

Media Online dan Konstruksi Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden 2019

Latif Fianto^{1*}, Tony S Soekrani², Redi Panuju³

¹Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

^{2,3}Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo

*Email Korespondensi: latiffianto@unitri.ac.id

Abstract: *The declaration of victory for the presidential and vice presidential candidates Prabowo Subianto-Sandiaga Uno before the KPU centrally counted and officially announced the vote acquisition became interesting material to be constructed into the news.. However, the result of news construction carried out by the media differ from one another. The type of research used is descriptive qualitative with a framing approach to the Robert N. Entman model. The results show that Kompas.com defines Prabowo Subianto-Sandiaga Uno's declaration of victory as a unilateral victory claim with an estimated source of trouble (causal interpretation) of the results of the BPN internal vote count and evidence of fraudulent efforts in various regions. From a moral evaluation point of view, this is an inappropriate decision. The Prabowo-Sandiaga pair need to wait for the official results from the KPU and have legally protested to the court although in the end they could not change the result of the winner of the 2019 Presidential Election. Meanwhile, Cnnindonesia.com sees (problem identification) the incident as a morality problem with an estimate of the source of the problem. (causal interpretation) which is the same as Kompas.com. From a moral evaluation point of view, the Prabowo-Sandiaga camp does not believe in the 2019 Presidential Election voting process. Therefore, the recommended solution is to wait for the KPU's official results and file a procedural lawsuit regarding evidence of fraud. The direction of framing that was built by both Kompas.com and Cnnindonesia.com both directed the event to an unwise decision.*

Keywords: *Framing, New Media, 2019 Presidential Election, News of the Prabowo-Sandiaga Victory Declaration.*

Abstrak: Deklarasi kemenangan pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebelum KPU secara terpusat menghitung dan mengumumkan perolehan suara menjadi bahan yang menarik untuk dikonstruksi ke dalam berita. Namun demikian, hasil konstruksi berita yang dilakukan oleh media berbeda satu sama lain. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan *framing* model Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com mendefinisikan deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai klaim kemenangan sepihak dengan perkiraan sumber masalah (*causal interpretation*) hasil penghitungan suara pihak internal BPN dan ditemukannya bukti usaha kecurangan di berbagai daerah. Dari sisi *moral evaluation*, hal tersebut merupakan keputusan yang kurang tepat. Pasangan Prabowo-Sandiaga perlu menunggu hasil resmi dari KPU dan telah melakukan protes secara hukum ke pengadilan meski pada akhirnya tidak bisa merubah hasil pemenang Pemilu Presiden 2019. Sementara itu, Cnnindonesia.com melihat (*problem identification*) peristiwa tersebut sebagai permasalahan moralitas dengan perkiraan sumber masalah (*causal interpretation*) yang sama dengan Kompas.com. Dari sisi *moral evaluation*, kubu Prabowo-Sandiaga tidak percaya pada proses pelaksanaan pemungutan suara Pemilu Presiden 2019. Oleh sebab itu, penyelesaian yang direkomendasikan adalah menunggu hasil resmi KPU dan melakukan gugatan prosedural terkait adanya bukti kecurangan. Arah *framing* yang dibangun baik Kompas.com maupun Cnnindonesia.com sama-sama mengarahkan peristiwa tersebut pada keputusan yang kurang bijaksana.

Kata kunci: Framing, New Media, Pilpres 2019, Berita Deklarasi Kemenangan Prabowo-Sandiaga.

PENDAHULUAN

Calon presiden nomor urut dua pada Pemilihan Presiden tahun 2019, Prabowo Subianto, mengklaim telah memenangkan Pemilu Presiden saat jumpa pers pada Rabu malam (17/04) atau beberapa jam setelah hasil hitung cepat (*quick count*) beberapa lembaga survei diumumkan. Klaim kemenangan didasarkan pada *exit poll*, *quick count*, dan *real count* internal Badan Pemenangan Nasional (BPN). Berdasarkan penghitungan tersebut, pasangan Prabowo-Sandiaga memperoleh sekitar 62 persen suara (Intan 2019).

Direktur Pencapresan Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Suhud Alynudin, sehari setelahnya (18/04) menyatakan bahwa klaim kemenangan yang dinyatakan Prabowo adalah usaha untuk mengimbangi pemberitaan di media massa yang menurutnya seolah menggiring opini publik bahwa pasangan Jokowi-Ma'ruf lah pemenang Pilpres 2019. Suhud Alynudin memandang tindakan kubu 02 sebagai penyeimbang informasi dari televisi yang seakan-akan ingin menggiring opini bahwa kubu 01 sudah memenangi Pilpres (Ho 2109).

Sementara itu, meskipun hasil *quick count* sejumlah lembaga survei menempatkan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang dengan selisih 8 hingga 10 persen di atas pasangan Prabowo-Sandiaga, pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 01 tidak melakukan selebrasi. Jokowi hanya diberitakan seolah-olah berada dalam kondisi riang dan gembira ketika pergi ke TPS untuk mencoblos setelah sebelumnya, di pagi hari, bermain bersama cucunya, Sedah Mirah.

