

Analisis Framing Pemberitaan Pemilu Presiden 2024 Pada Website www.rri.co.id Dan www.antaranews.com

Vivi Vebiyanti¹⁾, Jasafat²⁾, Syahril Furqany³⁾

¹⁾ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh

²⁾ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh

³⁾ Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh

e-mail Correspondent: 210401018@student.ar-raniry.ac.id

Received: 10-01-2025

Revised: 20-03-2025

Accepted: 07-05-2025

Info Artikel

Abstract

This research analyzes the framing of news regarding presidential (capres) and vice-presidential (cawapres) candidates in the 2024 election on the websites [rri.co.id](http://www.rri.co.id) and [antaranews.com](http://www.antaranews.com). The main focus of the study is how these two media outlets frame news related to the Presidential and Vice Presidential Election of the Republic of Indonesia in 2024. The objective of this research is to identify and analyze the news frames presented by both websites. The method used is a descriptive qualitative approach with framing analysis based on Robert N. Entman's model. The results show that [rri.co.id](http://www.rri.co.id) provides a positive framing for the Anies-Muhaimin and Prabowo-Gibran pairs, although there are negative elements. Coverage of Ganjar-Mahfud portrays them as enthusiastic and aggressive candidates, while also highlighting the challenges they face. Meanwhile, on [antaranews.com](http://www.antaranews.com), Anies-Muhaimin is presented positively with word emphasis that influences perception, while Prabowo-Gibran is framed more critically, focusing on survey results and past defeats. Ganjar-Mahfud is also presented positively, but the coverage raises skepticism regarding their collaboration with Timnas Amin.

Keywords:

Framing, Online Media, Election, Presidential Election

Abstrak.

Penelitian ini menganalisis *framing* pemberitaan mengenai calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) dalam Pemilu 2024 di website [rri.co.id](http://www.rri.co.id) dan [antaranews.com](http://www.antaranews.com). Fokus utama penelitian adalah bagaimana kedua media tersebut membingkai berita terkait Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis bingkai berita yang disajikan oleh kedua website tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis *framing* berdasarkan model Robert N. Entman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa [rri.co.id](http://www.rri.co.id) cenderung memberikan *framing* positif terhadap pasangan Anies-Muhaimin dan Prabowo-Gibran, meskipun dengan penonjolan aspek tertentu. Sementara pemberitaan tentang Ganjar-Mahfud ditampilkan sebagai paslon semangat dan agresif, tetapi juga menyoroti tantangan yang dihadapi yang ditampilkan dalam *framing* yang negatif. Sementara [antaranews.com](http://www.antaranews.com), Anies-Muhaimin ditampilkan positif dengan penekanan kata yang memengaruhi persepsi, sementara Prabowo-Gibran ditampilkan secara kritis, fokus pada hasil survei dan catatan kekalahan. Ganjar-Mahfud juga ditampilkan positif, namun pemberitaannya menimbulkan skeptisisme terkait kolaborasi dengan Timnas Amin.

Kata kunci:

Framing, Media Online, Pemilu, Pemilihan Presiden

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia telah sukses dilaksanakan secara serentak pada tanggal 14 Februari 2024, dengan menghadirkan tiga pasangan kandidat yang memiliki tingkat

elektabilitas tinggi dalam persaingan merebut kursi Presiden. Setiap pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang bertanding menghadirkan profil pasangan calon presiden (Capres) dan calon wakil presiden (Cawapres) yang seluruhnya menjabat dalam pemerintahan. Tiga figur politik yang bersaing untuk mendapatkan dukungan masyarakat adalah Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD (Tenri, 2023).

Dalam peristiwa politik, media berfungsi sebagai alat untuk memperkenalkan diri, visi, misi, prestasi, serta pemikiran para kandidat dalam memimpin Indonesia. Media diharapkan untuk bersikap independen dan objektif, sehingga masyarakat dapat menerima informasi secara proporsional (Zuhro, 2019). Pernyataan ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Wakil Menteri Komunikasi dan Informatika, Nezar Patria, yang dikutip dari situs resmi *Kominfo*, kini dikenal sebagai *Komdigi*. Ia menekankan pentingnya regulasi dan pedoman dalam penyelenggaraan media selama Pemilu, yang harus dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam peliputan Pemilu 2024. Nezar juga meminta agar semua media menghormati prinsip-prinsip jurnalistik. "*Sudah sepatutnya media bersifat netral pada saat pelaksanaan Pemilu. Media pun berperan untuk menyediakan kesempatan yang adil bagi kandidat dan partai untuk kampanye,*" (*Kominfo*, 2023).

