

Politics Entertainment di Media Online: Analisis Pemberitaan Bakal Calon Presiden Pemilu 2024 di Detik.com

Muhammad Ikhwan
Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta
ikhwanikhti@gmail.com

Abstract. *This research aims to describe Detik.com's reporting regarding Presidential Candidates who will compete in the 2024 Presidential Election. This topic is important because so far media reports seem to only be a place for "shows" that are more oriented towards the candidate's positive image, whereas the public needs to know the capabilities and qualities of a candidate. The research analysis is related to the concept of political entertainment, usually abbreviated as politainment, namely media reporting that combines elements of politics and entertainment. The research was conducted using a descriptive qualitative method. There are two news stories from each candidate studied, in the period May to June 2023. News analysis was carried out using the framing approach of Zhongdan Pan and Gerald M. Kosicky. Data collection methods were carried out using news observations, Detik.com editorial interviews, and literature studies to enrich research findings. As a result, elements of politainment can be seen in the candidate's activities aimed at forming a positive image. These include hands-on operation or blusukan, morning jogging, walking in narrow alleys, stopping by homes, greeting residents, visiting sick residents, small talk with children and parents, watching football with moms, and watching football on a cellphone screen while wearing a sarong. Another finding was that candidate news was packaged descriptively, with a sociological reality orientation, emphasized the warm welcome of citizens to candidates, made the candidate the sole source, and quoted from the candidate's posts on social media.*

Keywords: *Politainment, presidential candidate, framing, image, presidential election*

Pendahuluan

Jelang pemilihan presiden (pilpres) 2024, masyarakat semakin sering disuguhi beragam aktivitas para bakal calon presiden (bacapres), mulai dari kegiatan lari pagi, kunjungan ke masjid dan pondok pesantren, pertemuan dengan relawan dan pendukung, blusukan ke pasar atau rumah warga, dan berbagai kegiatan lainnya. Menurut Tualeka (2023), ini merupakan bagian dari komunikasi politik untuk membentuk persepsi dan impresi baru. Semua ini menjadi strategis dan prospektif dalam menjangkau pemilih pemula, terutama kalangan generasi Z dan milenial yang cenderung santai, mudah bergaul, dan condong kepada pemimpin yang lebih fleksibel.

Dalam pemilu, media massa memiliki peran yang penting. Astutik (2015) menjelaskan bahwa media memiliki peran ganda: pertama, sebagai sumber informasi kunci dalam politik; dan kedua, media dapat memengaruhi keputusan pemilih baik secara langsung melalui dukungan dan editorial, maupun tidak langsung sebagai platform bagi partai politik dan kandidat untuk menyampaikan visi dan misi. Media menjadi lahan strategis dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat, baik dalam membentuk opini publik maupun dalam membangun citra politik.

Detik.com sebagai salah satu portal berita di Indonesia juga tak luput menyajikan realitas tersebut kedalam pemberitaannya. Peneliti memilih media ini dengan pertimbangan Detik.com sebagai salah satu media yang paling banyak pembacanya. Dalam laporan Digital News Report 2023 yang dirilis Reuters Institute, Detik.com menjadi online dengan konsumsi terbesar. Sebanyak 61 persen responden mengaku membaca detik.com setidaknya sekali dalam seminggu. Angka tersebut mengungguli Kompas.com dan CNNIndonesia.com. Detik.com juga menjadi media yang paling banyak diakses publik pada survei terkait persepsi digital menjelang pilpres 2024 yang dilakukan lembaga bidang pemikiran berbasis data Ipang Wahid Stratejik (IPWS). Detik

com diakses 37,36 persen responden, mengungguli Kompas.com dan Tribunnews.com (Detikcom, 2019).

Saat penelitian ini dilakukan, terdapat tiga bacapres yang diusung oleh partai politik. Anies Baswedan didukung oleh Partai Nasdem, PKS, dan Partai Demokrat dalam Koalisi Perubahan untuk Persatuan. Sementara Prabowo Subianto didukung oleh Partai Gerindra dan berkoalisi dengan PKB, dan Ganjar Pranowo diusung oleh PDIP, PPP, dan Partai Hanura. Meskipun belum resmi didaftarkan di KPU, mereka masih disebut bacapres.

Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran tentang bagaimana media online, khususnya Detik.com, mengkonstruksi aktivitas para capres dalam pemberitaannya. Tujuannya adalah agar masyarakat memahami dan membangun sikap kritis terhadap kebijakan redaksi dalam pemberitaan politik, terkait Pilpres 2024. Dari perspektif media, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan agar media mampu mendidik publik dengan informasi yang lebih berfokus pada gagasan dan program (*political performance*) ketimbang sekadar penampilan visual (*political look*) dari kandidat.

Kajian *politics entertainment* (politainment) bukan hal baru, meski belum banyak diteliti oleh akademisi di Indonesia. Salah satu penelitian yang dilakukan Allifiansyah (2017) menemukan adanya perubahan dalam konsep politik dari yang sebelumnya sulit dan serius menjadi lebih ringan dan menghibur. Temuan ini didasarkan pada observasi pada fenomena *talk show* politik dan dialog yang melibatkan tokoh politik di Indonesia yang selalu menyelipkan unsur hiburan, seperti lagu favorit politisi atau hubungan mereka dengan keluarga.

Penelitian lainnya mengamati aspek politainment dalam pemberitaan Jokowi di Pilpres 2019. Hasilnya menunjukkan bahwa elemen politainment dari penelitian ini terlihat dari cara pemberitaan yang mengubah peristiwa menjadi tontonan atau citra. Contohnya adalah penekanan pada grup musik favorit Jokowi, kebersamaannya dengan selebriti terkenal, dan kesuksesannya dalam memimpin keluarga. Jokowi dalam konteks ini dapat disebut sebagai seorang politisi selebriti, yang transisi dari politisi menjadi figur publik yang terkenal (Lestari, 2019).

Fenomena politainment sebenarnya merupakan bagian dari komunikasi politik. Komunikasi politik dapat dijelaskan sebagai aktivitas komunikasi yang memiliki dampak politik aktual atau potensial terhadap fungsi sistem politik (Subiakto dan Ida, 2012). Sementara menurut Heryanto dan Rumaru (2013), inti dari komunikasi politik adalah komunikasi yang bertujuan mencapai pengaruh tertentu sehingga masalah yang dibahas dalam jenis komunikasi tersebut dapat memengaruhi sekelompok atau warga tertentu. Dengan demikian, komunikasi politik merupakan upaya sekelompok manusia yang memiliki orientasi politik atau ideologi tertentu untuk memperoleh atau mempertahankan kekuasaan. Dalam konteks komunikasi politik, politainment muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi media yang semakin canggih, memungkinkan perpaduan antara politik dan hiburan. Konsep politainment mendasarkan diri pada gagasan bahwa media menciptakan "aneksasi" antara politik dan hiburan (Parenti, dalam Allifiansyah, 2014).

LaMarre (n.d.), dalam ringkasan tulisannya, *political entertainment: historical traditions and contemporary genres*, menyebutkan, istilah "*political entertainment*" mengacu pada kategori sastra, media, dan seni pertunjukan di mana politik dan hiburan digabungkan. Terkadang tujuannya hanya untuk menghibur, sementara di lain waktu tujuannya adalah untuk melibatkan, menginformasikan, atau membujuk khalayak.

Sementara Riegert dan Collins (2016), dalam abstraksi artikelnya yang berjudul *politainment* menjelaskan, istilah *politainment* mengacu pada jalinan politik dan hiburan, dan mencakup dua proses:

“(1) Political entertainment - bagaimana industri hiburan mengeksploitasi topik politik dalam berbagai format hiburan; dan (2) entertaining politics - bagaimana aktor politik memanfaatkan selebritas mereka (pameran foto, pertemuan partai, penampilan dalam acara talk show, dll.) untuk meningkatkan citra mereka dan untuk mempromosikan isu-isu tertentu. Ketika didefinisikan secara luas, *politainment* melampaui hubungannya dengan infotainment untuk mempertimbangkan budaya populer sebagai ruang potensial untuk wawasan dan aktivitas politik, dan untuk mengakui format hiburan sebagai sumber pengetahuan politik, orientasi nilai, dan keterlibatan warga”

Mengutip dari Tsakona and Popa (2011), Istilah lain untuk menggambarkan berpadunya antara aktivitas politik dengan hiburan, adalah *democratainment*, *politicotainment* (Riegert, 2007), atau *entertaining politics* (Jones, 2010), yakni semua aktivitas yang mampu mengartikulasikan dan mengarahkan emosi dan merangsang masyarakat untuk mendeskripsikan, merefleksikan, dan berfantasi tentang politik.

