

BAB I

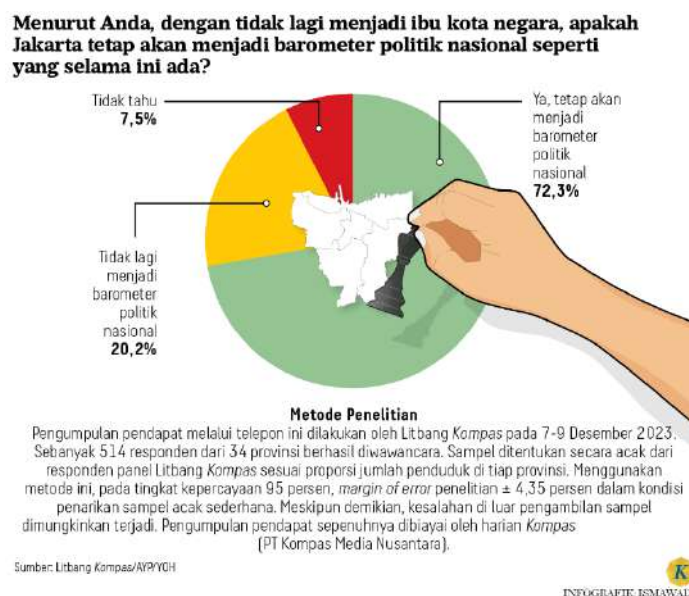
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi DKI Jakarta termasuk satu dari sekian banyak wilayah di Indonesia yang akan menyelenggarakan Pilkada pada tahun 2024. Pilkada di DKI Jakarta pada tahun ini adalah sebuah perhelatan politik yang berlangsung setiap lima tahun sekali dengan tujuan untuk memilih pemimpin daerah, yakni gubernur dan wakil gubernur, yang akan menjabat secara definitif untuk periode kepemimpinan yang dimulai pada tahun 2025 hingga 2030 (Muhammad, 2022). Rangkaian Pilkada DKI Jakarta 2024 ini telah dimulai pada tanggal 24 Agustus 2024 dengan pengumuman pendaftaran pasangan calon. Pada tanggal 22 September 2024, Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengumumkan bahwa terdapat tiga pasangan calon untuk posisi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Mengutip situs resmi Detik (detik.com, diakses pada 21 Oktober 2024), KPU menetapkan pasangan calon yang akan berlaga dalam pemilihan tersebut adalah Pramono Anung dan Rano Karno, Ridwan Kamil dan Suswono, serta Dharma Pongrekun dan Kun Wardana.

Seperti yang kita ketahui, Jakarta memang sudah tidak lagi menjadi ibu kota Indonesia. Hal ini telah ditetapkan pada tanggal 28 Maret 2024, di mana Rancangan Undang-Undang tentang Provinsi Daerah Khusus Jakarta (RUU DKJ) telah disahkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Dengan disahkannya Undang-Undang ini, Jakarta tidak lagi berstatus sebagai ibu kota Indonesia. Meskipun Jakarta tidak lagi menjadi ibu kota, Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2024 tetap menjadi ajang politik yang sangat dinantikan oleh masyarakat dan berbagai partai politik, karena dianggap sebagai kontestasi politik yang paling menentukan (Muhammad, 2022). Selain itu, Pilkada DKI Jakarta 2024 ini juga menjadi ajang kontestasi yang paling dinantikan karena Jakarta diketahui akan tetap memiliki status khusus sebagai wilayah dengan sekitar 15 kewenangan khusus untuk Pemerintah Daerah Khusus Jakarta. Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 41 ayat 4 UU IKN yang menyebutkan bahwa “kewenangan tersebut meliputi bidang pekerjaan umum dan penataan ruang, perumahan dan permukiman, investasi, perhubungan, lingkungan hidup, industri, pariwisata, ekonomi kreatif, serta sektor perdagangan, pendidikan, kesehatan, kebudayaan, pengendalian penduduk dan KB, administrasi kependudukan, kelautan, perikanan, dan ketenagakerjaan.”