Wakil Ketua Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf Amin, Moeldoko, menyatakan pihaknya bersabar menunggu penghitungan KPU yang baru akan diumumkan pada 20 Mei (Fra & Ugo 2019). Ketua DPP Partai Golkar, Ace Hasan Syadzily, juga mengatakan, semua pihak sebaiknya mencontoh apa yang dilakukan calon presiden Joko Widodo, yang tetap meminta masyarakat bersabar menunggu pengumuman resmi dari KPU (Hakim 2019). Dalam keterangan berbeda, deklarasi kemenangan yang dilakukan Prabowo berkali-kali oleh Direktur Komunikasi Politik TKN Jokowi-Ma'ruf, Usman Kansong, dianggap sebagai ketidakpercayaan diri kubu 02 (Carina 2019).

Narasi deklarasi kemenangan pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno muncul ke permukaan, digiring ke tengah-tengah publik oleh berbagai media, terutama media-media konvensional yang berafiliasi dengannya. Media menganggap realitas tersebut sebagai lahan seksi yang harus digarap dan dimunculkan sehingga aspek kontroversi dan kehangatannya terjaga. Kemampuan media dalam meliput secara kritis, komprehensif dan berimbang diyakini mampu menggiring opini publik ke dalam sebuah pengertian tertentu.

Peneliti Remotivi, Mohamad Heychael, menyatakan, di AS, dukungan media terhadap calon presiden dilandasi nilai dan gagasan yang membentuk identitas media. Di Indonesia, dukungan lahir karena kepentingan pemilik media, sehingga akan berakibat buruk pada demokrasi (Bhaskara 2018). Demi kepentingan-kepentingan tertentu, beberapa media bahkan rela mengeluarkan berita bohong (*hoax*), dan ini semakin memupuk stigmasi-stigmasi buruk yang sebelumnya telah terbentuk. Dalam sebuah forum *Indonesia Lawyers Club* (ILC) di TV One (17 Januari 2017), Peneliti Perhimpunan Pendidikan Demokrasi, Rocky Gerung mengungkapkan, pembuat *hoax* terbaik adalah penguasa, karena mereka memiliki seluruh peralatan untuk berbohong. Intelijen dia punya, data statistik punya, media punya.

Fenomena munculnya banyak *hoax* juga tidak bisa dilepaskan dari mulai munculnya banyak media baru (*new media*) dan hal ini tidak bisa dilepaskan dari peran besar kehadiran internet. Penggunaan istilah *New Media* mengacu pada perkembangan teknologi yang semakin canggih dan heterogen. Dalam pandangan McQuail (2011, h. 43) *New Media* merupakan perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, di mana selain baru juga dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Media baru adalah produk perkembangan teknologi digital. Walau demikian, media baru tidak berarti sera merta adalah media digital. Menurut Immawan Adit Hananta, video, teks, gambar, dan grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk *byte* hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam media baru (*new media*), selain ciri interaktif dan intertekstual (Hananta 2012).

Dijelaskan Jan Van Dijk, media baru dengan sangat tegas ditandai oleh adanya fitur-fitur seperti konvergensi, interaktivitas, dan penggunaan kode digital, menggabungkan model komunikasi baru. Jan Van Dijk menjelaskan, *‘the new media are defined by all three characteristics simultaneously: they are media which are both integrated and interactive and also use digital code at the turn of the 20th and 21st centuries. It follows that their most common alternative names are multimedia, interactive media and digital media. Using this definition it is easy to identify media as old or new’* (Santos & Peixinho 2016, vol. 6, hh 774-790). Artinya, media baru didefinisikan dengan tiga karakteristik secara bersamaan, yaitu media yang terintegrasi, interaktif, dan juga menggunakan kode digital pada pergantian abad 20 dan 21.

Satu catatan penting dari kemunculan *New Media*, sebagaimana sudah disinggung di awal, adalah didukung penuh terutama oleh kehadiran teknologi internet. Fakta bahwa sebagian besar masyarakat di seluruh dunia hidup di bawah jaringan internet tidak bisa disangkal. Harris Poll menyebutkan, lebih dari 137 juta orang Amerika melaksanakan seluruh kegiatan mereka melalui dunia internet, dan pada tahun 1995, hanya 9% orang yang belum memanfaatkan internet. Tahun 2005-an pengguna internet diperkirakan lebih dari tiga jam per harinya (Schultz 2005, h. 135). Di Indonesia, berdasarkan hasil Polling Indonesia bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari total populasi 264 juta jiwa penduduk, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet (Pratomo 2019).

Ketergantungan masyarakat terhadap internet sangat tinggi dalam beberapa dekade belakangan, hingga Bill Gates, di dalam *Business @ Speed of Thought*, menggambarannya dengan apa yang disebut sebagai *the web lifestyle* atau gaya hidup internet. Gaya hidup ini menyebabkan perusahaan—bahkan manusia itu sendiri—membutuhkan syaraf digital, yaitu berlari secara cepat dan efisien, merespons secara cepat peluang dan keadaan darurat, mendapatkan secara kilat informasi berharga bagi orang-orang di dalam perusahaan yang memerlukannya, kemampuan untuk secara cepat membuat keputusan dan berinteraksi dengan pelanggan (*customer*) (Gates 2001, h. xxii).