Sementara menurut Danielson & Rolandsson (2020), peran politisi sebagai entertainer telah menjadi fenomena yang ada sejak lama, menciptakan hubungan simbiosis antara kekuasaan dan hiburan. Dalam konteks studi budaya, karnaval abad pertengahan di Eropa dianggap sebagai serangkaian ritual yang penuh dengan citra simbolik yang berfungsi sebagai model untuk memahami peran sosial yang terkait dengan struktur kekuasaan (Burke 2009, p. 281, 257; Muir 1997; Robinson 2011; Zemon Davies). Konsep performativitas digunakan untuk menggambarkan fenomena ini, mengilustrasikan bagaimana aktor sosial membangun dan merekonstruksi identitas mereka sendiri melalui pertunjukan, baik dalam konteks teatral maupun kehidupan nyata (Loxley 2007, hlm. 3, 118; Kohler Riessman 2008). Pertunjukan ini menjadi bagian dari strategi terencana yang digunakan oleh aktor politik untuk memperkuat citra yang diinginkan dari narasi yang mereka bangun.

Dalam bentuk pemberitaan, *politainment* menjelma menjadi berita-berita yang mengandung unsur personalisasi dan dramatisasi. Sama halnya dengan infotainment yang mengulas ranah privasi para selebriti atau orang-orang ternama, *politainment* kerap mengeksploitasi ranah pribadi aktor politik dan juga menambahkan sensasionalisme di dalamnya. Hal ini merupakan ciri dari jurnalisme populer yang kerap kali menyajikan sensasionalisme dan personalisasi untuk memberikan unsur hiburan dalam beritanya (Lestari, 2019).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif, menurut Kriyantono (2014), bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang mendalam juga. Riset ini tidak memprioritaskan jumlah populasi atau sampel. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan mampu menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampel tambahan. Yang penting di sini adalah kedalaman (kualitas) data, bukan jumlahnya (kuantitas) data. Sementara menurut Creswell (2016), peneliti kualitatif berusaha membangun pemaknaan terhadap suatu fenomena berdasarkan pandangan para partisipan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan framing, dengan model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicky. Pendekatan ini terbagi ke dalam empat struktur utama. Pertama, struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan cara wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, dan pengamatan atas

peristiwa ke dalam bentuk umum berita. Bagian ini mengamati lead, latar belakang, headline, kutipan yang diambil, dan lain-lain.

Kedua, struktur skrip. Skrip berkaitan dengan cara wartawan menceritakan peristiwa dalam bentuk berita. Struktur ini melihat strategi penceritaan yang digunakan wartawan dalam mengemas peristiwa menjadi berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berkaitan dengan cara wartawan mengekspresikan pandangannya terhadap peristiwa melalui proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Keempat, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan makna tertentu dalam berita. Struktur ini mengamati penggunaan kata, idiom, grafik, dan gambar yang tidak hanya mendukung tulisan, tetapi juga menekankan makna tertentu kepada pembaca (Eriyanto, 2008).

Data berita dalam penelitian ini diperoleh melalui fitur pencarian berita di web/portal Detik.com. Dalam pencarian tersebut, peneliti menggunakan kata kunci nama kandidat, yaitu Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan. Berita yang muncul kemudian disaring, untuk memastikan konteksnya terkait dengan Pilpres. Dalam rentang penelitian, dari 1 Mei hingga 30 Juni 2023, terdapat 58 item berita yang muncul. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel purposif (*purposive sampling*) untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti sesuai tujuan penelitian (Kriyantono, 2014).

Peneliti memilih dua item berita dari setiap kandidat untuk dianalisis, karena dianggap sudah cukup mewakili dari keseluruhan berita yang muncul. Pemilihan dua sampel berita ini berdasarkan kriteria:

1. Berita yang menonjolkan realitas sosiologis, mengacu pada penjelasan Ashadi Siregar (1987), seperti dikutip Mallarangeng (1992) dalam Ikhwan (2002), realitas sosiologis adalah apa yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau lembaga dalam interaksi sosial, sungguh terjadi dalam realitas. Isinya hanya mendeskripsikan aktivitas Bacapres. Peneliti membaca semua 58 item berita yang muncul untuk memenuhi kriteria ini.
2. Berita realitas sosiologis yang menonjolkan tanda atau simbol tertentu yang bertujuan memberikan citra khusus kepada kandidat.

Setelah menentukan item berita untuk dianalisis, tahapan selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan redaksi Detik.com, yakni Redaktur Pelaksana, Ahmad Toriq, yang bertanggung jawab terhadap rubrik politik. Hasil wawancara diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pertimbangan dan latar belakang redaksi saat memberitakan aktivitas para bacapres, sehingga hasil penelitian diharapkan menjadi lebih komprehensif. Terakhir, pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka. Yakni mengutip teori atau konsep terkait topik penelitian, untuk memperkuat hasil temuan dan analisis data.

Hasil Dan Pembahasan

Sebagaimana telah disebutkan, Dari 58 item berita yang muncul, peneliti memilih dua item berita dari masing masing kandidat. Adapun dua berita yang dianalisis dari masing masing kandidat adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Berita Anies Baswedan

No	Tanggal	Judul Berita	Link Berita
1	Sabtu, 27 Mei 2023	Anies Berkaus 'Plus Jakarta' Foto di Bekas Tugu Eranya, Apa Maksudnya?	https://news.detik.com/berita/d-6742555/anies-berkaus-plus-jakarta-foto-di-bekas-tugu-eranya-apa-maksudnya
2	Selasa,	<i>Anies Baswedan Unggah Foto Naik Bus Listrik, Caption-nya Jadi Sorotan</i>	https://oto.detik.com/profil/d-6746759/anies-baswedan-

30 Mei 2023

[unggah-foto-naik-bus-listrik-caption-nya-jadi-sorotan](#)

Tabel 2 : Berita Ganjar Pranowo

No	Tanggal	Judul Berita	Link Berita
1	Sabtu, 17 Juni 2023	Blusukan Ganjar Pranowo di Jakarta Saat Akhir Pekan	https://news.detik.com/pemilu/d-6792022/blusukan-ganjar-pranowo-di-jakarta-saat-akhir-pekan
2	Minggu, 28 Mei 2023	Ganjar Ajak Masyarakat Rajin Olahraga : Ayo Jangan Mager	https://www.detik.com/jateng/jawa-tengah-meriah/d-6743720/ganjar-ajak-masyarakat-rajin-olahraga-ayo-jangan-mager

Tabel 3 : Berita Prabowo Subianto

No	Tanggal	Judul Berita	Link Berita
1	Jumat, 2 Juni 2023	Momen Prabowo Diserbu Emak-emak Saat Nonton Tim Persib U-17 di Qatar	https://news.detik.com/berita/d-6751780/momen-prabowo-diserbu-emak-emak-saat-nonton-tim-persib-u-17-di-qatar
2	Rabu, 17 Mei 2023	Momen Prabowo Bersarung Nonton Timnas U-22 RI Juara SEA Games	https://news.detik.com/berita/d-6724968/momen-prabowo-bersarung-nonton-timnas-u-22-ri-juara-sea-games

Analisis Berita 1 Anies Baswedan

Berita terdiri dari 12 paragraf. Berita diambil dari isi media sosial Twitter (sekarang X) Anies, @aniesbaswedan. Dari judul dan *lead*, berita ini menceritakan Anies yang sedang bersepeda, kemudian berhenti dan berfoto di bekas lokasi tugu beruliskan “Jakarta kota Kolaborasi” yang dibangun di era kepemimpinannya sebagai Gubernur DKI Jakarta. Dari skema yang disajikan, dibagian awal berita berisi momen Anies berfoto di bekas lokasi tugu yang dibangun di era kepemimpinannya.



Gambar 1. Anies foto di lokasi tugu 'Jakarta Kota Kolaborasi'
Sumber : Detik.com

Dibawah foto berita, redaksi menulis dengan *caption*: “Anies foto di lokasi tugu 'Jakarta Kota Kolaborasi' yang kini sudah dibongkar (dok. Twitter @aniesbaswedan)”. *Caption* tersebut menunjukkan penekanan pada lokasi Anies saat berfoto, yakni di tugu Jakarta kota kolaborasi yang telah dibongkar.

Dalam naskah berita, wartawan kemudian mengutip *caption* pada foto yang diposting di akun Twitter Anies, yakni “tebak lokasi”. Digambarkan pula Anies yang mengenakan kaus hitam bertuliskan “plus jakarta sans”. kutipan beritanya sebagai berikut:

Anies terlihat mengenakan kaus hitam dengan tulisan 'Plus Jakarta Sans'. Font ini diketahui digunakan dalam slogan Kota Jakarta. Apa gerangan maksud Anies berpose demikian?

Kalimat tanya apa gerangan Anies berpose demikian dalam berita tentu meninggalkan banyak jawaban. Namun dibagian berikutnya, berita berisi penjelasan Plt Kepala Dinas Bina Marga DKI Heru Suwondono, yang menyatakan bahwa tugu tersebut dibongkar lantaran diterpa angin kencang hingga rusak. Berikut kutipannya :

"Logo 'Jakarta Kolaborasi pada 5 Maret 2023 rusak atau ambruk karena angin kencang," ujar Plt Kepala Dinas Bina Marga DKI Heru Suwondono kepada wartawan, Rabu (10/5). Heru mengatakan, akibat angin kencang itu, tugu tersebut mengalami kerusakan. Kemudian, kata dia, pihaknya pun memutuskan mencopot tugu tersebut.