Namun, jika menganalisis potret pemberitaan selama masa pemilu, beberapa media secara terang-terangan menunjukkan dukungannya kepada kandidat tertentu. Salah satu contohnya adalah *TVOne*, sebuah stasiun televisi berita terbesar di Indonesia, yang terlihat memiliki bias dalam penyajian beritanya dengan mengunggulkan pasangan calon Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka (Siagian & Ritonga, 2024). Penelitian lain menemukan bahwa *CNNIndonesia.com* membingkai Anies Baswedan sebagai calon presiden yang kurang diminati, sementara lebih banyak menyoroti sisi positif Ganjar Pranowo. Di sisi lain, *Kompas.com* menampilkan Anies Baswedan sebagai calon presiden yang mendapat dukungan publik, terutama dari kelompok buruh, sementara Ganjar Pranowo tampak kurang populer di kalangan komunitas tersebut (Wardani et al., 2023). Keterlibatan media yang begitu besar dalam Pemilu 2024 menunjukkan kecenderungan untuk memberitakan kandidat yang mereka dukung, sehingga timbul kesan bahwa pendukung Prabowo lebih cenderung menyaksikan *TVOne*, sementara yang lebih menyukai Ganjar dapat menonton *CNNIndonesia*, dan penggemar Anies cukup melihat *KompasTV*."

Menurut Sudibyo (2001), media tidak bersifat netral, berbagai kepentingan dari kelompok yang berbeda seringkali tidak diperlakukan secara setara dan adil. Ketidaknetralan ini dapat terlihat dalam cara media menyajikan berita, yang dapat mempengaruhi persepsi publik. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana dua media online, *rri.co.id* dan *antaranews.com*, menyajikan berita pemilihan presiden (Pilpres). Dalam sebuah berita, terdapat penekanan dan penonjolan aspek dari informasi yang ditampilkan dengan fokus yang berbeda. Sebagai contoh, berita yang dimuat pada situs web RRI pada edisi Selasa, 06 Februari 2024, dengan *headline*: "*Sikap Demokratis, Capres Ganjar Ajak Makan Pendukung Prabowo-Gibran*" (Hidayat, 2024), menyoroti sikap Ganjar yang mengajak makan pendukung Prabowo-Gibran, menggambarkan dirinya sebagai sosok yang toleran dan peduli terhadap pendukung paslon lain. Di sisi lain, berita yang dimuat dalam situs web *antaranews* pada edisi Rabu, 10 Januari 2024, dengan *headline*: "*Kampanye hari ke-44, Anies agenda pribadi dan Cak Imin ke Surabaya*" (Izan, 2024), lebih menekankan agenda pribadi Anies, sementara Cak Imin akan berkampanye di Surabaya. Contoh-contoh ini menggambarkan bagaimana setiap media dapat menonjolkan aspek tertentu dari berita, yang dapat berdampak pada pemahaman dan sikap pembaca terhadap calon presiden.

Penelitian ini mengkaji bagaimana media membentuk persepsi publik terhadap suatu peristiwa. Masyarakat cenderung menerima pesan berita apa adanya dan menganggapnya objektif.

Namun, analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa realitas yang disajikan telah direkonstruksi dan dibingkai oleh media sesuai dengan tujuan dan kepentingannya. Melalui kemampuan *framingnya*, media dapat membentuk isu atau realitas dalam sebuah berita dari sudut pandangnya sendiri, yang pada gilirannya dapat mengarahkan masyarakat untuk berpikir sejalan dengan perspektif media tersebut. Proses ini memungkinkan media untuk mengubah isu positif menjadi negatif, atau sebaliknya, dalam cara mereka membingkai berita (Agustiani dkk, 2020). Setiap media memiliki *frame* tertentu dalam pemberitaannya, Analisis *Framing* adalah pendekatan yang mengeksplorasi ide utama dari suatu gagasan melalui struktur atau elemen wacana tertentu, sehingga dapat membantu mengungkap makna yang tersembunyi di balik isu, peristiwa, objek, atau aktor tertentu (Suharyo, 2021). Dengan demikian, analisis *framing* digunakan untuk mengkaji *konstruksi* naratif media dan pengaruhnya terhadap persepsi pembaca. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana media massa mengemas peristiwa, *merekonstruksi* realitas, suasana, keadaan, dan pandangan yang berkaitan dengan peristiwa tersebut (Zulaikha, 2019).