Masyarakat Indonesia pun meyakini bahwa dinamika politik di Jakarta diprediksi akan tetap menjadi indikator utama dalam mengukur perkembangan politik di seluruh Indonesia. Keyakinan ini tercermin berdasarkan hasil survei yang diselenggarakan oleh Litbang Kompas pada Desember 2023, di mana survei menunjukkan bahwa sekitar 72,3% responden percaya bahwa Jakarta akan tetap menjadi barometer politik nasional. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia masih menganggap Jakarta sebagai pusat utama yang menentukan arah serta tren politik di tingkat nasional. Dengan demikian, keyakinan bahwa Jakarta tetap akan menjadi barometer politik nasional dapat dipahami sebagai bentuk harapan masyarakat terhadap ibu kota untuk terus merepresentasikan Indonesia ke arah yang lebih baik.



Gambar 1.1 Survei yang Dilakukan oleh Litbang Kompas

Sumber: Kompas.com (diakses pada 31 Oktober 2024)

Salah satu paslon atau pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta adalah Pramono Anung-Rano Karno. Dilansir dari situs resmi Viva (viva.co.id, diakses pada 02 Desember 2024), Ketua Tim Pemenangan Pramono-Rano, yaitu Lies Hartono, mengungkapkan bahwa Pramono-Rano telah menyusun strategi kampanye dalam menghadapi Pilkada DKI Jakarta 2024 ini. Melalui wawancara, Lies Hartono menjelaskan bahwa pasangan calon Pramono-Rano melaksanakan kampanye dengan merangkul dan membereskan permasalahan masyarakat dari bawah. Selain itu, Pramono Anung-Rano Karno juga berencana akan bertemu dengan berbagai tokoh penting negara. Lies Hartono

menyatakan bahwa pertemuan tersebut akan memberikan wawasan dan masukan yang berharga bagi Pramono-Rano.



Gambar 1.2 Pemberitaan Mengenai Strategi Kampanye Pramono-Rano

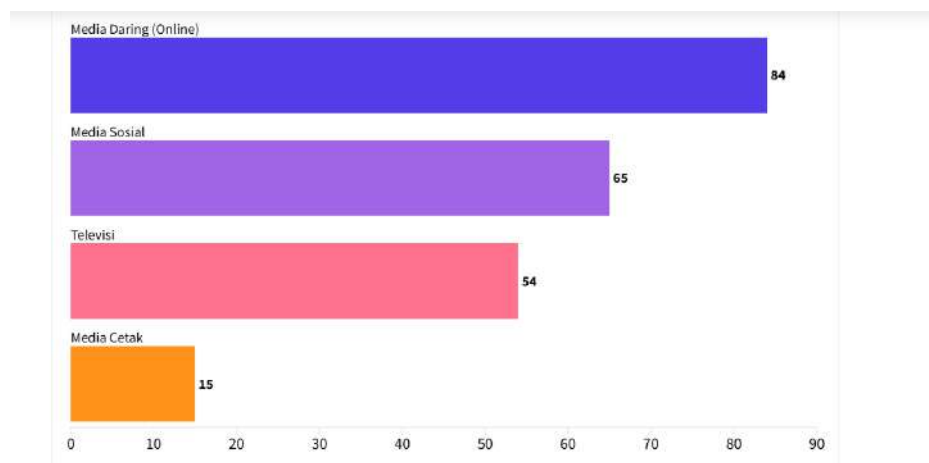
Sumber: viva.co.id (diakses pada 02 Desember 2024)