Internet dan gaya hidup internet pada prinsipnya mengacu pada kecepatan dan efisiensi, sehingga diciptakanlah cara-cara yang dapat menunjang kecepatan dan efisiensi. Dalam bahasa Piliang (2011, h. 58), gaya hidup internet dicirikan dengan oleh inovasi-inovasi aplikasi dan perangkat lunak komputer yang sangat cepat. Kemajuan teknologi yang semakin canggih, didukung oleh penggunaan internet yang luar biasa banyak, menyebabkan munculnya istilah *‘New Media’*.

Penggunaan internet yang tinggi juga memunculkan istilah konvergensi. Istilah ini, pada tahun 1970, oleh Alan Stone digunakan untuk merujuk pada apa yang digambarkan sebagai ‘sebuah perkawinan yang dilangsungkan di surga’ antara komputer, juga pasangan dalam perkawinan-perkawinan yang lain, dan telekomunikasi (Briggs & Burke 2000, h. 326). Sejak adanya konvergensi media, yang disebut-sebut sebagai bersatunya industri media dengan telekomunikasi, media mengalami perkembangan dari segi bentuk. Mula-mula manusia mengenal dan mengkonsumsi media cetak, kemudian media elektronik, dan terakhir media *online*. Hadirnya media *online* lambat laun mematikan dua bentuk media yang telah hadir sebelumnya. Di negara berkembang seperti Afrika Selatan, kehadiran media *online* secara bertahap memusnahkan kehadiran media cetak, karena sejak awal kehadirannya internet telah menyebabkan konsumsi media tradisional terus menurun dan hal tersebut berpengaruh positif terhadap promosi berita dan jurnalisme *online* (Okoro & Nwafor 2013; Olusola, Ibrahim & Priscilla 2017).

Online Media (media *online* atau daring) merupakan eksekusi dari adanya konvergensi, di mana media tradisional melakukan kombinasi dengan dan ke dalam bentuk baru atau bersatunya industri

media dengan telekomunikasi. Dalam pengertian yang lebih gamblang, media *online* adalah media yang menggunakan komputer dan internet sebagai basis utama. Mengikuti pergeseran televisi siaran dan surat kabar ke internet, publik juga telah mengalihkan fokus mereka ke berita *online* (Olusola, Ibrahim & Priscilla 2017, vol. 51, h. 1).

Media *online* juga disebut sebagai media siber (*cybermedia*), media internet (*internet media*), dan (*new media*), diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Secara teknis atau fisik, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio *online*, TV *online*, dan email (Romli 2012, h. 30).

Media *online* pelan-pelan mampu menarik perhatian publik. Melalui ruang *cyber* publik dapat mengkonsumsi informasi apa saja dan setiap orang maupun kelompok memiliki kebebasan untuk menjadi produsen informasi dengan perspektif yang tidak dicakup media arus utama (Downing 2001, h. 46). Ada banyak macam situs berita di ruang *cyber* yang kemudian dikenal sebagai portal berita. Menurut Santana (2005, h. 133), secara umum portal berita diartikan sebagai situs atau halaman web yang berisi berbagai jenis berita.

Keberadaan portal berita di ruang *cyber* telah memicu lahirnya jurnalistik *online*, informasi atau berita yang disajikan dan didistribusikan melalui media internet. Cara ini memudahkan audiens mengonsumsi berbagai jenis informasi karena setiap informasi terhubung melalui *hyperlink*. *Hyperlink*, dikembangkan oleh Tim-Berners Lee, dapat menghubungkan file elektronik ke file elektronik lainnya, yang diakses hanya dengan mengklik tautan (Paxson 2010, h. 130).

Pavlik, sebagaimana dikutip Santana (2005, h. 97), menyebut jurnalisisme *online* sebagai *contextualized journalism*, dikarenakan kemampuannya dalam menggabungkan kemampuan multimedia digital, interaksi *online*, dan tata rupa fiturnya. Olusola, Ibrahim dan Priscilla (2017, vol. 51, h. 2) menjelaskan, '*The digital media (online journalism) is a modern method of journalism that uses the internet technology to disseminate editorial subjects, which differs from the traditional method of press where broadcasting is done via paper printing.*' (Media digital (jurnalisisme *online*) adalah metode jurnalisisme modern yang menggunakan teknologi internet untuk menyebarkan subjek editorial, yang berbeda dari metode pers tradisional di mana penyiaran dilakukan melalui media cetak).