Penjelasan tersebut kemudian diikuti olah fakta tentang Pemprov DKI menggelar lomba desain ikon Jakarta.

Belakangan, Pemprov DKI Jakarta mengadakan lomba desain ikon Jakarta. Lomba tersebut disorot sejumlah pihak, mulai politikus hingga warganet lainnya.

Pemprov DKI Jakarta menyediakan hadiah sebesar Rp 33 juta untuk lomba tersebut. Peserta diminta mengirimkan data diri hingga portofolio karya melalui surat elektronik (email) hingga awal Juni mendatang.

Dua paragraf berikutnya, berita berisi pernyataan politikus Partai Demokrat, Hinca Panjaitan yang mengkritik lomba tersebut.

Politikus Partai Demokrat, partai yang saat ini mendukung Anies, Hinca Panjaitan turut menyoroti lomba tersebut. Dia mengaku heran mengapa desain ikon harus diganti.

"Saya heran, kenapa harus hal-hal yang seperti ini diganti dan diubah juga. Sudah bagus konsep dan desainnya," kata Hinca membalas cuitan Pemprov DKI.

Di paragraf terakhir, Detik ingin menjelaskan konteks berita ini dengan menyajikan tulisan :

Seperti diketahui, saat masa Anies Baswedan menjadi gubernur, Jakarta memiliki slogan 'Kota Kolaborasi'. Namun Pj Gubernur DKI Heru Budi Hartono akan mengubah slogan Jakarta menjadi 'Sukses Jakarta untuk Indonesia'.

Dari skema tersebut, terlihat bahwa Detik atau wartawan ingin menyoroti pesan tersirat dari Anies tentang dicopotnya tulisan pada logo, yaitu kritik terhadap pergantian logo Jakarta Kota Kolaborasi, yang didukung oleh pernyataan politikus dari Partai Demokrat. Aktivitas dan pernyataan Anies ditempatkan di bagian awal. Namun, Detik juga menjelaskan alasan mengapa tugu yang berisi tulisan Jakarta Kota Kolaborasi mengalami kerusakan. Meskipun begitu, pemberian prioritas pada perspektif Anies di awal berita, dan memberikan ruang pada politikus Demokrat di bagian akhir, menunjukkan bahwa frame yang ingin dibangun oleh Detik.com adalah kritik terhadap pergantian logo dan slogan kota Jakarta. Penjelasan dari pemprov DKI di bagian tengah berita tampaknya hanya sebagai pelengkap, memberikan kesan agar berita ini terlihat seimbang.

Dari analisis retorik, terutama dalam penekanan fakta, berita ini mencoba menyoroti maksud atau makna tersirat yang ingin disampaikan Anies melalui

postingannya. Beberapa tanda atau simbol yang ingin ditafsirkan termasuk lokasi foto, yaitu bekas tugu yang dulunya bertuliskan "*Jakarta Kolaborasi*" yang sudah dibongkar. Untuk memperkuat poin tersebut, wartawan mengutip caption foto Anies yang menanyakan "*tebak lokasi*".

Simbol lainnya adalah tulisan 'Plus Jakarta Sans' pada kaos yang dikenakan Anies. Dari berita, diketahui bahwa font ini digunakan dalam slogan Kota Jakarta. Dengan tulisan tersebut, Anies tampak ingin menegaskan bahwa pencopotan logo bertuliskan "*Jakarta Kota Kolaborasi*" pada tugu terkait dengan pergantian slogan di era kepemimpinan PJ Gubernur DKI Jakarta, Heru Budi Hartono, yang belakangan menggunakan slogan "Sukses Jakarta Untuk Indonesia". Anies mencoba membangun kesan bahwa PJ Gubernur DKI, yang merupakan orang pilihan Presiden Jokowi, ingin mengubah kebijakan yang sudah dilakukannya. Dalam konteks yang lebih luas, Anies berusaha menunjukkan dirinya sebagai pihak yang teraniaya, yang kebijakannya selalu disalahkan. Pesan tersirat ini bertujuan untuk mendapatkan simpati dari publik.

Analisis Berita 2 Anies Baswedan

Berita berjudul "*Anies Baswedan Unggah Foto Naik Bus Listrik, Caption-nya Jadi Sorotan*", ini bersumber dari postingan Anies Baswedan di akun Instagramnya. Berita terdiri dari 12 paragraf, disertai dua foto yang juga dikutip dari postingan Anies. Bagian awal berita, menceritakan kronologis Anies naik bus listrik Trans Jakarta bersama putranya. Fokus berita meyoroti caption pada foto, yang dianggap berisi sindiran terhadap kebijakan pemerintahan Jokowi. Caption tersebut berisi:

"Jalan bareng Ismail, menikmati subsidi negara atau Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta,"

Caption tersebut kemudian memancing warganet untuk berkomentar. Detik mengutip beberapa komentar tersebut, yakni:

"Caption-nya biasa aja, tapi bisa membuat beberapa pihak langsung membara," tulis salah satu warganet.

"Jelas subsidi ya transportasi umum, bukan kendaraan pribadi. Bravo Pak Anies, terima kasih JakLingko sama revitalisasi halte busway-nya," kata warganet lain.

"Ini subsidi yang benar untuk seluruh rakyat Indonesia. Kalau subsidi mobil listrik, masuk kantong siapa? Kalian tahu lah," timpal yang lainnya.

Setelah itu, berita menyajikan fakta tentang Anies yang pernah mengkritik pemberian subsidi mobil listrik yang digagas pemerintah pusat, dianggapnya tidak tepat sasaran. Di bagian akhir berita, dijelaskan alasan Anies menolak subsidi mobil listrik tersebut.

Dengan skema seperti ini, Detik seolah masuk ke dalam wacana yang dibangun Anies. Pasalnya, berita hanya mengutip pernyataan Anies yang diunggah di media sosial, didukung oleh kutipan komentar warganet yang mendukung pernyataan Anies. Berita sama sekali tidak memberi ruang bagi pihak yang mendukung kebijakan Pemerintah pusat terkait pemberian subsidi mobil listrik.

Secara koheren, caption yang ditulis Anies menjadi titik pangkal permasalahan yang ingin dibahas dalam berita ini. Wartawan atau redaksi Detik.com tampaknya memahami pesan tersirat dalam caption tersebut. Untuk mendukung dugaan itu, redaksi menghubungkannya dengan komentar warganet yang berisi dukungan atas kritik Anies terhadap kebijakan subsidi mobil. Di paragraf berikutnya, wartawan

menghubungkannya dengan pernyataan yang pernah dilontarkan Anies. Hal itu terlihat dari penggunaan kata "sebelumnya." Isi pernyataan Anies berkisar tentang alasan mengapa ia mengkritik kebijakan subsidi mobil listrik.

"Soal polusi udara, solusinya bukanlah terletak di dalam subsidi untuk mobil listrik. Pemilik-pemilik mobil listrik adalah mereka yang tidak membutuhkan subsidi," ujar Anies Baswedan.

Di paragraph terakhir, detik kembali mengutip pernyataan Anies:

"Kenapa itu bisa terjadi? Karena bus memuat orang banyak sementara mobil memuat orang sedikit. Pengalaman kami di Jakarta, kendaraan pribadi berbasis listrik, dia tidak akan menggantikan mobil yang ada di garasinya. Dia justru akan menambah jumlah mobil di jalanan, menambah kemacetan di jalanan," kata Anies.

Dalam bahasa Indonesia, dikenal majas satire, yakni gaya bahasa yang berisi kritik sosial baik secara terang-terangan maupun terselubung. Satire: Ungkapan yang menggunakan sarkasme, ironi, atau parodi, untuk mengecam atau menertawakan gagasan, kebiasaan, dll. Satire adalah gaya bahasa sejenis ironi yang mengandung kritik atas kelemahan manusia agar terjadi kebaikan (Nafinuddin, 2020).

Caption pada foto Anies yang menjadi perhatian dalam berita ini menggunakan majas satire: *"Jalan bareng Ismail, menikmati subsidi negara atau Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta."* Kalimat tersebut memberikan kesan Anies senang karena menikmati subsidi. Di sini, Anies sebenarnya menyatakan persetujuannya jika subsidi diberikan untuk transportasi massal, sebagaimana yang sudah dilakukan pada masa kepemimpinannya di Jakarta. Namun, yang dilakukan pemerintah pusat justru memberikan subsidi untuk mobil listrik pribadi, yang dinilai hanya menguntungkan orang kaya dan menambah polusi udara. Inilah yang disindir oleh Anies melalui caption fotonya.