Strategi kampanye politik yang digunakan oleh pasangan calon Pramono Anung-Rano Karno ini tentunya bertujuan untuk membangun citra politik terhadap pasangan calon ini selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2024. Citra politik yang terstruktur akan menguntungkan pasangan calon untuk berkampanye dengan baik. Pencitraan politik merujuk pada upaya seseorang atau kelompok untuk membangun citra atau image tertentu di mata publik dalam rangka memenangkan dukungan politik atau mempertahankan posisi politik yang sudah ada. Pencitraan politik dilakukan dengan cara-cara seperti memanfaatkan media massa, melakukan kampanye, atau berbicara di depan publik (Bungin, 2018). Firmanzah (2008) yang dikutip oleh Haris et al. (2022) mengungkapkan bahwa pencitraan (*imaging*) merupakan salah satu aspek penting dalam kampanye politik untuk membentuk citra positif seorang kandidat di mata publik.

Fenomena pencitraan politik marak terjadi dalam kampanye pemilihan, termasuk selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2024. Media massa seringkali digunakan oleh para pasangan calon dalam kontestasi politik untuk membangun pencitraan politik mereka guna menyampaikan pesan positif kepada khalayak. Media massa yang dapat dimanfaatkan untuk saling menyampaikan pesan kepada masyarakat adalah radio siaran, televisi, surat kabar atau majalah, serta film. Seiring dengan berjalannya waktu, kemajuan teknologi komunikasi yang semakin pesat dan disertai dengan kemudahan akses internet,

kini masyarakat dapat mengakses berita hanya dengan mengandalkan internet saja dengan hadirnya media daring atau *online* (Romli, 2016).

Reiga Aditya Primayuda dalam buku *Media Massa Cetak dan Online dalam Milenialisme* (2020) menjelaskan bahwa media *online* merupakan sebuah wadah untuk berkomunikasi dan saling bertukar informasi yang disajikan secara daring di situs yang terintegrasi oleh internet. Istilah media *online* digunakan karena penggunaannya mengharuskan perangkat komunikasi untuk terhubung dengan internet. Media daring memungkinkan segala bentuk komunikasi dan penyebaran informasi menjadi lebih mudah untuk dilakukan, karena masyarakat dapat saling bertukar informasi hanya dengan mengakses perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet, seperti telepon genggam, komputer, atau laptop. Media daring secara umum merupakan segala jenis dan bentuk media yang mengharuskan para penggunanya untuk mengakses media tersebut dengan menggunakan internet. Bentuk media tersebut mencakup berbagai format dan dapat berupa teks, foto, video, maupun audio. Dalam konteks komunikasi massa, media *online* merujuk pada sebuah media yang memberikan segala jenis bentuk karya jurnalistik secara daring, seperti berita, artikel, dan *feature* secara daring (Primayuda, 2020). Bahkan laporan dari Reuters Institute pada tahun 2023 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih banyak mengakses media pemberitaan daring dengan persentase sebesar 84%.



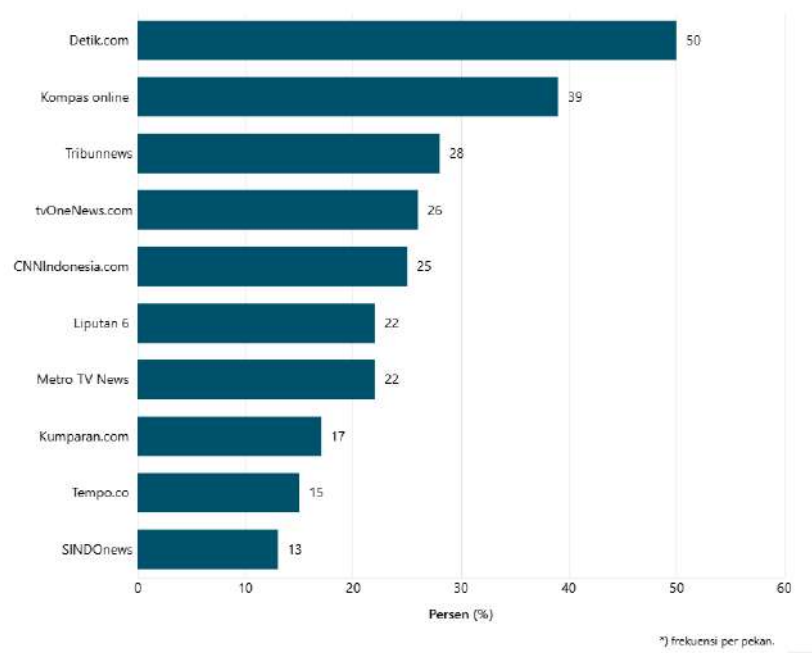
Gambar 1.3 Sumber Berita yang Paling Banyak Dipakai Masyarakat Indonesia (Januari – Februari 2023)