Menurut Deuze (2003, vol. 5, hh. 211-213), jurnalisisme *online* dioperasikan berdasarkan tiga karakteristik. *Pertama*, Hiperteksualitas, yaitu situasi di mana situs penyiaran dapat menghubungkan lebih dari satu cerita secara bersama-sama melalui *hyperlink*. Pembaca terhubung ke setiap informasi yang disukai di situs yang sama, atau audiens diarahkan kembali ke situs lain yang menyediakan informasi relevan yang dibutuhkan. *Kedua*, *Multimediality*, yaitu kemahiran teknis melalui mana berita dapat disebarluaskan di berbagai bentuk seperti menjadi audio, teks, video dan grafik. *Ketiga*, Interaktivitas, yakni kemampuan pembaca konten *online* untuk merespons dan berinteraksi dengan isi berita yang disajikan. Dalam konteks ini, sebagai contoh, adalah bagian komentar *online* disediakan sebagai instrumen utama.

Media, apa pun bentuknya, secara mendasar sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang penuh dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam. Karenanya, Althusser dan Gramsci sepakat bahwa media massa memiliki keterkaitan dengan realitas sosial, yang mengakibatkan terjadinya bias media. Hasil dari bias media ini adalah bias struktural, yaitu bias yang terjadi pada seluruh struktur berita. Hal ini diperoleh melalui proses menyeleksi informasi dan

menjadikannya berita, sementara beberapa jenis informasi lainnya ditolak karena bukan berita (*not news*) (Hananta 2012).

Penyeleksian media dalam mengkonstruksi berita dapat dijelaskan menggunakan konsep framing, yang dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Hertog & McLeod mendefinisikan *framing* sebagai “*organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world*” (Quinsaat 2014, vol. 17, h. 577).

Menurut Entman (1993, vol. 43, h. 52), dalam *framing* terjadi proses seleksi dan penonjolan, karena “pada proses pembedaan terjadi seleksi sejumlah aspek untuk memahami realitas dan membuatnya lebih penting dalam mengkomunikasikan teks”. Dalam proses tersebut terdapat (1) *problem definition*, (2) *causal interpretation*, (3) *moral evaluation*, dan (4) *treatment recommendation*.

Ada dua aspek penting dalam *framing* menurut Entman (Eriyanto 2012, h. 186). *Pertama*, seleksi isu. Proses memilih fakta didasarkan pada asumsi. Wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Dalam memilih fakta ini selalu terkandung dua kemungkinan, yaitu apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*), bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak. Penekanan pada aspek tertentu dalam pemberitaan dilakukan dengan memilih aspek tertentu, memilih fakta tertentu, dan melupakan fakta yang lain, memberitakan aspek tertentu dan melupakan aspek lainnya.

Kedua, penonjolan aspek tertentu dari isu. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa, dan sebagainya. Fakta yang sudah dipilih ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu: penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan, atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang/peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, gambar dan sebagainya. Elemen menulis fakta berhubungan dengan penonjolan realitas (Eriyanto 2012, h. 187).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Tipe penelitian ini menekankan pada bagaimana seorang peneliti membuat sebuah interpretasi dari apa yang dilihat, didengar, dan dipahami serta bagaimana peneliti tidak bisa terpisahkan dari latar belakang, sejarah, konteks, dan pemahaman sebelumnya (Creswell 2009, h. 176).

Objek penelitian ini adalah teks berita deklarasi kemenangan pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dalam Pemilihan Presiden 2019 di Kompas.com dan Cnnindonesia.com tanggal 18 April 2019. Data kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis *framing* model Robert N. Entman, sebuah model *framing* yang didasarkan pada paradigma konstruksionis (konstruktivisme). Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi itu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Selain itu, dalam pandangan paradigma konstruksionis realitas bersifat subyektif, dalam arti dihadirkan oleh konsep subyektivitas wartawan dan media adalah agen konstruksi pesan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Framing Deklarasi Kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno

Sebuah peristiwa selalu dikonstruksi berbeda oleh setiap media. Media massa memiliki cara masing-masing—bisa disebut sebagai kerangka ideologi—dalam mengkonstruksi peristiwa. Hal ini secara nyata dapat dilihat pada satu peristiwa yang ketika ditulis menjadi sebuah berita hasilnya selalu berbeda satu sama lain. Perbedaan realitas berita terjadi karena setiap media massa memiliki cara pembedaan (*framing*) masing-masing. Wartawan adalah aktor yang berperan penting dalam proses konstruksi tersebut. Wartawan dipandang sebagai aktor atau agen konstruksi, yang bukan hanya melaporkan fakta, melainkan juga ikut andil dalam mendefinisikan peristiwa (Eriyanto 2012, h. 29).

Framing atau analisis *framing* merupakan cara pandang yang digunakan dalam melihat bagaimana media mengkonstruksi sebuah realitas menjadi berita. Dalam pandangan Robert N. Entman, ada dua dimensi besar dalam *framing*, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari isu. Dua dimensi besar tersebut berperan dalam mengemas sebuah peristiwa menjadi menarik dan penting bagi khalayak.

Pada dasarnya sebuah peristiwa tidak lebih penting dari peristiwa lainnya. Ia menjadi menarik ketika dikonstruksi oleh wartawan dengan cara menyeleksi dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari peristiwa tersebut, sehingga ketika dipublikasikan menjadi berita yang menarik dan penting untuk dikonsumsi. Setiap peristiwa yang dikonstruksi menjadi berita yang memiliki kecenderungan atau penonjolan tertentu. Penonjolan adalah cara setiap media massa mendefinisikan sebuah peristiwa.