Ada dua foto yang ditempatkan dalam berita ini. Foto pertama ditempatkan di bawah judul, sebelum lead. foto menunjukkan Anies dan putranya sedang berada di Bus Trans Jakarta yang tidak banyak penumpang. Anies dan putranya terlihat seperti sedang tos dengan menyatukan kepala tangan. dalam pergaulan remaja, Gerakan ini bisa bermakna memberikan rasa hormat atau persetujuan, juga persahabatan antara dua orang yang melakukannya. foto seperti ini, dengan caption *"Jalan bareng Ismail, menikmati subsidi negara atau Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta,"* seakan sedang memberi pesan rasa setuju, rasa senang mereka karena menikmati subsidi pemerintah saat naik bus.



Gambar 2. Anies dan putranya naik bus listrik
Sumber : Detik.com

Sementara foto kedua memperlihatkan Anies dan putranya sedang menunggu bus. Keduanya menunggu di pinggir jalan, di tempat pemberhentian bus. Di depan mereka, terlihat bus listrik Trans Jakarta. Keduanya menggunakan baju kaos. Di kiri kanan mereka, terlihat ada dua pengendara sepeda yang sedang berhenti. Dengan foto seperti ini, Anies seakan sedang memberi pesan bahwa dirinya adalah orang biasa, yang menunggu dan menaiki bus transportasi umum, seperti kebanyakan warga ibukota.



Gambar 3. Anies dan putranya menunggu bus listrik
Sumber : Detik.com

Analisis Berita 1 Ganjar Pranowo

Berita diberi judul *"Blusukan Ganjar Pranowo di Jakarta saat akhir pekan"*. Berita dibuka dengan lead: *"Bacapres PIDP, Ganjar Pranowo, menghabiskan akhir pekan dengan blusukan ke permukiman warga di Jakarta. Kedatangan Ganjar disambut antusias warga"*.

Judul dan lead tersebut menekankan berita berisi tentang aktivitas Ganjar Pranowo di akhir pekan dengan blusukan ke permukiman di Jakarta. Blusukan tersebut disambut antusias warga. Berita ini termasuk berita panjang, karena menceritakan aktivitas blusukan Ganjar di beberapa titik permukiman, yakni di Jati Padang, Jakarta Selatan, dan Pademangan, Jakarta utara. Selain blusukan, berita juga berisi tentang permintaan Ganjar terhadap relawannya untuk tidak melakukan kampanye.

Meski berita ini panjang, kutipan pernyataan dalam berita hanya bersumber dari Ganjar. Selebihnya hanya mengutip teriakan warga yang berisi dukungan dan antusiasme menyambut Ganjar. Seperti pada kalimat:

Antusias warga terlihat jelas menyambut kunjungan Ganjar. Tak jarang teriakan sebagai dukungan terhadap Ganjar terdengar.

"Pak Ganjar, Pak Ganjar, Pak Ganjar," sorak warga.

Menanggapi sambutan warga itu, Ganjar digambarkan dengan ekspresi senang. Hal ini terlihat dari kalimat:

Di tengah keramaian Ganjar masih terlihat tertawa dan menikmati suguhan penampilan warga. Tak hanya itu Ganjar pun juga terlihat menyinggahi beberapa rumah warga.

Dalam berita, Ganjar juga disebut mengunjungi seorang warga yang sedang sakit. Kalimat itu dikuti dengan sambutan warga, seperti terlihat dalam kalimat berikut:

Ganjar sempat melihat seorang warga yang sedang sakit. Desak-desakan antara warga yang antusias menyambut kedatangan Ganjar tak terhindarkan. Kecilnya jalan dan ramainya warga

turut menambah kesesakan.

Meski begitu, banyak warga yang berebut untuk mengabadikan foto bersama Ganjar. Mereka juga rela berdesakan demi berfoto bersama capres usungan PDIP itu.

Kalimat kalimat di atas menggambarkan secara deskriptif bagaimana sambutan warga. Wartawan menulisnya secara detail, sehingga pembaca seakan bisa merasakan bagaimana suasana disana. Hal yang sama juga tergambar ketika tema berita beralih kepada warga curhat soal banjir. Namun berita tidak mengutip satupun pernyataan warga. Yang ada adalah jawaban Ganjar atas curhatan itu. Misalnya pada kalimat berikut ini :

"Jadi nanti disampaikan kepada lurah, sama camat mumpung lagi bahas anggaran. Kalau tadi di sana sudah dikomplain tadi, 'Pak tolong buatin embung' selesai itu," jawab Ganjar.

Kutipan lainnya juga terlihat pada kalimat berikut :

"Pak Ganjar bantu ya, Gubernurnya teman saya, tak telepon nanti," ucap Ganjar.

Respon Ganjar yang ditulis pada berita mengesankan respon cepat Ganjar atas tuntutan warga. Ganjar juga ingin mengesankan dirinya adalah orang yang mampu membantu, karena menganggap PJ Gubernur DKI Jakarta sebagai temannya. Pada tema berita blusukan di Pademangan, Jakarta Utara, berita juga menceritakan bagaimana antusiasnya sambutan warga. Selain dengan tarian palang pintu khas Betawi, warga juga menyambutnya dengan teriakan dukungan terhadap Ganjar yang digambarkan menggunakan kemeja batik lengan pendek. Antusiasme warga jelas tergambar pada tiga paragraf terakhir berita ini, yang berisi:

Teriakan warga memanggil nama Ganjar jelas terdengar sesaat setelah Ganjar tiba di lokasi itu. Adapun warga terdiri dari berbagai usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa.

Suasana penuh sesak memenuhi blusukan Ganjar di Jakut sore ini. Lokasi yang dikunjungi Ganjar merupakan gang kecil padat penduduk.

Meski penuh sesak, gang demi gang dilalui Ganjar menyapa para warga. Tampak sesekali dia menyapa dan menyalami warga yang dilewatinya

Unsur retorik dari berita ini bisa dilihat saat wartawan menggunakan kata atau frase yang menggambarkan aktifitas dan sambutan warga. Pertama, menggunakan kata *blusukan*, yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berarti masuk ke suatu tempat dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu. Kata itu dipopulerkan oleh Jokowi. Dengan blusukan, Ganjar mencitrakan dirinya sama dengan Jokowi, yang dianggap dekat dengan rakyat. Hal ini juga tergambar dari bagaimana sambutan warga dan aktivitas yang dilakukan Ganjar selama blusukan.

Untuk menggambarkan bagaimana suasana antusias dan keramaian warga, wartawan menggunakan kata *teriakan, desak desakan warga, kesesakan, berebut, berfoto bersama dan penuh sesak*. Sedangkan untuk menggambarkan bagaimana respon, aktivitas dan seperti apa sosok Ganjar, wartawan menggunakan kata atau frase sebagai berikut: *Kemaja putih polos, menyambangi warga, menelusuri gang sempit, menikmati pertunjukkan, tertawa dan menikmati suguhan, menyinggahi beberapa rumah, melihat warga yang sakit, menjanjikan, meneruskan keluhan, menyapa dan menyalami warga.*

Frame Ganjar sebagai sosok yang mendapat sambutan antusias dan dekat dengan rakyat tergambar dari penggunaan foto. Bagaimanapun, foto digunakan untuk memperkuat cerita atau berita. Pada berita ini, wartawan menggunakan tiga foto. Penempatan tiga foto ini tentu bukanlah kebetulan semata. Redaksi Detik.com beralasan, foto digunakan untuk memperkuat sisi faktualitas. Seperti yang dikatakan Redaktur Pelaksana Detik.com, Ahmad Toriq.

“Untuk berita peristiwa, memang kami sebisa mungkin menempatkan lebih banyak foto untuk lebih menggambarkan suasana dari suatu peristiwa. Misal untuk foto Ganjar di atas, kami menempatkan lebih banyak foto untuk menggambarkan interaksi Ganjar dan jumlah masyarakat yang terlibat. Kami memang memiliki kebijakan untuk seminim mungkin menyebut jumlah massa terkait pemberitaan orang banyak. Seperti misalnya untuk pemberitaan demonstrasi, penyebutan massa dibanding ratusan orang, ataupun ribuan orang lebih diutamakan, untuk meminimalisir perbedaan data dengan pihak lain. Pemberitaan yang menyebut ribuan ataupun ratusan sering kali berujung komplain karena jumlahnya dirasa tidak sesuai baik oleh pihak yang menggelar kegiatan ataupun pembaca yang mengamati” (jawaban melalui wawancara tertulis).

Foto pertama pada Gambar 4 terlihat Ganjar menyapa seorang ibu berambut putih yang sudah tua. Tangan Ganjar menyentuh tangan ibu tersebut. Ekspresi Ganjar tersenyum ramah, sedangkan ibu yang disapa memperlihatkan ekspresi haru. Di sekitar ibu tersebut, banyak anak-anak yang ekspresinya terlihat senang.



Gambar 4. Ganjar menyapa seorang ibu
Sumber : Detik.com

Foto kedua pada Gambar 5, memperlihatkan Ganjar berada di tengah-tengah warga. Ganjar menyapa anak-anak dan terlihat sedang bercengkrama dengan salah satu anak. Di sekelilingnya banyak warga yang melihat dan sebagian lainnya mengabadikan peristiwa itu dengan kamera ponselnya. Secara umum, foto ini juga memperlihatkan bagaimana kedekatan Ganjar terhadap warga.