Keberpihakan kedua media tersebut belum dapat dipastikan namun, terdapat indikasi bahwa keduanya mungkin memiliki pendekatan yang berbeda dalam pemberitaan Pilpres 2024, dengan menggunakan *framing* yang berbeda untuk masing-masing calon presiden. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih lanjut perbedaan sikap kedua media tersebut dalam Pilpres 2024, yang tercermin dalam pendekatan dan gaya pemberitaan yang berbeda. Fokus penelitian ini adalah pada pemingkai berita calon presiden dan wakil presiden 2024, dengan periode pengamatan dari 19 Oktober 2023 hingga 14 Februari 2024, di website *rri.co.id* dan *antaranews.com*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami makna dan penggunaan bahasa dalam menyampaikan hasil penelitian secara rinci (Lestari, 2021). Analisis *framing* dipilih sebagai metode utama karena kemampuannya menggali ide-ide inti dari suatu konsep melalui elemen wacana tertentu, yang relevan untuk mengungkap makna tersembunyi di balik isu, peristiwa, objek, atau aktor dalam konteks pemberitaan media (Suharyo, 2021). Unit analisis mencakup artikel berita dari dua media yang fokus pada pemilu presiden 2024. Penulis mengunjungi *portal* berita kedua media dan mencari artikel terkait dengan kata kunci “Pilpres 2024” dan “Pemilu 2024”, sambil memperhatikan rentang waktu penerbitan. Penelitian ini juga melibatkan kajian pustaka dari buku, jurnal, dan artikel relevan, baik cetak maupun daring.

Durasi penelitian mencakup periode dari pendaftaran capres dan cawapres hingga hari pemungutan suara, yaitu dari 19 Oktober 2023 hingga 14 Februari 2024. Penulis tidak akan menganalisis semua berita yang diterbitkan selama periode tersebut, tetapi akan mengelompokkan berita-berita untuk setiap pasangan calon (paslon) relevan dengan subtopik tertentu yang terdiri dari 18 berita untuk dianalisis. Berita-berita yang dimaksud meliputi: 1. Pemberitaan sebelum masa kampanye, yaitu pada tanggal 19 Oktober 2023, yang bertepatan dengan periode pendaftaran ke KPU. 2. Pemberitaan selama masa kampanye, yaitu pada tanggal 28 November 2023, yang merupakan hari pertama kampanye. 3. Pemberitaan setelah masa kampanye, yaitu pada tanggal 14 Februari 2024, saat hari pemungutan suara dilakukan.

Teknik analisis data yang akan diterapkan oleh penulis adalah analisis teks media *framing*. Model analisis *framing* yang digunakan adalah pendekatan Robert N. Entman, yang lebih fokus pada cara penonjolan dalam berita yang disajikan di website *rri.co.id* dan *antaranews.com*, serta bagaimana pemberitaan tersebut menjadi lebih bermakna dan menarik bagi publik. Pada konsepsi Robert N. Entman mencakup empat tahap dalam proses *framing*. Pertama, pendefinisian masalah

(define problem), Penulis akan mengidentifikasi isu-isu utama yang muncul dalam pemberitaan pemilu presiden 2024 lalu menganalisis bagaimana berita tersebut dipresentasikan dan konteks apa yang digunakan untuk menggambarkan peristiwa pemilu. Kedua, memperkirakan masalah atau sumber masalah (diagnose cause), yang berkaitan dengan bagaimana peristiwa tersebut dipahami dan siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah tersebut. Ketiga, membuat keputusan moral (make moral judgement), yang melibatkan penilaian terhadap nilai-nilai moral yang digunakan untuk menjelaskan masalah dan tindakan yang diambil. Keempat, menekankan penyelesaian (treatment recommendation), yaitu solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu serta langkah-langkah yang harus diambil untuk menyelesaikannya (Eriyanto, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan politik pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2024, penulis menganalisis berita Pilpres dari dua media yaitu *rri.co.id* dan *antaranews.com* yang dimulai tanggal 19 Oktober 2023 hingga 14 Februari 2024 yang berjumlah 101 berita dari website *rri.co.id* dan 157 berita dari website *antaranews.com*. Berdasarkan informasi yang diperoleh, penulis mengelompokkan berita-berita tersebut menurut subtopiknya, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. berita rri.co.id