Dalam penelitian ini, media *online* Kompas.com melihat deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno pada Pemilu Presiden 2019 sebagai klaim kemenangan sepihak. Selain daripada itu, deklarasi kemenangan yang dilakukan beberapa kali itu juga menggambarkan kengototan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno untuk memenangkan Pemilu Presiden, meski pada kenyataannya survei beberapa lembaga hitung cepat menempatkan pasangan lainnya sebagai pemenang. Jika dilihat dari sikap dan bahasa tubuh Sandiaga Uno selama pembacaan deklarasi, mantan Wakil Gubernur DKI Jakarta itu tidak begitu sepatutnya deklarasi kemenangan digelar terlalu awal. Mendeklarasikan kemenangan begitu awal juga bukan keputusan yang bijaksana apabila melihat hasil sementara hitung cepat hampir seluruh lembaga survei yang menempatkan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang. Ditambah lagi pengumuman hasil resmi pemenang Pemilu Presiden oleh KPU masih sangat lama.

Di lain pihak, Cnnindonesia.com melihat peristiwa deklarasi kemenangan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai sebuah permasalahan yang berkaitan dengan moralitas, baik moralitas dalam konteks keagamaan dan nasionalisme maupun moralitas dalam posisi pasangan nomor urut 02 sebagai peserta Pemilu Presiden 2019. Sebagaimana Kompas.com, Cnnindonesia.com juga melihat bahwa pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno tidak seharusnya menggelar deklarasi kemenangan dengan sangat gamblang dan terbuka sementara sebagian besar lembaga survei menempatkan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang dalam hasil sementara hitung cepat. Selain daripada itu, sebuah ketidakwajaran apabila mendeklarasikan kemenangan begitu cepat yang hanya didasarkan pada hasil rekapitulasi internal dan klaim atas kepemilikan bukti adanya kecurangan selama proses pelaksanaan pemilihan.

1. Seleksi Isu

Framing dilakukan dengan cara bagaimana seorang wartawan menyeleksi fakta-fakta tertentu dari sebuah isu atau peristiwa. Wartawan menyeleksi isu tertentu di antara banyak isu lainnya. Suatu

isu memiliki banyak fakta. Fakta yang beragam dari satu isu tersebut kemudian diseleksi dan dicari satu fakta tertentu sebagai bingkai (*framing*) utama sebuah berita.

Seleksi isu berkaitan dengan bagaimana seorang wartawan memilih fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam seorang wartawan memilih satu aspek tertentu untuk ditampilkan (Eriyanto 2012, h. 187). Media massa mendefinisikan dan memaknai sebuah peristiwa dari caranya memilih fakta. Dalam proses ini akan ada fakta yang dimasukkan (*included*) dan ada bagian yang dikeluarkan (*excluded*). Hal ini terjadi bukan semata karena anjuran teknik jurnalistik, melainkan juga karena terdapat faktor lain yang mendorongnya. Misalnya, agenda pemberitaan media.

Kompas.com memiliki pemaknaan sendiri terhadap sebuah peristiwa, terutama peristiwa deklarasi kemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Dalam menyeleksi isu terkait peristiwa tersebut Kompas.com melakukannya dengan menyoroti bagaimana deklarasi tersebut dilakukan.

Pertama, deklarasi kemenangan yang digelar Prabowo Subianto-Sandiaga Uno adalah klaim sepihak. Hal ini dapat dilihat dari kenyataan bahwa deklarasi kemenangan tersebut dilakukan berdasarkan hasil rekapitulasi pihak internal kubu Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. *Kedua*, deklarasi kemenangan tersebut dilakukan pada saat hasil sementara hitung cepat mayoritas lembaga survei menempatkan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang. Pasangan nomor urut 02 sangat gigih mendeklarasikan kemenangan seperti yang dilakukannya pada tahun 2014. Juli 2014 sebuah stasiun televisi menggunakan sejumlah lembaga survei untuk mendukung klaim kemenangannya—klaim yang bertentangan dengan hasil-hasil survei lainnya yang punya reputasi (Tapsell 2018, h. 125). *Ketiga*, rekannya, Sandiaga Uno, terkesan tidak sependapat dengan yang dilakukan Prabowo Subianto, yakni menyelenggarakan deklarasi kemenangan. Selama Prabowo Subianto membacakan deklarasi kemenangan Sandiaga Uno hanya tertunduk. Hal ini merepresentasikan kurang adanya antusiasme dalam diri Sandiaga Uno, kalau bukan dari sebagian pendukung lainnya dari pihak calon nomor urut 2.