Gambar 5. Ganjar menyapa anak-anak

Sumber : Detik.com

Foto ketiga pada Gambar 6, terlihat Ganjar sedang berjalan dengan dikelilinginya dipenuhi warga yang berebut ingin melihat Ganjar. Foto diambil dengan teknik *high angle* sehingga terlihat Ganjar berada di tengah keramaian. Sosok Ganjar terlihat menonjol dengan kemeja putih yang digunakannya dan rambut putihnya. Selain warga, terlihat pula wartawan foto dan juru kamera yang sedang mengabadikan momen itu. Foto ini memperlihatkan Ganjar menjadi pusat perhatian dan lagi lagi, bagaimana antusiasnya warga dalam menyambut Ganjar.



Gambar 6. Ganjar berjalan dikerumuni warga
Sumber : Detik.com

Analisis Berita 2 Ganjar Pranowo :

Berita ini diberi judul: *Ganjar Ajak Masyarakat Rajin Olahraga: Ayo Jangan Mager*. Berita ini mengambil latar aktivitas Jogging Ganjar di Kota Serang, Banten saat momen hari bebas kendaraan (*car free day*) di alun-alun kota Serang. Sama seperti berita sebelumnya, berita ini hanya berisi aktivitas Ganjar yang disertai kutipan dari pernyataannya. Tidak ada narasumber lain yang muncul. Berita terdiri dari 10 paragraf. Di bagian awal, berita menceritakan aktivitas Ganjar dari hotel tempatnya menginap, kemudian menyapa warga hingga ke alun-alun, dan antusiasnya warga menyambut Ganjar. Pada paragraf 8, berita berisi kutipan pernyataan Ganjar, yang disertai penjelasan, dikutip dari keterangan tertulis. Artinya, berita ini bersumber dari *press release* yang dibuat tim Ganjar.

Secara detail, berita ini menggambarkan bagaimana sambutan warga. Hal ini terlihat dari seluruh isi berita, yang menggambarkan bagaimana suasana saat Ganjar berolahraga pagi. Alur berita disajikan secara kronologis dari mulai Ganjar keluar hotel yang diikuti puluhan warga; kemudian sambutan saat di jalan, tiba di alun-alun Serang, hingga Ganjar mengikuti senam. Isi berita didominasi oleh Ganjar. Meski berita menggambarkan sambutan warga, tidak ada kutipan wawancara warga. Yang ada adalah kutipan dari teriakan warga, seperti:

"Pak Ganjar siapa yang punya. Pak Ganjar siapa yang punya. Yang punya kita semua. Pak Ganjar Presiden kita!" teriak warga.

"Ini nih capres pilihan kita. Maju terus Pak Ganjar!" ucap para emak-emak.

Sambutan meriah warga terlihat pada kalimat berikut ini:

Kehadirannya di Kota Serang menjadi magnet bagi masyarakat Serang yang sedang berolahraga.

Penggunaan kata magnet mengindikasikan bahwa Ganjar menjadi pusat perhatian semua orang. Kalimat lainnya seperti berikut:

Sepanjang jalan, Ganjar dikerumuni warga dari berbagai kalangan. Mulai dari anak muda, orang dewasa, hingga emak-emak antusias menyapa Ganjar. Ketika Ganjar tiba di Alun-Alun Serang, warga menyemut mengikuti Ganjar berlari. Teriakan dan suara dukungan kepada bacapres berambut putih itu pun menggema.

Penggunaan kalimat diatas menggambarkan bagaimana antusiasnya warga, dari semua kelompok umur. Penggunaan kata menyemut juga menggambarkan bagaimana Ganjar dikerubuti oleh banyak orang.

Ganjar juga sempat ikut senam bersama emak-emak. Namun, bukannya senam bersama, emak-emak yang sedang senam justru sibuk berdesakan mengajak Ganjar foto bareng.

Susunan kalimat di atas mencerminkan bagaimana wartawan terlibat dalam suasana keceriaan (meskipun berita ini bersumber dari rilis). Konstruksi kalimat yang dibuat seolah ingin membawa pembaca pada kesan kegembiraan warga atas kehadiran Ganjar Pranowo. Hal tersebut diperkuat oleh kutipan teriakan warga. Ganjar seolah menjadi sosok yang diharapkan dapat menjadi Presiden pada Pilpres mendatang. Dari berita ini, penyebutan sosok Ganjar juga terlihat dari penggunaan kata ganti. Kata ganti yang digunakan adalah "*bacapres*", "*bacapres berambut putih*", "*suami Siti Atikoh*".

Penggunaan kata atau frase yang menggambarkan kegembiraan dan dukungan warga terhadap Ganjar Pranowo terlihat pada kata-kata dan frase seperti: kehadirannya yang menjadi magnet, dikerumuni, antusias dalam menyapa, warga yang bersemangat hadir, suara dukungan yang bergema, emak-emak yang sibuk berdesakan, dan dikerubungi.

Lalu, bagaimana sikap atau respons Ganjar terhadap sambutan warga tersebut? Pada berita, hal itu terlihat dari penggunaan kata-kata dan kalimat berikut ini:

*Ganjar yang dikerubungi pun **membalas hangat** warga Serang. Ganjar **menyapa** sambil melayani mereka selfie.*

Kata-kata "mem-balas hangat" dan "menyapa" menggambarkan sosok Ganjar yang ramah dan dekat dengan rakyat. Semua framing yang telah disajikan di atas, diperkuat lagi dengan penempatan foto di bawah judul berita.

Gambar 7 di bawah menunjukkan Ganjar tengah berlari dan diikuti oleh sekelompok warga. Orang-orang di sekitar Ganjar terlihat gembira, beberapa di antaranya mengabadikan momen tersebut dengan menggunakan layar ponsel mereka.



Gambar 7. Ganjar lari pagi diikuti warga
Sumber : Detik.com

Analisis Berita 1 Prabowo Subianto :

Pada 2 Juni 2023, Detik menurunkan laporan berjudul "*Momen Prabowo Diserbu Emak-emak Saat Nonton Tim Persib U-17 di Qatar*". Yang menjadi latar dari berita ini adalah Pertandingan persahabatan antara Persib U-17 dengan anak-anak Indonesia yang berada di Qatar di tribun belakang lapangan Aspire Academy Qatar. Tidak ada kutipan pernyataan dalam berita ini. Yang ada hanyalah kutipan teriakan dari *emak-emak* yang menggambarkan bagaimana antusiasnya *emak-emak* terhadap Prabowo.

"Bapak... Bapak..., foto dong, Pak, Bapak selfie, Pak, ayo, Pak, bareng-bareng selfie, Pak," teriak emak-emak tersebut sembari menggapai tangan Prabowo seperti dalam keterangan tertulis, Jumat (2/6/2023).

"Bapak tahu tidak, Bapak banyak fans loh di sini," kata salah satu emak-emak. "Teriak... teriak 'Indonesia', Pak..." kata emak-emak tersebut kompak.

Berita ini bersumber dari keterangan tertulis, sehingga isinya cenderung menggambarkan hal-hal yang menguntungkan atau positif bagi sosok Prabowo. Dari berita ini, tidak disebutkan apakah wartawan melakukan verifikasi. Oleh karena itu, framing yang dibangun dari berita ini kemungkinan sejalan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh tim Prabowo melalui keterangannya.

Setelah menjelaskan antusiasme *emak-emak* dalam menyambut Prabowo, bagian selanjutnya membahas respons atau sikap Prabowo terhadap sambutan tersebut. Paragraf terakhir memberikan penjelasan tentang konteks kehadiran Prabowo dalam pertandingan sepak bola. Namun, skema berita ini cenderung hanya menyoroti kehebohan *emak-emak* tanpa menjelaskan konteks dari kehadiran Prabowo dalam pertandingan sepak bola tersebut. Nilai berita di sini tampaknya hanya sebatas menciptakan *prominence*, menyoroti Prabowo sebagai menteri dan bakal calon presiden dari Partai Gerindra.

Dalam hal susunan skrip, berita ini tidak menyajikan unsur "*How*" dan "*Why*". Setelah membaca berita ini, pembaca mungkin akan bertanya-tanya mengapa dan bagaimana Prabowo hadir di Qatar. Apakah ini terkait kunjungan kerja atau hanya kebetulan belaka.

Dari segi koherensi, alur berita terasa kurang padu. Perhatikan kutipan teks pada paragraf kedua dan ketiga berikut ini:

Pertandingan persahabatan itu digelar pada Rabu, (30/5/2023). Prabowo diserbu emak-emak yang berada di tribun belakang lapangan Aspire Academy Qatar.

Emak-emak tersebut sudah standby dengan smartphone di tangan. Begitu pluit pertandingan berakhir, mereka langsung berlari berebut ke arah Prabowo.