Sub Topik	Paslon	Jumlah Berita
Pra kampanye	Anies-Muhaimin	11
	Prabowo-Gibran	12
	Ganjar-Mahfud	13
Saat kampanye	Anies-Muhaimin	7
	Prabowo-Gibran	16
	Ganjar-Mahfud	5
Pasca kampanye	Anies-Muhaimin	9
	Prabowo-Gibran	11
	Ganjar-Mahfud	16

Sumber: rri.co.id

Tabel 2. berita antaranews.com

Sub Topik	Paslon	Jumlah Berita
Pra kampanye	Anies-Muhaimin	23
	Prabowo-Gibran	21
	Ganjar-Mahfud	16
Saat kampanye	Anies-Muhaimin	18
	Prabowo-Gibran	8
	Ganjar-Mahfud	17
Pasca kampanye	Anies-Muhaimin	17
	Prabowo-Gibran	19
	Ganjar-Mahfud	13

Sumber: antaranews.com

Analisis Pemberitaan Pemilu Presiden pada Website *rri.co.id*.

Pada subtopik pra-kampanye, pasangan Anies-Muhaimin memperoleh 11 berita di website *rri.co.id*, dengan fokus pada peliputan proses pendaftaran ke KPU dan antusiasme pendukung yang mengawal proses tersebut. Sementara itu, pasangan Prabowo-Gibran mendapatkan 12 berita, dengan liputan yang lebih komprehensif, mencakup aktivitas sebelum pendaftaran, proses pendaftaran, dan kondisi lingkungan yang dipadati pendukung hingga menyebabkan pengalihan arus lalu lintas. Pasangan Ganjar-Mahfud memperoleh 13 berita, dengan liputan yang lebih kompleks dan mendetail, mencakup kendaraan dan pakaian yang mereka gunakan, proses penyambutan, harapan keduanya, serta suasana saat pendaftaran berlangsung.

Pada subtopik saat kampanye, pemberitaan di RRI menunjukkan bahwa pasangan Anies-Muhaimin mendapatkan 7 berita yang lebih menyoroti aspek formal kampanye, seperti lokasi dan pesan strategis Anies, termasuk komitmen terhadap masalah agraria dan peringatan untuk menghindari praktik jual beli suara. Sementara itu, Prabowo-Gibran memperoleh 16 berita yang fokus pada aktivitas tim kampanye mereka, terutama pada hari pertama, serta berita cek fakta terkait hoaks untuk menjaga kredibilitas. Pasangan Ganjar-Mahfud hanya mendapatkan 5 berita, yang mencakup lokasi kampanye perdana dan kurang mendapat sorotan, meskipun ada pemberitaan tentang wejangan Megawati dan pemasangan 27.000 baliho untuk meningkatkan visibilitas mereka.

Pada subtopik pasca kampanye, analisis pemberitaan di RRI menunjukkan bahwa pasangan Anies-Muhaimin memperoleh 9 berita yang mencerminkan dinamika pemilu, termasuk aktivitas sebelum dan setelah pencoblosan, serta upaya Muhaimin dalam menjaga transparansi pemilu. Sementara itu, Prabowo-Gibran mendapatkan 11 berita yang lebih fokus pada suasana dan lokasi TPS, tanpa laporan tentang pemantauan atau kegiatan pasca-pemilihan. Pasangan Ganjar-Mahfud memperoleh 16 berita, yang menyoroti aktivitas mereka sebelum dan sesudah pemungutan suara, termasuk dukungan dari keluarga.

Analisis Pemberitaan Pemilu Presiden Pada Website *antaranews.com*

Pada subtopik pra kampanye, pemberitaan di *antaranews.com* menunjukkan bahwa pasangan Anies-Muhaimin mendapatkan 23 berita yang mendetail mengenai aktivitas mereka, termasuk penyambutan meriah oleh Surya Paloh dan pendukung, serta proses pendaftaran yang diiringi penampilan ondel-ondel dan barongsai. Momen Anies meminta restu sebelum pendaftaran juga diabadikan, bersama dengan kondisi lingkungan saat kedatangan rombongan. Sementara itu, pasangan Prabowo-Gibran memperoleh 21 berita yang komprehensif, mencakup persiapan dan kegiatan sebelum pendaftaran, serta proses pendaftaran di KPU. Pemberitaan ini juga menyoroti kesiapan KPU dan detail menarik seperti penggunaan mobil mewah Prabowo dan ucapan selamat dari Puan Maharani. Pasangan Ganjar-Mahfud mendapatkan 16 berita yang lebih menonjolkan kegiatan sebelum pendaftaran, termasuk penggunaan mobil dinas RI Soekarno oleh Ganjar, penyambutan antusias dari relawan, orasi Ganjar, dan pawai budaya, serta penyampaian visi dan misi pasangan calon.