Hampir sama dengan pandangan Kompas.com, Cnnindonesia.com menilai deklarasi kemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno merupakan masalah moralitas. *Pertama* moralitas dalam konteks semangat kegamaan dan nasionalisme. Uforia deklarasi kemenangan Prabowo-Sandiaga diisi dengan kumandang takbir dan teriakan merdeka dengan masing-masing sebanyak tiga kali. Sebagai muslim pasangan tersebut dan pendukungnya merasa perlu untuk merayakan kemenangan tersebut dengan memuji Tuhan Yang Maha Besar, apalagi mereka juga kerap menyebut kubunya sebagai koalisi para ulama. Pun juga sebagai bangsa Indonesia mereka merasa perlu meneriakkan kata merdeka dengan suara menggelegar penuh semangat.

Kedua, moralitas atau etika dalam kedudukan Prabowo-Sandiaga sebagai peserta pemilu. Sebagai peserta pemilu, kendati tidak diatur kapan harus menyampaikan atau mendeklarasikan kemenangan, pasangan Prabowo-Sandiaga harus mengambil sikap bijaksana dengan cara tidak mengambil tindakan semaunya sendiri—mayoritas hasil hitung cepat menempatkan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang—dan menunggu hasil penghitungan resmi dari KPU. Cnnindonesia.com menganggap deklarasi kemenangan Prabowo-Sandiaga didasarkan pada hasil *real count* survei internal kubu 02 yang memperoleh lebih dari 62 persen suara dari data C1 yang telah direkapitulasi. Padahal, hingga saat Prabowo-Sandiaga mendeklarasikan kemenangannya, KPU baru memulai atau belum sama sekali menghitung hasil Pemilu Presiden 2019. Di samping itu, sejumlah lembaga survei

yang merilis hitung cepat menempatkan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang Pilpres, sambil menunggu hasil resmi penghitungan KPU yang masih akan diumumkan pada Mei 2019.

Tabel 1. Seleksi Isu Deklarasi Kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno

Elemen	Kompas.com	Cnnindonesia.com
Frame	Peristiwa deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno adalah klaim kemenangan sepihak	Peristiwa deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno adalah kasus moralitas
<i>Problem Identification</i>	Masalah klaim kemenangan sepihak	Masalah moralitas
<i>Causal Interpretation</i>	<i>Pertama</i> , hasil penghitungan suara pihak internal pihak Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. <i>Kedua</i> , telah terjadi beragam usaha kecurangan di berbagai daerah	<i>Pertama</i> , hasil penghitungan suara pihak internal pihak Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. <i>Kedua</i> , telah terjadi beragam usaha kecurangan di berbagai daerah
<i>Moral Evaluation</i>	Keputusan yang kurang tepat, terburu-buru dan obsesif	Prabowo Subianto-Sandiaga Uno tidak percaya pada proses pelaksanaan pemungutan suara pada Pemilu Presiden 2019
<i>Treatment Recommendation</i>	Menunggu hasil resmi dari KPU atau melakukan protes secara hukum ke pengadilan apabila telah ditemukan bukti adanya kecurangan.	Menunggu hasil resmi KPU dan melakukan gugatan prosedural terkait adanya bukti kecurangan.

Sumber: hasil penelitian

2. Penonjolan Aspek dari Isu

Setelah menyeleksi fakta tertentu dari isu, wartawan menuliskan fakta yang telah dipilih. Penulisan fakta dilakukan dengan cara memilih kata, istilah, kalimat, atau frasa yang tepat untuk menggambarkan realitas yang ingin ditonjolkan. Media mengkonstruksi realitas tersebut melalui bahasa yang digunakan. Bahasa-bahasa tertentu yang digunakan menentukan realitas seperti apa yang diinginkan media massa mengenai peristiwa yang dikonstruksinya.

Berita-berita Kompas.com pada 18 April 2019 menggunakan bahasa-bahasa yang mendukung penonjolan aspek yang diinginkannya. Rubrik Nasional Kompas.com tanggal tersebut menggunakan kata-kata seperti *klaim*, *tertunduk*, dan *kecurangan*. Sedangkan istilah atau frasa yang digunakan adalah *akhirnya tampil bersama*, *pertama kali*, *kembali memberikan pernyataan*, *dilakukan pihaknya*, *lebih cepat*, dan *ketiga kalinya*.

Di tanggal yang sama Cnnindonesia.com mengkonstruksi berita-beritanya dengan menggunakan kata-kata seperti *internal*, *merdeka*, *takbir*, *bukti*, *kecurangan*, dan *syukuran*. Sedangkan beberapa istilah atau frasa yang digunakan adalah *mengunci kemenangan*, *kami rekapitulasi*, *belum final*, *hasil resmi*, *sujud syukur*, *koalisi para ulama*, dan *kebahagiaan buat kita*.

Tabel 2. Penonjolan Aspek Tertentu dari Deklarasi Kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno

Elemen	Kompas.com	Cnnindonesia.com
Pilihan Kata	Klaim, Tertunduk, dan Kecurangan	Internal, Merdeka, Takbir, Bukti, Kecurangan, dan Syukuran
Istilah	Akhirnya Tampil Bersama, Pertama Kali, Kembali Memberikan Pernyataan, Dilakukan Pihaknya, Lebih Cepat, dan Ketiga Kalinya	Mengunci Kemenangan, Kami Rekapitulasi, Belum Final, Hasil Resmi, Sujud Syukur, Koalisi Para Ulama, dan Kebahagiaan Buat Kita

Sumber: Hasil Penelitian

Penulisan fakta tidak terlepas dari peran besar bahasa. Menurut Eriyanto (2012, h. 200) pemilihan kata-kata tertentu yang dipakai tidak sekadar teknik jurnalistik, akan tetapi sebagai politik bahasa. Pilihan kata dan istilah yang digunakan membentuk pemaknaan Kompas.com dan Cnnindonesia.com terhadap realitas sehingga membentuk realitas baru yang tidak sebenarnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan cara bagaimana Kompas.com maupun Cnnindonesia.com memaknai dan mengkonstruksi realitas deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.