Di paragraf kedua, disebutkan bahwa Prabowo diserbu oleh sekelompok *emak-emak* di tribun belakang. Namun, pada paragraf berikutnya, mereka sudah *standby* dengan *smartphone* di tangan. Secara logika, seharusnya mereka *standby* terlebih dahulu sebelum menyerbu. Ini menunjukkan kurangnya kronologi dalam pemaparan berita. Berita yang terlalu mengandalkan kutipan semacam ini cenderung mengorbankan akurasi.

Dari segi retorik, penggunaan kata "diserbu" pada judul memberikan gambaran Prabowo didatangi oleh sekelompok orang atau dikepung oleh kerumunan. Hampir

seluruh isi berita ini terdiri dari kutipan yang justru menguatkan framing yang dibangun, yaitu antusiasme emak-emak terhadap Prabowo (lihat kutipan emak-emak di atas). Reaksi Prabowo yang tersenyum direspon dua kali menekankan kesan bahwa Prabowo adalah sosok yang ramah dan dekat dengan emak-emak. Hal ini diperkuat dengan kalimat berikutnya:

Melihat emak-emak tersebut, Prabowo, yang sedari tadi duduk di kursi paling depan, sontak berbalik badan dan langsung tersenyum. Dia menyambut satu per satu tangan emak-emak tersebut.

Prabowo kembali tersenyum, melipat kedua tangannya mengucapkan terima kasih. Dia kemudian bersama-sama mengatur kursi untuk berfoto serta mengambil video bersama emak-emak tersebut.

Strategi wacana sambutan meriah emak-emak dan sosok Prabowo yang ramah tersebut dipertegas dengan penyematan foto dibawah judul berita. Gambar 8 memperlihatkan Prabowo yang duduk dikelilingi emak-emak, dengan berbagai pose dan menunjukkan ekspresi bahagia.



Gambar 8. Prabowo dikelilingi emak-emak
Sumber : Detik.com

Adapun penggunaan kata sifat untuk menggambarkan realitas sosiologis adalah: *antusias*, sedangkan diksi atau frase yang digunakan untuk mendukung frame antusias emak-emak adalah *diserbu, berlari dan menggapai tangan*. kata yang digunakan untuk menggambarkan sosok Prabowo adalah *tersenyum*.

Analisis Berita 2 Prabowo Subianto :

Berita kedua yang dianalisis berjudul, "*Momen Prabowo Bersarung Nonton Timnas U-22 RI Juara SEA Games*". Yang menjadi latar dalam berita adalah Prabowo yang menggunakan sarung warna merah, menonton di layar HP. Aktivitas itu diunggah di akun instagram Prabowo, yang kemudian dikutip oleh Detik menjadi berita. Sama seperti pada berita pertama, karena mengutip dari akun instagram berita tidak disertai adanya wawancara. Detik hanya mengutip *caption* Instagram tersebut, yakni "*sangat membanggakan!*".

Dalam berita ini, aktivitas Prabowo disandingkan dengan aktivitas Presiden Jokowi yang juga menonton timnas sepak bola Indonesia bersama anaknya yang juga Walikota Solo, Gibran Rakabuming. Sama seperti Prabowo, Detik juga mengutip aktivitas presiden tersebut dari akun Instagramnya. Detik juga mengutip *caption* di akun Instagram Jokowi, yang tertulis :

"Indonesia telah 32 tahun menanti untuk kembali menjadi juara SEA Games sepakbola. Dahaga emas itu terbasuh semalam, lewat laga final yang sungguh dramatis. Saya menonton laga ini dari Kota Medan, Sumatera Utara, dengan perasaan yang tegang sampai akhir pertandingan,"

Dalam pemberitaan mengenai aktivitas Prabowo, terdapat pengulangan kalimat yang cukup signifikan. Dari tujuh kalimat dalam berita, lima di antaranya menyajikan informasi seputar aktivitas menonton Timnas sepak bola Indonesia. Pengulangan semacam ini menunjukkan bahwa wartawan sepertinya kurang memiliki bahan atau data yang memadai untuk melengkapi berita tersebut, sehingga terjadi pengulangan informasi. Dalam prinsip penulisan berita, hal semacam ini dianggap kurang efektif dan tidak sesuai dengan prinsip KISS (*Keep It Short and Simple*) yang menjadi dasar dalam penulisan berita.

Sebaliknya, informasi mengenai aktivitas menonton sepak bola Presiden Jokowi disajikan dengan lebih lengkap, terdiri dari 13 kalimat. Selain informasi tentang menonton, berita juga menggambarkan detail tentang orang-orang di sekitar Jokowi, pakaian yang dikenakan, suasana, dan reaksi saat Timnas Indonesia menang.

Dari skema berita, penempatan Prabowo di bagian awal dan menjadi *angle* serta judul berita, menggambarkan Prabowo lebih dominan dalam berita ini. Dengan menempatkan aktivitas Prabowo di bagian awal, kesan Jokowi terlihat lebih sebagai pelengkap. Hal ini menjadi ironis jika dilihat dari konsepsi nilai berita. Pertama, dari segi *prominence*, seharusnya Jokowi sebagai Presiden memiliki nilai berita yang lebih tinggi dibandingkan Prabowo yang merupakan seorang menteri atau pembantu Presiden. Kedua, dari segi kelengkapan berita, informasi tentang Jokowi juga lebih lengkap. Oleh karena itu, lebih wajar jika informasi tentang Jokowi menjadi *angle* atau fokus utama dalam berita.

Dari segi retorik, berita ingin menekankan bahwa Prabowo bangga dengan pencapaian Timnas. Hal ini juga tercermin dari kutipan dari akun Instagram Prabowo yang menyatakan, "*Sangat membanggakan.*" Wartawan juga menyoroti Prabowo yang mengenakan sarung berwarna merah. Untuk mendukung framing tersebut, Detik mengambil foto dari akun Instagram Prabowo yang memperlihatkan Prabowo memegang HP dengan kedua tangan, mengenakan sarung merah. Foto tersebut diambil dari sisi belakang sehingga menampilkan layar HP dengan pertandingan sepak bola dan sarung yang dikenakan. Dengan foto tersebut, tergambar kesan Prabowo sebagai sosok yang sederhana dan merakyat.



Foto 9. Prabowo nonton Timnas di layar HP
Sumber : Detik.com

Pertunjukkan Yang Menghibur

Dari enam berita yang dianalisis, ada aspek menarik tentang kesadaran politisi atau kandidat akan pentingnya pertunjukkan atau *show* dalam aktivitas politik mereka. Ganjar Pranowo melakukannya dengan pendekatan langsung, melakukan blusukan dan olahraga pagi. Melalui blusukan, Ganjar berinteraksi dengan warga dengan berbagai

cara, seperti menyapa, bersalaman, mendengarkan keluhan, mengunjungi yang sakit, dan berbincang dengan anak-anak dan manula.

Dalam olahraga pagi, Ganjar mendekati warga di lokasi yang ramai, seperti alun-alun atau *car free day*. Di sana, dia memberi ruang luas bagi warga untuk berfoto (selfie), menyapa, bahkan berteriak. Pendekatan ini mirip dengan yang dilakukan Joko Widodo saat Pilkada DKI dan Pilpres 2014 dan 2019. Berita mencerminkan antusiasme warga menyambut Ganjar.

Elemen *show* juga terlihat dari foto-foto yang dimuat. Konsep politainment berasal dari pertunjukkan di layar televisi. Sebagai media audio visual, televisi dianggap dapat menampilkan "show" yang menghibur. Dengan tampil di televisi, seorang politisi menjadi lebih dikenal, menjaga popularitas, dan lebih mampu memengaruhi opini penonton. Selain dalam bentuk film dan drama, di banyak negara, isu-isu politik dikemas dalam format program *showbiz* dan komedi.

Dalam konteks media online, show di layar TV digantikan oleh narasi yang dipadukan dengan foto-foto. Pada berita tentang Ganjar Pranowo, terdapat 3 foto yang disajikan. Foto-foto ini tidak hanya memperlihatkan realitas, tapi juga menggambarkan citra khusus. Gambaran sosok Ganjar terlihat sebagai sosok yang ramah, empatik, peduli dengan keluhan warga, dan dekat dengan rakyat. Tampak saat Ganjar menyentuh tangan seorang ibu tua atau saat ia bersapa dengan seorang anak kecil. Unsur show lainnya terlihat dalam berita lain, dengan foto saat Ganjar berlari pagi diikuti oleh ratusan warga. Ekspresi senang dan penggunaan ponsel terlihat dari orang-orang di sekitarnya.

Personalisasi dalam pemberitaan politik, seperti yang terlihat dalam liputan tentang Ganjar, menciptakan kesan glorifikasi terhadap individu. Glorifikasi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah cara memuliakan seseorang. Penempatan bacapres sebagai satu-satunya narasumber berpotensi memunculkan fenomena selebritisasi.