Pada subtopik saat kampanye, *antaranews* meliput pasangan Anies-Muhaimin dalam 18 berita, dengan fokus pada aktivitas Anies di Jakarta Utara dan Bogor. Pemberitaan mencakup dukungan dari Wali Kota Bogor, program-program Anies, target suara, sambutan relawan, serta momen personal seperti menikmati kuliner lokal dan doa restu dari ibunya. Penggunaan sepeda motor sebagai moda transportasi dan kegiatan tim kampanye juga disorot, meskipun liputan

tentang Muhaimin di Jakarta Timur kurang mendetail. Sementara itu, *antaranews* menerbitkan 8 berita tentang pasangan Prabowo-Gibran yang lebih menekankan pada kegiatan rutin mereka, dengan sedikit sorotan terhadap aktivitas tim kampanye yang membagikan makan siang dan susu gratis. Berita juga mencakup rencana bantuan ke Palestina, tetapi tidak sedalam liputan Anies-Muhaimin. Untuk pasangan Ganjar-Mahfud, *antaranews* menerbitkan 17 berita yang cukup detail, mencakup lokasi kampanye, aktivitas selama kampanye, dan program unggulan mereka.

Pada subtopik pasca kampanye, pasangan Anies-Muhaimin mendapatkan 17 pemberitaan yang lebih banyak menyoroti keunggulan mereka di beberapa TPS, serta dukungan yang diterima Anies dan lokasi tempat ia mencoblos. Aktivitas Anies disorot secara mendalam, termasuk meminta doa dari ibunya, mengucapkan terima kasih kepada petugas KPPS, dan himbauan masyarakat untuk mencoblos pada logo Amin. Sementara itu, pemberitaan mengenai Prabowo-Gibran ditampilkan dalam 19 berita yang fokus pada keunggulan mereka di beberapa TPS dan hasil perhitungan quick count. Di sisi lain, *antaranews* melaporkan 13 berita tentang Ganjar-Mahfud, yang mencakup keunggulan di beberapa TPS, tetapi juga menyoroti kekecewaan terhadap hasil hitung cepat. Berita tersebut juga menampilkan sikap Ganjar menjelang pencoblosan dan upaya tim Ganjar-Mahfud untuk mengusut dugaan kecurangan pemilu.

Berdasarkan temuan berita di atas, penulis mengkategorikan berita yang akan dianalisis menurut sub topik dari masing-masing media, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. berita yang di analisis dari website rri.co.id

Sub Topik	Paslon	Judul Berita
Pra kampanye	Anies-Muhaimin	Paslon AMIN Telat Daftar Capres-Cawapres ke KPU
	Prabowo-Gibran	KPU Sebut Rabu Merupakan Hari Keramat
	Ganjar-Mahfud	Daftar ke KPU, Ganjar: Ini Bukan Tentang Kekuasaan
Saat kampanye	Anies-Muhaimin	Hari Pertama Kampanye, Anies-Muhaimin Blusukan Empat Titik Jabodetabek
	Prabowo-Gibran	Hari Pertama Masa Kampanye, Prabowo-Gibran Memilih Tetap Bekerja
	Ganjar-Mahfud	Ganjar-Mahfud 'Gaspol' Blusukan di Hari Pertama Kampanye
Pasca kampanye	Anies-Muhaimin	Anies Optimis Masuk Putaran Kedua Pilpres 2024
	Prabowo-Gibran	Prabowo 54% di Survei Indikator, Pilpres 1 Putaran?
	Ganjar-Mahfud	Suara Ganjar Kecil, PDI-P Solo Merasa Berjuang Sendiri Lawan 7 Parpol Koalisi