Sumber: Databoks.id (diakses pada 21 Oktober 2024)

Pada era saat ini, media massa juga seringkali digunakan oleh para pasangan calon dalam setiap pemilihan umum maupun pemilihan kepala daerah sebagai alat untuk

mempromosikan para pasangan calon dalam bentuk kampanye politik. Pada perkembangan teknologi pada saat ini, media daring menjadi saluran utama untuk memengaruhi pandangan masyarakat dan opini publik, khususnya pada masa kampanye pemilu atau pilkada (Mukarom, 2020). Media massa merupakan saluran yang paling efektif digunakan untuk membentuk opini publik dalam komunikasi politik. Opini publik dalam komunikasi politik memiliki kekuatan dalam mengubah sistem politik yang ada dengan cara membangun sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah politik atau aktor politik. Dalam konteks ini, media massa menyampaikan segala pembicaraan mengenai politik kepada khalayak. Bentuk pembicaraan politik tersebut dalam media massa antara lain berupa teks atau berita politik yang mengandung simbol-simbol dan fakta-fakta politik.

Pada awal tahun 2024, laporan Reuters Institute dilansir dari situs Databoks (databoks.id, diakses pada 21 Oktober 2023) merilis survei yang menunjukkan media-media pemberitaan daring yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. Hasil laporan tersebut menunjukkan portal berita daring yang paling banyak dikunjungi dan diakses oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebanyak 50% responden survei adalah Detik.com. Selanjutnya, di urutan kedua sebagai portal berita daring yang paling banyak diakses adalah Kompas.com dengan persentase sebesar 39% responden. Urutan ketiga adalah portal berita Tribunnews dengan persentase 28% dan disusul oleh tvOneNews.com di urutan keempat dengan persentase sebesar 26%. Selanjutnya, di urutan kelima diduduki oleh portal berita CNN Indonesia dengan persentase 25% dan disusul oleh Liputan 6 di urutan keenam dengan persentase sebesar 22%. Urutan ketujuh diduduki oleh Metro TV News dengan persentase 22%, urutan kedelapan diduduki oleh Kumparan.com dengan persentase 17%, urutan kesembilan ditempati oleh Tempo.co dengan persentase 15%, dan urutan terakhir atau urutan kesepuluh ditempati oleh Seputar Indonesia News atau SINDOnews dengan persentase 13%.



Gambar 1.4 10 Media *Online* yang Paling Banyak Digunakan Warga Indonesia 2024

Sumber: Databoks.id (diakses pada 21 Oktober 2024)

Selain menjadi media pemberitaan *online* yang paling banyak diakses oleh warga Indonesia, Detik.com dan Kompas.com juga menjadi media pemberitaan daring yang paling banyak meliput dan mengunggah pemberitaan mengenai para pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2024, terutama pemberitaan mengenai pasangan calon Pramono Anung-Rano Karno selama periode kampanye berlangsung, yaitu dimulai dari tanggal 25 September hingga 24 November 2024. Pada periode tersebut, Kompas.com tercatat telah meliput sebanyak 70 berita dan Detik.com meliput sebanyak 80 berita mengenai strategi kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Pramono-Rano. Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa pemilihan media pemberitaan daring Kompas.com dan Detik.com adalah pilihan yang tepat karena kedua portal berita ini lebih aktif memberitakan mengenai Pilkada DKI Jakarta 2024 apabila dibandingkan portal berita *online* lainnya.

