Komunikasi Politik*. Jakarta: Kompas.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2013). Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia. *Centre for Innovation policy and Governance (CIPG), jakarta dan HIVOS Asia Tenggara*.
- Nugroho, Y., Siregar, & Laksmi. (2012). *Mapping Media Policy in Indonesia. Report. Engaging Media, Empowering Society: Assessing media policy and governance in Indonesia through the lens of citizens' rights*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance. HIVOS Regional Office Southeast Asia, Ford Foundation Indonesia.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Penrod, D. (2005). *Composition in Convergence: The impact of new Media on Writing Assesment*. New Jersey: Routledge.
- Rakhmaputri W, R. (2014). Analisis Framing pemberitaan Mengenai Ujian Nasional 2013 di Harian Kompas. *Jurusan Ilmu komunikasi FISIP Universitas Diponegoro*.
- Ruben, B. D. (1992). *Communication and Human Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sarmiento Gaio, A. M., Mondry, & Diahloka, C. (2015). Analisis Framing Robert Entman Pada

Pemberitaan Konflik KPK VS  
POLRI di Vivanews.co.id dan  
Detiknews.com. *JISIP: Jurnal Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik*.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014).  
*Mediating the Message in the 21st  
Century: A Media Sociologu  
Perspective*. New York: Routledge.

Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*.  
Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sudibyo, A. (2001). *Politik Media dan  
Pertarungan Wacana*. Yogyakarta:  
PT LKiS Pelangi Aksara.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*.  
Bandung: Alfabeta.

T Hill, D. (2011). *Pers di Masa Orde Baru*.  
Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor.

Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting  
Media Massa*. Jakarta: RajaGrafindo  
Persada.