Sumber: rri.co.id

Tabel 4. berita yang di analisis dari website antaranews.com

Sub Topik	Paslon	Judul Berita
Pra kampanye	Anies-Muhaimin	Anies: Pasangan Anies-Muhaimin siap beri contoh konsistensi
	Prabowo-Gibran	Puan ucapkan selamat kepada Prabowo-Gibran yang sudah mendaftar ke KPU
	Ganjar-Mahfud	Megawati: Ganjar-Mahfud harapan baru rakyat mencapai kemakmuran
Saat kampanye	Anies-Muhaimin	Kampanye pertama Anies di Bogor, dukungan Atang wali kota bergemuruh
	Prabowo-Gibran	Gerindra: Prabowo-Gibran belum kampanye karena masih urus pemerintahan
	Ganjar-Mahfud	Arsjad Rasjid: Kampanye Ganjar-Mahfud simbol persatuan Indonesia
Pasca kampanye	Anies-Muhaimin	Tom Lembong sebut suara AMIN dikawal dari sistem internal
	Prabowo-Gibran	KedaiKOPI catat Prabowo-Gibran unggul hampir di seluruh provinsi
	Ganjar-Mahfud	TPN Ganjar-Mahfud buka komunikasi ke Timnas Amin usut kecurangan Pemilu 2024

Sumber: antaranews.com

Framing Berita Pada Sub Topik Pra Kampanye

Berdasarkan pembedahan *framing* dapat dianalisis bahwa pemberitaan yang ditampilkan oleh RRI lebih kritis terhadap Paslon AMIN, dengan menyoroti keterlambatan mereka saat pendaftaran ke KPU. Dalam narasi pemberitaan, disebutkan bahwa penyebab keterlambatan tersebut adalah karena terjebak macet dan sempat tertahan oleh para pendukung sebelum masuk ke gedung KPU. Keterlambatan pendaftaran ini dapat mengindikasikan kurangnya persiapan atau manajemen yang buruk, yang menunjukkan bahwa tim kampanye tidak memiliki rencana cadangan atau strategi yang baik untuk mengatasi situasi yang tidak terduga. Sementara itu, Pasangan Prabowo-Gibran mendapatkan sorotan yang lebih positif dari RRI, dengan menyoroti istilah "hari keramat" yang disampaikan oleh Ketua KPU pada pendaftaran keduanya di hari Rabu. Istilah tersebut dapat membangun narasi yang lebih kuat dan positif bagi Prabowo-Gibran. Pada Pasangan Ganjar-Mahfud, RRI juga memberikan sorotan positif, menyoroti pernyataan dari Ganjar Pranowo yang menunjukkan integritas dan komitmennya dalam melayani publik.

Sementara *antaranews.com* menampilkan pemberitaan yang lebih positif terhadap Pasangan Anies-Muhaimin dengan menyoroti kesiapan dan dukungan mereka untuk membawa perubahan. Pernyataan Anies mengenai konsistensi menunjukkan komitmen mereka dalam menghadapi tantangan politik, yang dapat membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap pasangan ini. Di sisi lain, *antaranews* menampilkan pemberitaan yang lebih kritis terhadap Pasangan Prabowo-

Gibran, dengan menyoroti sikap Puan Maharani yang mengucapkan selamat kepada Prabowo-Gibran atas pendaftaran mereka. Ucapan selamat ini mencerminkan dukungan dari PDIP, meskipun dalam pemberitaan juga terdapat pertanyaan mengenai status Gibran sebagai kader PDIP, yang dapat menciptakan ketidakpastian di kalangan pemilih. Sementara itu, pemberitaan mengenai Ganjar-Mahfud menampilkan dukungan penuh dari Ketua Umum PDIP, Megawati Soekarnoputri. Dukungan ini memberikan legitimasi dan kekuatan tambahan bagi pasangan ini, yang dapat menarik perhatian pemilih PDIP dan pemilih yang lebih luas.

Framing Berita Pada Sub Topik Saat Kampanye

Pada pasangan Anies-Muhaimin, *RRI* menekankan pada aktivitas blusukan Anies dan Muhaimin di empat titik lokasi, serta visi dan misi yang ingin dijalankan selama masa pemilihan presiden. Sementara itu, pemberitaan mengenai Prabowo-Gibran lebih menampilkan keputusan untuk tetap menjalankan tugas dan tanggung jawab pekerjaan saat ini, dengan catatan bahwa mereka akan mengambil cuti jika ada agenda penting, seperti panggilan oleh KPU atau Bawaslu. Di sisi lain, *RRI* memberikan kesan semangat dan agresif pada kampanye Ganjar-Mahfud dengan kata "Gaspol" dalam *headline* beritanya. *RRI* menyoroti pendekatan yang digunakannya yang berbeda, yaitu dengan menginap di rumah warga.