Portal Berita Daring	Jumlah Berita Mengenai Pilkada DKI Jakarta 2024
Detik.com	80
Kompas.com	93

Metrotvnews.com	60
Tempo.co	65
CNNIndonesia.com	60
Sindonews.com	50
Kumparan.com	57
Tribunnews.com	55
TVOnenews.com	54
Liputan6.com	40

Tabel 1.1 Jumlah Pemberitaan Mengenai Strategi Kampanye Pramono-Rano pada Setiap Portal Berita Online

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Dalam menulis berita, setiap portal berita daring tentunya memiliki perspektif dan cara pandang yang berbeda-beda dalam menyeleksi isu yang akan ditonjolkan pada setiap berita yang ditulis. Hal ini juga berlaku pada pemberitaan mengenai strategi kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Pramono Anung-Rano Karno pada Pilkada DKI Jakarta 2024, di mana media membangun realitas yang ada dengan judul dan sudut pandang yang berbeda. Peristiwa tersebut pun dikemas dalam bentuk pemberitaan yang kemudian dikembangkan oleh setiap media sehingga menjadi sebuah bingkai pemberitaan atau *framing*. Pembingkai berita atau *framing* adalah cara untuk menyusun pengalaman dan realitas yang kompleks secara subjektif (Kartini et al., 2020). Melalui *framing*, masyarakat dapat melihat kenyataan dari sudut pandang tertentu, sehingga tampak lebih bermakna dan teratur. Kartini et al. (2020) pun menambahkan bahwa media membantu mengatur fakta kehidupan sosial sehari-hari dan menyajikannya melalui bentuk cerita. Analisis pembingkai atau *framing* mempelajari bagaimana seseorang mengatur pengalaman mereka agar dapat memahami dan memberi arti pada berbagai peristiwa dan aktivitas dalam hidup yang sedang berlangsung, begitu pula pada pemberitaan mengenai strategi kampanye yang dilakukan oleh Pramono Anung-Rano Karno, di mana beberapa media daring memberitakan peristiwa tersebut dengan ragam sudut pandang.

Model analisis *framing* yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis *framing* yang dicetuskan oleh Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Pan dan Kosicki mendefinisikan framing sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol dengan cara menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada

pesan tersebut. Terdapat dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan dalam teori framing menurut Pan dan Kosicki. Pertama, pada konsepsi psikologi yang lebih menekankan bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua, pada konsepsi sosiologis yang hanya melihat bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Dalam analisis framing dengan pendekatan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terdapat empat struktur, yaitu struktur sintaksis yang merupakan cara wartawan dalam menyusun fakta, struktur skrip atau cara wartawan mengisahkan fakta, struktur tematik atau cara wartawan dalam menuliskan fakta dan keempat struktur retorik atau cara wartawan dalam menekankan fakta. Oleh sebab itu, penulis memilih model analisis framing Pan & Kosicki karena pada model analisis ini tidak hanya melihat pembingkai berita berdasarkan pemakaian tanda yang terlihat pada teks berita saja, melainkan model ini juga mengamati bagaimana pemilihan kata yang dimunculkan pada bagian-bagian berita mulai dari headline, isi, penutup, hingga gambar yang digunakan (Eriyanto, 2015:293).