Arah Framing Deklarasi Kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno oleh Kompas.com dan Cnnindonesia.com

Kompas.com secara khusus memandang deklarasi kemenangan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai keputusan yang tidak tepat. Walaupun pandangan tersebut tidak disampaikan secara gamblang dalam pemberitaannya, namun secara terselubung Kompas.com menilai sikap yang diambil pasangan tersebut adalah klaim kemenangan sepihak. Hal ini terjadi karena dasar yang digunakan untuk mendeklarasikan kemenangan adalah hasil penghitungan suara yang dilakukan pihak internal BPN sendiri.

Hal itu bertolak belakang dengan hasil sementara hitung cepat mayoritas lembaga survei bereputasi yang menempatkan Jokowi-Ma'rif Amin sebagai pemenang. Klaim kemenangan sepihak yang dilakukan Prabowo Subianto sudah pernah terjadi pada Pemilu Presiden 2014. Prabowo Subianto mengklaim kemenangan berdasarkan hasil survei yang bertentangan dengan hasil survei banyak lembaga yang memiliki reputasi. Bahkan Tapsell (2018, h. 161) menulis, meskipun media-media sekutu Prabowo mendukung klaim bahwa hasil pemilu sudah dimanipulasi, dan karena itu publik harus marah, tidak ada aksi protes dari warga. Dengan demikian, apa yang dilakukan oleh Prabowo mengenai hasil Pemilu Presiden tahun 2019 sudah pernah dilakukan pada Pilpres 2014, dan nyatanya, dua-duanya hanya klaim sepihak yang gagal.

Selain itu, Kompas.com juga menyoroti sikap Sandiaga Uno yang kelihatannya tidak terlalu antusias mengikuti acara deklarasi kemenangan tersebut. Dengan sangat jelas digambarkan bagaimana Sandiaga hanya tertunduk selama Prabowo membacakan teks deklarasi kemenangan. Paparan fakta

tersebut menunjukkan bahwa tidak ada kesepahaman antara Prabowo dengan Sandiaga. Apalagi ketika dikatakan sejak awal bahwa “akhirnya” mereka tampil bersama di hadapan publik untuk menggelar deklarasi kemenangan.

Di sisi lain, Cnnindonesia.com menggiring narasi deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno ke arah relijius-nasionalis. Narasi ini dibangun untuk menunjukkan di sisi mana kubu Prabowo-Sandiaga berdiri sekaligus untuk menjawab kegelisahan rakyat mengenai pemimpin yang mereka butuhkan. Apalagi ketika digambarkan bahwa kubu 02 adalah koalisi para ulama. Hal tersebut merupakan satu identitas dari pasangan nomor urut 02 yang mencoba dinarasikan oleh Cnnindonesia.com.

Hal lain yang tidak kalah penting adalah bahwa deklarasi kemenangan yang dilakukan Prabowo-Sandiaga merupakan keputusan yang berkaitan erat dengan posisi mereka sebagai peserta pemilu. Setiap calon sah-sah saja menggelar deklarasi kemenangan dengan disertai bukti dan data yang akurat serta diterima oleh khalayak ramai. Akan tetapi, menggelar deklarasi kemenangan hanya beberapa saat pascapemungutan suara adalah tindakan yang tidak wajar. Terlebih lagi mayoritas lembaga survei yang memiliki reputasi menempatkan pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin sebagai pemenang dan pengumuman hasil resmi Pemilu Presiden masih lama. Kendati dinarasikan telah terjadi beragam bentuk kecurangan di berbagai daerah dan mereka memiliki buktinya, hal tersebut tidak bisa dijadikan dasar untuk mendeklarasikan kemenangan lebih cepat secara terbuka. Ada gejala ketidakpercayaan kubu Prabowo-Sandiaga terhadap KPU sebagai penyelenggara Pemilu Presiden 2019.

KESIMPULAN

Dalam empat skema *framing* model Robert N. Entman, Kompas.com mendefinisikan (*problem identification*) deklarasi kemenangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai masalah klaim kemenangan sepihak dengan perkiraan sumber masalah (*causal interpretation*) hasil penghitungan suara pihak internal dan ditemukannya bukti beragam usaha kecurangan di berbagai daerah. Dari sisi *moral evaluation*, hal tersebut merupakan keputusan yang kurang tepat. Oleh sebab itu, pasangan Prabowo-Sandiaga seharusnya menunggu hasil resmi dari KPU dan telah melakukan protes secara hukum ke pengadilan meski pada akhirnya tidak bisa merubah hasil pemenang Pemilu Presiden 2019.