Sementara itu, pemberitaan yang disajikan oleh *antaranews* pada pasangan Anies-Muhaimin menekankan pada dukungan politik dari Atang untuk mencalonkan diri sebagai Wali Kota Bogor saat mengawal kampanye Anies-Muhaimin. Penggunaan kata "bergemuruh" memperlihatkan antusiasme dan dukungan yang kuat, serta menunjukkan bahwa dukungan lokal menjadi aset penting bagi Anies dan Muhaimin. Selanjutnya, dalam berita kedua, *antaranews* menampilkan alasan yang disampaikan Gerindra, Prabowo-Gibran belum kampanye karena sedang menjalankan tugas sebagai Menteri Pertahanan dan Wali Kota. Pemberitaan tersebut juga menyebutkan bahwa keduanya akan turun langsung ke lapangan untuk melakukan kampanye di masa mendatang. Pada berita ketiga, *antaranews* menyajikan makna kampanye Ganjar-Mahfud yang berkampanye dari Sabang hingga Merauke, dengan mengutip penjelasan dari Arsjad Rasjid. Pemberitaan ini menekankan bahwa kampanye mereka merupakan simbol dari sila ketiga Pancasila, yaitu Persatuan Indonesia, dan menunjukkan pentingnya persatuan serta keberagaman dalam kampanye mereka.

Framing Berita Pada Sub Topik Pasca Kampanye

Berita yang disajikan oleh *RRI* mengenai ketiga pasangan calon presiden menunjukkan perbandingan dalam cara penyampaian dan fokus informasi. Pada berita pertama, menyoroti optimisme Anies-Muhaimin, dengan Anies yang yakin akan masuk ke putaran kedua pemilihan presiden. Dalam pemberitaan, ditampilkan bahwa optimisme itu lahir dari aspirasi masyarakat yang banyak menginginkan perubahan untuk Indonesia menjadi lebih baik. Sebaliknya, dalam pemberitaan mengenai Prabowo-Gibran, *RRI* menampilkan hasil survei Indikator Politik Indonesia yang menunjukkan perolehan suara tertinggi untuk pasangan ini. Namun, di balik angka yang menggembirakan tersebut, terdapat pertanyaan mengenai ketidakpastian jumlah putaran dalam pilpres. Sementara itu, pada pasangan Ganjar-Mahfud, berita ini menyoroti tantangan yang dihadapi Ganjar dan PDI-P, dengan penekanan pada "suara kecil" dan perasaan "berjuang sendiri," serta menyoroti kekecewaan Ketua DPC PDI Perjuangan Solo, FX Hadi Rudyatmo, terhadap perolehan suara Ganjar-Mahfud yang belum memenuhi harapan.

Pemberitaan *antaranews* menampilkan dinamika persaingan. Pada berita pertama, *antaranews* menyoroti pengawalan perolehan suara Anies-Muhaimin yang dilakukan melalui sistem internal, dengan adanya penekanan pada pentingnya menunggu hasil resmi dari KPU. Di sisi lain, pemberitaan mengenai Prabowo-Gibran mengutip hasil dari Lembaga Survei KedaiKOPI, yang mencatat bahwa pasangan ini unggul hampir di seluruh provinsi; namun, ada catatan penting tentang kekalahan di Aceh dan Sumatera Barat. Sementara itu, berita tentang Ganjar-Mahfud menimbulkan pertanyaan pada kolaborasi Tim Pemenangan Nasional (TPN) yang berencana untuk membuka komunikasi dengan Timnas Anies-Muhaimin untuk mengusut dugaan kecurangan Pemilu.

KESIMPULAN/CONCLUSION

Berdasarkan uraian analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam cara pemberitaan pada website *rri.co.id* dan *antaranews.com* terhadap pasangan calon (Paslon) dalam pemilihan umum. Pada pengemasan berita yang dilakukan oleh *rri.co.id* untuk ketiga pasangan calon presiden menunjukkan variasi dalam nuansa positif dan negatif. Pada pasangan Anies-Muhaimin, Pemberitaan awalnya menekankan keterlambatan pendaftaran, yang dapat memberikan kesan negatif. Namun, kemudian pemberitaan menyoroti optimisme Anies tentang peluang mereka untuk masuk ke putaran kedua, yang memberikan kesan positif. Selanjutnya pada pemberitaan pasangan Prabowo-Gibran disajikan seimbang karena tidak hanya menampilkan keputusan yang diambil dan keunggulan mereka dalam survei Namun, kemudian diimbangi dengan rencana kampanye dan juga menyoroti ketidakpastian tentang jumlah putaran dalam pilpres. Sedangkan pengemasan berita pasangan Ganjar-Mahfud Pemberitaan awalnya menekankan komitmen mereka untuk tidak memperebutkan kekuasaan, yang memberikan kesan positif. Namun, kemudian pemberitaan juga menyoroti tantangan yang dihadapi Ganjar dan PDI-P, termasuk kekecewaan terhadap perolehan suara yang rendah, yang memberikan kesan negatif.