Strategi politainment yang digagas oleh para ahli pemasaran politik dianggap mendorong personalisasi dan bahkan "*selebritisasi*" berlebihan dalam politik, yang menghidupkan populisme politik. Melakukan pertunjukan politik sebagai tontonan dan menyajikan politik melalui budaya populer dapat menciptakan citra yang salah tentang realitas politik, menciptakan semacam "negeri fantasi" politik, yang menghalangi pemahaman dan pertimbangan politik warga negara.

Sementara unsur *show* pada berita Prabowo diserbu emak-emak terlihat bagaimana narasi sambutan emak-emak yang berteriak minta foto selfie sembari menggapai tangan Prabowo: "*Bapak... Bapak..., foto dong, Pak, Bapak selfie, Pak, ayo, Pak, bareng-bareng selfie, Pak,*". Ditambah lagi dengan perkataan emak-emak yang dikutip, "*Bapak tahu tidak, Bapak banyak fans loh di sini,*" narasi tersebut menggambarkan bagaimana riuhnya suasana atas kehadiran Prabowo.

Narasi itu kemudian disandingkan dengan respon Prabowo dengan penggunaan kata tersenyum sebanyak dua kali. Suasana yang tergambarkan tersebut memperlihatkan bagaimana sebuah "*show*" yang menggambarkan Prabowo sebagai sosok yang dielu-elukan, khususnya oleh emak-emak. Strategi wacana sambutan meriah emak-emak dan sosok prabowo yang ramah tersebut dipertegas dengan penyematan foto, di mana Prabowo duduk di tengah emak-emak dengan berbagai pose yang tampak senang.

Budaya Populer dan Pertarungan Citra

Penggunaan budaya populer dalam praktik politik dipandang sebagai strategi baru dalam ranah politik. Konsep budaya populer, mengutip Strinati (1995; Storey

2006) seperti yang dijabarkan oleh Haryanto (2012), merujuk pada berbagai ragam tindakan komunikatif yang tersebar luas, disajikan untuk mayoritas masyarakat 'biasa' atau oleh mereka, atau kombinasi keduanya. Williams (1983) mendefinisikan kata "populer" dalam empat konteks, yaitu: (1) disukai banyak orang; (2) jenis pekerjaan yang sederhana; (3) karya yang dibuat untuk menghibur; (4) budaya yang dibuat oleh individu untuk kepentingan dirinya sendiri (Gustam, 2015).

Penggambaran citra melalui simbol tertentu sangat jelas terlihat dalam aktivitas politik para Bacapres yang kemudian diangkat Detik.com sebagai berita. Prabowo, saat menonton final Timnas Indonesia melalui layar HP dan mengenakan sarung, memberikan kesan tertentu. Menonton lewat layar HP merupakan kebiasaan generasi melek digital masa kini, yang lebih sering berinteraksi dengan HP daripada layar televisi. Prabowo dengan tindakan ini mengidentifikasi dirinya sebagai generasi Z atau milenial. Penggunaan sarung juga menggambarkan kesederhanaan, mengaitkan dirinya dengan kebiasaan sehari-hari mayoritas warga.

Namun, Anies dalam rentang Mei-Juni (saat penelitian ini dilakukan) tidak banyak terlibat dalam aktivitas lapangan yang melibatkan massa. Sebagian besar kegiatannya diunggah di media sosial, dua di antaranya menjadi objek penelitian ini. Tanpa melibatkan massa, Anies memilih aktivitas simbolis yang menarik perhatian media. Pertama, ketika Anies bersepeda dan berfoto di lokasi bekas tugu Jakarta, hasil dari "pemerintahannya". Kedua, saat Anies menulis tentang "menikmati subsidi pemerintah" saat menggunakan bus listrik TransJakarta. Dalam kedua berita ini, Anies menggunakan level simbolik, memberikan sindiran atau kritikan terhadap pemerintahan saat ini, baik ke Pemerintahan Jokowi maupun ke Pemprov DKI Jakarta.

Dalam berita bersepeda di tugu, Anies ingin menunjukkan dirinya sebagai pihak yang sering disalahkan atas kebijakannya yang tidak selaras dengan Presiden Jokowi. Dalam berita subsidi mobil listrik, sindiran disampaikan melalui majas satire dalam caption foto dan diperkuat dengan pemuatan dua foto pada berita. Dengan strategi ini, Anies ingin memperkuat citra sebagai sosok yang berlawanan dengan presiden, berani mengkritik penguasa dan menawarkan perubahan, sejalan dengan nama koalisi partai politik yang mendukungnya, Koalisi Perubahan untuk Persatuan.

Pencitraan dalam politik merupakan hal yang sering dilakukan. Citra menjadi modal penting bagi aktor politik untuk mendapatkan dukungan. Karena itu, tidak mengherankan jika Daniel Boorstin dalam karyanya, "The Image: A Guide to Pseudo-Events in America", mengungkapkan bahwa citra lebih penting daripada substansi. Citra telah menggantikan pengalaman dan wacana sebagai cara untuk memahami dunia sosial. Kini, kita terpapar dalam dunia citra yang spektakuler dan memukau. Istilah citra kini merujuk pada kesan publik yang dibentuk dan dibuat-buat (Istiqomah, 2013).

Berita Humas dan Minimnya Suara Warga

Dalam penelitian ini, dari sampel berita yang dianalisis, terlihat bahwa berita hanya menjelaskan aktivitas Bacapres, yang dalam jurnalistik masuk ke dalam ranah realitas sosiologis, berbeda dengan realitas psikologis. Realitas sosiologis menunjukkan apa yang terjadi dalam suatu realitas, sementara realitas psikologis lebih terkait dengan apa yang dipikirkan atau dikatakan oleh individu atau kelompok dalam masyarakat. Dengan demikian, realitas psikologis cenderung bersifat subjektif, berbeda dengan sifat objektif pada realitas sosiologis. Temuan menarik dari penelitian ini menunjukkan bahwa berita dengan fokus pada realitas sosiologis tidak selalu bersifat objektif, karena dipengaruhi oleh pada pilihan narasi dan kemasan atau penyajian berita. Dalam berita yang dianalisis, meskipun mengandung fakta, namun terdapat penggunaan kata sifat

yang berlebihan seperti "antusias" dan menggambarkan sambutan warga secara heroik, yang kemudian membuat subjektivitas wartawan sulit dihindari.

Deskripsi peristiwa politik ini ternyata tidak muncul secara kebetulan, melainkan merupakan kebijakan redaksi Detik.com, sesuai dengan pengakuan Redaktur Pelaksana Detik.com, Ahmad Toriq dalam wawancara dengan peneliti.

"Kalo berita peristiwa, kita memang harus deskriptif. Baik berita demo, ataupun capres ketemu warga. Kita ingin membawa pembaca seolah olah ada hadir ditengah suasana itu. Hal lain, sebenarnya yang buat kita lebih penting dari sekedar janji janji politik adalah interaksi mereka dengan warga. Sambutan mereka gimana...."

Kebijakan redaksi seperti ini dipilih karena menjadi bagian dari melihat kekuatan peta para bacapres. Sambutan antusias di satu daerah akan memperlihatkan bahwa bacapres tersebut kuat di daerah tertentu. Informasi yang seperti ini, bagi Toriq, juga merupakan bagian dari penyajian berita yang komprehensif, sehingga pembaca bisa memahami dengan utuh. Pertimbangan lainnya adalah terkait jumlah pembaca.

"Kalo dari pengamatan dan mengacu pada berita populer, berita kayak gitu relatif banyak pembacanya. Org lebih suka. Istilahnya itu judgment dari pihak ketiga. Bukan klaim dari orang disana (bacapres, pen)...."

Ahmad Toriq menyadari bahwa berita deskriptif dalam aktivitas yang ditampilkan para bacapres akan menguntungkan citra bacapres itu sendiri. Dari pandangan redaksi Detik hal tersebut adalah sesuatu yang sah dilakukan bacapres.

"Menurut kita, pencitraan itu tidak masalah, selama dia benar benar turun. Benar-benar kerja. Yang masalah itu, buat kita, pencitraan, tapi gak ada kerjanya. Tapi dalam kontestasi poiltik, hal hal seperti ini juga wajib diketahui oleh pembaca".

Dalam panduan liputan Pemilu 2024 oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI), salah satu prinsip kunci adalah independensi. Media massa harus menjunjung tinggi informasi yang netral dan independen selama Pemilu, memberikan fakta dan informasi yang menjadi pijakan bagi masyarakat dalam membuat keputusan. Independensi media ini penting agar jurnalis tidak terjerumus dalam subjek yang diliput, sehingga mereka dapat melihat peristiwa dengan jernih dan tanpa bias.