Di sisi lain, Cnnindonesia.com melihat (*problem identification*) peristiwa tersebut sebagai permasalahan moralitas dengan perkiraan sumber masalah (*causal interpretation*) yang sama dengan Kompas.com. Dari sisi *moral evaluation*, kubu Prabowo-Sandiaga tidak percaya pada proses pelaksanaan pemungutan suara Pemilu Presiden 2019. Oleh sebab itu, penyelesaian yang direkomendasikan adalah menunggu hasil resmi KPU dan melakukan gugatan prosedural terkait adanya bukti kecurangan.

Dengan demikian, arah *framing* yang dibangun baik Kompas.com maupun Cnnindonesia.com sama-sama mengarahkan peristiwa tersebut pada keputusan yang kurang tepat. Bahkan secara khusus Kompas.com mengarahkan pemberitaannya pada ketidakharmonisan antara Prabowo dengan Sandiaga. Selain daripada itu, Cnnindonesia.com menggiring opini publik atau menguatkan opini yang sudah berkembang bahwa kubu 02 adalah relijius-nasionalis. Kendati begitu, tidak patut, sebagai peserta pemilu, pasangan Prabowo-Sandiaga mendahului keputusan KPU mengenai pasangan yang berhak menjadi pemenang Pemilu Presiden 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., Qorib, F., (2019). *Analisis Framing Berita Keterlibatan Dahlan Iskan dalam Kasus Pelepasan Aset PT Panca Wira Usaha Jawa Timur di Harian Jawa Pos dan Tempo*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP) Vol 6 No 3, H 83-87
- Bhaskara, ILA. (2018). 'Bukan gagasan, apalagi nilai': keberpihakan bos media tiap pilpres', Tirtoid, 21 September.
- Briggs, A & Burke, P. (2000). *Sejarah Sosial Media: dari Gutenberg sampai Internet*. Terj Z A Rahman. New York: Polity Press.
- Carina, J. (2019). 'Times Jokowi: deklarasi kemenangan cukup sekali, kalau berkali-kali artinya tak percaya diri', Kompas.com, 24 April.
- Creswell, W. J. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 3rd edition. USA: SAGE Publication.
- Deuze, M. (2003). 'The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online', Vol. 5, No. 2, pp. 203-230. London: SAGE Publications.
- Downing, J. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Entman, RM. (1993). 'Framing: toward clarification of fractured paradigm', *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, pp. 51-58.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fra & Ugo. (2019). 'Moeldoko minta semua pihak tunggu KPU soal pemenang pilpres', cnnindonesia.com, 18 April.
- Gates, B. (2001). *Business @ The Speed of Thought*. New York: Warner Book.
- Hakim, RN. (2019). '"Contohnya Pak Jokowi, meski menang tidak deklarasi kemenangannya, dia minta tunggu KPU"', Kompas.com, 19 April.
- Hananta, IA. (2012). 'Konstruksi realitas politik pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono pada vivanews.com dan mediaindonesia.com', immawanadit.blogspot.com, 18 Januari.
- Ho. (2019). 'PKS akhirnya tanggap klaim Prabowo menang hitung cepat internal, televisi dianggap menggiring opini', medan.tribunnews.com, 18 April.
- Intan, G. (2019). 'Klaim kemenangan 62 persen, Prabowo sujud syukur', voaindonesia.com, 17 April.
- Mc Quail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Nabi, RL & Oliver, MB. (2009). *Media Processes and Effects*. London: SAGE Publications.
- Paxon, P. (2010). *Mass Communications and Media Studies an Introduction*. New York: Continuum.
- Piliang, YA. (2011). *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- Pratomo, Y. (2019). 'APJII: Jumlah pengguna internet di Indonesia tembus 171 juta jiwa', Kompas.com, 16 Mei,

- Okoro, N., & Nwafor, K A. (2013) 'Social media and political participation in nigeria during the 2011 general elections: the lapses and the lessons', *Global Journal of Arts Humanities and Social Sciences*, vol. 1, No. 3, hh. 29-46.
- Olusola, A, Ibrahim, S & Priscilla, G .(2017). 'An era of journalism transition in south africa: traditional media versus online media', *Journal of Social Sciences*, vol 51, no. 1-3, hh. 1-5.
- Romli, ASM .(2014). *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Tapsell, R. (2019). *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*. Terj U Wisnu Prasetya. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Santana, KS .(2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Santos, CA., & Peixinho, AT. (2016) 'Newsletters and the return of epistolarity in digital media', *Journal of Digital Journalism*, vol. 6, no 7, hh 774-790.
- Schultz, B .(2005). *Broadcast News Producing*. London: Sage Publication.
- Tapsell, R .(2018). *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*. Terj U Wisnu Prasetya. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Quinsaas, S .(2014). 'Competing news frames and hegemonic discourses in the construction of contemporary immigration and immigrants in the United States', *Mass Communication and Society*, vol. 17, No. 4, hh. 573-596.