Pengemasan berita di *antaranews.com* mengenai ketiga pasangan calon presiden menunjukkan nuansa yang lebih positif dan mendukung, dengan fokus pada dukungan politik, konsistensi, dan simbolisme dalam kampanye. Untuk pasangan Anies-Muhaimin, pemberitaan menyoroti kesiapan mereka dalam memberikan contoh konsistensi serta dukungan kuat dari tokoh lokal, seperti Wali Kota Bogor, yang menciptakan kesan positif dan antusiasme di kalangan pendukung. Sementara itu, pemberitaan tentang pasangan Prabowo-Gibran mencatat ucapan selamat dari Puan Maharani, yang mencerminkan dukungan dari PDIP, serta hasil survei yang menunjukkan keunggulan mereka di hampir seluruh provinsi. Namun, ada penekanan tentang status Gibran dan catatan kekalahan pada dua provinsi. Untuk Ganjar-Mahfud, pemberitaan menekankan harapan yang disampaikan oleh Megawati dan simbol persatuan yang diusung dalam kampanye mereka, serta langkah proaktif Tim Pemenangan Nasional untuk membuka komunikasi dengan Timnas Anies-Muhaimin terkait dugaan kecurangan pemilu, yang menimbulkan skeptisisme terhadap kolaborasi tersebut.

REFERENCES (DAFTAR PUSTAKA)

- Agustiani, R., Umran, L. M., & Iba, L. (2020). Analisis Framing Berita Politik Pemilihan Presiden Tahun 2019 pada Media Online Zonasultra. com. *Convergence*, 2(1), 52–63.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Nurul Huda (ed.)). LKIS.
- Hidayat, D. (2024). *Sikap Demokratis, Capres Ganjar Ajak Makan Pendukung Prabowo-Gibran*. RRI. <https://www.rri.co.id/pemilu/546288/sikap-demokratis-capres-ganjar-ajak-makan->

pendukung-prabowo-gibran

- Izan, K. (2024). *Kampanye hari ke-44, Anies agenda pribadi dan Cak Imin ke Surabaya*. 10-1-2024. <https://www.antaranews.com/berita/3908244/kampanye-hari-ke-44-anies-agenda-pribadi-dan-cak-imin-ke-surabaya>
- Kominfo, B. H. K. (2023). *Siaran Pers No. 557/HM/KOMINFO/12/2023 tentang Dukung Netralitas Media, Wamenkominfo Dorong Ikuti Regulasi Pemilu*. Komdigi.Go.Id. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-557-hm-kominfo-12-2023-tentang-dukung-netralitas-media-wamenkominfo-dorong-ikuti-regulasi-pemilu>
- Lestari, S. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi(kuantitatif,kualitatif,analisis teks,cara menulis artikel untuk jurnal nasional dan internasional* (Sunarto (ed.); 1st ed.). Alfabeta.
- Siagian, P., & Ritonga, M. U. (2024). Analisis Framing Dalam Pemberitaan Politik Di tvonenews.com: Studi Kasus Pemilihan Presiden 2024. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 126–139.
- Sudibyo, A. (2001). *Politik media dan pertarungan wacana*. LKIS Pelangi Aksara.
- Suharyo. (2021). *Kajian Babasan dengan Pendekatan Analisis Framing* (1st ed.). Tiga Media.
- Tenri, D. (2023). *KPU Gelar Pengundian dan Penetapan Nomor Urut Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2024*. Komisi Pemilihan Umum. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12088/kpu-gelar-pengundian-dan-penetapan-nomor-urut-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024>
- Wardani, A., Suprayitno, D., & Wahyuningratna, R. N. (2023). Framing pemberitaan calon presiden pada media online CNNIndonesia. com dan Kompas. com. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 54–79.
- Zuhro, R. S. (2019). Demokrasi dan pemilu Presiden 2019. *Jurnal Penelitian Politik*, 16(1), 69–81.
- Zulaikha, N. H. (2019). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018 pada Situs Berita Daring Indonesia. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 91–110.