Dari penelitian ini terlihat bahwa berita yang dianalisis hanya menjadikan kandidat sebagai satu-satunya narasumber, tanpa ada narasumber lain sebagai penyeimbang, alih alih yang berlawanan. Terkecuali pada berita Anies Baswedan saat berpose di tugu yang dulunya menampilkan tulisan Jakarta Kota Kolaborasi, yang memberikan ruang pada Pemprov DKI untuk berbicara, meskipun kemudian disangkal oleh politisi Partai Demokrat. Sementara pada liputan Ganjar Pranowo, wartawan memberikan laporan terperinci dan kronologis, termasuk respons dari warga. Dinamika berita semacam ini mencerminkan kesan bahwa media hanya menjadi saluran penghubung atau perpanjangan suara Bacapres, atau menjadi semacam corong. Alur cerita sebenarnya bukan dibuat oleh media, melainkan oleh kandidat yang berhasil mengatur framing sesuai yang mereka inginkan.

Meski begitu, bagi redaksi Detik, kehadiran Bacapres sebagai narasumber tunggal seringkali sulit dihindari.

"Sah-sah saja. Selama tdk ada pihak yang dituduh. Kecuali ada tuduhan agak berat gitu. Biasanya kita akan cari konfirmasi dulu. Perlakuannya, antara kita akan sisipkan jawabannya sedikit disitu. Lalu kita bikin lagi satu beritanya.atau naiknya berdekatan"

Termasuk ketika detik juga mengutip mentah mentah dari siaran pers dari tim bacapres. Tariq mengakui, hal itu dilakukan pada peristiwa yang memang tidak diliput.

"Memang untuk beberapa kita yang gak bisa reach, kita bikin dari rilis. kita selalu sampaikan apa adanya, kalo dari siaran pers, kita akan sebut di berita. Dan biasanya kita minta foto, video atau rekaman suara. Kita tetap akan konfirmasi. Iya. Contohnya di rilis disebut, ribuan massa menyambut. Kita akan selalu bilang hilangkan ribumannya. Kita ganti kata massa. Kita cek foto, videonya. Baru kemudian kita muat. Atau kalo ada pernyataan yang, ah masak sih dia ngomong gitu. Nah itu kita minta statementnya"

Dalam jurnalisme, berita rilis atau yang hanya menghadirkan pandangan satu kandidat sebaiknya dihindari. Khususnya dalam peliputan politik, terutama selama kampanye, penting bagi media untuk tidak hanya membatasi diri pada aspek seremonial dari kegiatan kampanye. Lebih baik jika berita fokus menggali isu-isu dan program yang ditawarkan oleh partai atau kandidat kepada masyarakat. Media juga sebaiknya memberi ruang lebih besar kepada warga untuk berbicara, bukan sekadar menjadi corong bagi kandidat. "Menjadi suara bagi yang tak memiliki suara (voice the voiceless)." Jurnalis harus berupaya menjaga agar media tetap menjadi ruang publik yang terbuka bagi partisipasi semua warga. Jurnalis juga berupaya menyuarakan kelompok yang sulit diakses oleh media, mengangkat perspektif mereka (Suranto *et al.*, 2008).

Selain itu, Detik mengalami kendala dalam menjaga keseimbangan berita. Pada periode tertentu, ada Bacapres yang aktif dalam kegiatan kampanye, sementara yang lainnya cenderung kurang aktif. Ahmad Toriq mengakui bahwa dalam rentang waktu penelitian (Mei-Juni), aktivitas Bacapres Anies terbilang minim, sementara Ganjar dan Prabowo justru lebih aktif.

"Ada kendala saat memenuhi aspek keberimbangan. biasanya redaksi akan ngulik berita berita yang capresnya lagi sepi kegiatan. yang menjadi sasaran biasanya adalah postingan di media sosial. itulah kenapa medsos menjadi cara untuk mendapatkan berita".

Pernyataan tersebut terkonfirmasi saat dikaitkan dengan temuan penelitian. Dua berita Anies Baswedan dan satu berita Prabowo Subianto yang dianalisis dalam penelitian ini, isinya hanya mengutip dari media sosial.

Kesimpulan

Unsur politainment tergambar dalam enam berita yang dianalisis, terutama dalam aktivitas Bacapres yang disorot, membentuk citra positif dari Bacapres itu sendiri. Berbagai kegiatan seperti blusukan, bertemu warga, menelusuri gang sempit, bersosialisasi dengan berbagai kelompok masyarakat, hingga menampilkan diri dalam suasana yang merakyat, semuanya disorot dalam berita-berita ini.

Detik.com umumnya mengemas berita tentang aktivitas Bacapres dengan orientasi deskriptif yang mencerminkan realitas sosiologis. Pendekatan ini merupakan kebijakan redaksi Detik.com yang ingin membawa pembaca merasakan nuansa dan suasana di lokasi kejadian. Detik ingin menghindari sekadar berita yang hanya berisi janji politik, melainkan lebih fokus pada interaksi dan kedekatan Bacapres dengan warga. Akibatnya, berita-berita yang dihasilkan cenderung menonjolkan sisi positif dari bacapres, seperti sambutan antusiasme warga terhadap kandidat.

Namun, temuan penelitian menunjukkan dominasi bacapres sebagai satu-satunya narasumber dalam berita, dengan minimnya peran suara warga. Bila ada suara warga, sering kali hanya kutipan dari teriakan pendukung bacapres tertentu. Berita juga

cenderung banyak mengutip dari postingan di akun media sosial bacapres, sementara konfirmasi yang memperkaya data atau fakta seringkali minim. Kemasan berita politik seperti ini menimbulkan kesan Detik.com sebagai narator yang mendukung bacapres, terutama karena minimnya kritik dan kehadiran narasumber penyeimbang.

REFERENSI

- Allifiansyah, Sandy. (2017). Ketika Politik Begitu Menghibur (Studi *Politainment* Dalam Perspektif Ekologi Media Di Industri Pertelevisian Indonesia). Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi ISKI, Vol 1, No 01. <http://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/94/104>
- Astutik, Puji Widi. (2015) Pemberitaan Citra Politik Capres 2014 Di Harian Solopos. Jurnal The Messenger Volume VII, Nomor 2. DOI: 10.26623/themessenger.v7i2.292
- Creswell, John. W (2016). Research Design. Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danielson, M. & Rolandsson, T. (2020). Politicians as entertainers - a political performance of the personal. Continuum Journal of Media & Cultural Studies. DOI: 10.1080/10304312.2020.1793911
- Detikcom. (2023, July 18). Survei IPWS : Detikcom Media Paling Sering Diakses Jelang Pilpres 2024. Berita. Detik.com, 1-1. <https://news.detik.com/berita/d-6830168/survei-ipws-detikcom-media-online-paling-sering-diakses-jelang-pilpres-2024>
- Eriyanto. (2008). Analisis Framing. Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media. Yogyakarta: LKIS.
- Gustam, Rizky R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. Journal Ilmu Komunikasi, 2015, FISIP Univ. Mulawarman Samarinda. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal%20-%20Rizky%20Ramanda%20Gustam%20\(02-25-15-06-07-31\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal%20-%20Rizky%20Ramanda%20Gustam%20(02-25-15-06-07-31).pdf)
- Haryanto, Ariel. (2012). Budaya Populer di Indonesia. Mencairnya identitas pasca Orde Baru. Yogyakarta: Jalasutra.
- Heryanto, Gun Gun & Rumar, Shulhan. (2013). Komunikasi Politik. Sebuah Pengantar. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ikhwan, Muhammad. (2002). Unsur-Unsur Propaganda Dalam Berita Politik (Analisis isi berita Sidang Istimewa MPR RI 2001 di Harian Kompas dan Republika). Univ. Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).
- Istiqomah, Ria Rahmatul. (2013) Kampanye politik di televisi sebagai budaya populer. Jurnal Interaksi, Vol II No.2. DOI: 10.14710/interaksi.2.2.193-200.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- LaMarre, Heather. (n.d.) Political Entertainment: History Traditions and Contemporary Genres. Communication. Oxfordre.com. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.103>
- Lestari, Mayang Sari Indar. (2019). Politik Yang Menghibur, Analisis Framing Pan dan Kosicki Pemberitaan Politainment Jokowi dalam Tribunnews.com pada Masa Kampanye PILPRES 2019. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.
-

- Nafinuddin, Surianti (2020). Majas (majas perbandingan, majas pertentangan, majas perulangan, majas pertautan). DOI: 10.31219/osf.io/a8rwt
- Riegert, Kritstina & Collins, Sue. Politainment. Chapter · January 2016. In book: The International Encyclopedia of Political Communication. diakses dari: https://www.researchgate.net/publication/314841116_Politainment
- Subiakto, Henry & Ida, Rachmah. (2012). Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suranto, H., Ramdojo, J Judy, & Wisudo, P Bambang. (2008) Kritis Meliput Pemilu. Jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan dan Friedrich Ebert Stiftung.
- Tsakona, Villy & Popa, Diana Elena. (2011) Studies in Political Humour In between political critique and public entertainment. John Benjamins Publishing Company.
- Tualeka, M.Ikhsan. (2023, September 14). "Gemoy, Santuy" hingga Guyon Rasa "Endorse" Capres. Nasional. Detik.com, 1-1.
<https://nasional.kompas.com/read/2023/11/14/06075941/gemoy-santuy-hingga-guyon-rasa-endorse-capres?page=all>