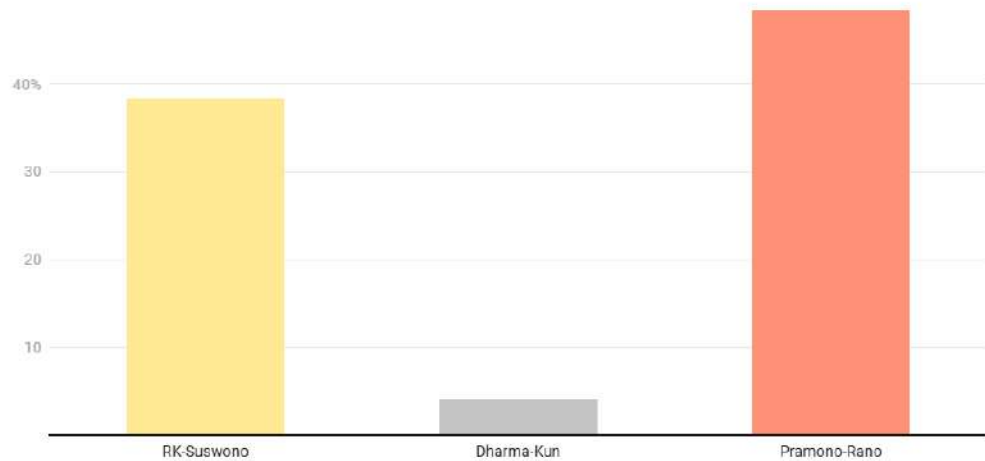
Dalam penelitian lain, peneliti mengutip temuan dari studi yang dilakukan oleh Haru et al. pada tahun 2024, yang berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Calon Presiden Anies Baswedan pada Media Online Tempo.Co Jelang Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 Periode 1 Mei-30 Juni 2023”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori *agenda setting*, sementara teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *framing* berdasarkan konsep Robert Entman untuk mengkaji pemberitaan mengenai Anies Baswedan sebagai calon presiden di media *online* Tempo.co. Hasil analisis menunjukkan bahwa Tempo.co cenderung menampilkan citra negatif terhadap Anies Baswedan dalam pemberitaannya menjelang Pemilu 2024. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Tempo.co telah melakukan *framing* yang tidak netral terhadap Anies Baswedan.

Penelitian lain dilakukan oleh Wattimena & Latuheru (2021) dengan judul “Analisis Framing: Pemberitaan Kampanye Tiga Pasangan Calon Pilkada Maluku Periode Tahun 2018-2023 pada iNews TV Ambon.” Penelitian ini berfokus pada cara media massa, terutama iNews TV Ambon, membingkai pemberitaan mengenai kampanye tiga pasangan calon dalam Pilkada Maluku 2018-2023. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta menerapkan metode analisis framing yang didasarkan pada konsep yang diperkenalkan oleh Robert Entman. Hasil penelitian mengungkap bahwa pemberitaan kampanye Pilkada Maluku 2018 di program iNews Maluku oleh iNews TV Ambon menunjukkan adanya pola

framing. Pembingkaiian pada liputan mengenai pasangan Assagaf-Rentanubun lebih menyoroti keterlibatan anak-anak dalam pidato serta kampanye yang dianggap sebagai bentuk pelanggaran. Sementara itu, pemberitaan tentang pasangan Murad-Orno lebih banyak menyoroti visi-misi mereka serta dukungan kuat dari sejumlah partai koalisi.

Dilansir dari situs resmi Kompas (Kompas.com, diakses pada 25/06/2025), Direktur Eksekutif Lembaga Survei Charta Politika, Yunarto Wijaya, Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta memiliki riwayat selalu dimenangkan oleh pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang pencalonannya tidak disangka-sangka dengan hasil survei elektabilitas yang selalu kalah apabila dibandingkan dengan pasangan calon lainnya, namun berhasil meningkatkan elektabilitas dengan pesat. Yunarto Wijaya menyebutkan bahwa pasangan calon tersebut dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 kali ini adalah Pramono Anung-Rano Karno karena tidak ada yang menduga dengan pencalonan pasangan calon ini. Selain itu, Yunarto Wijaya berpendapat bahwa popularitas pasangan calon ini masih jauh di bawah lawan politiknya sehingga sulit untuk meraih elektabilitas yang tinggi.

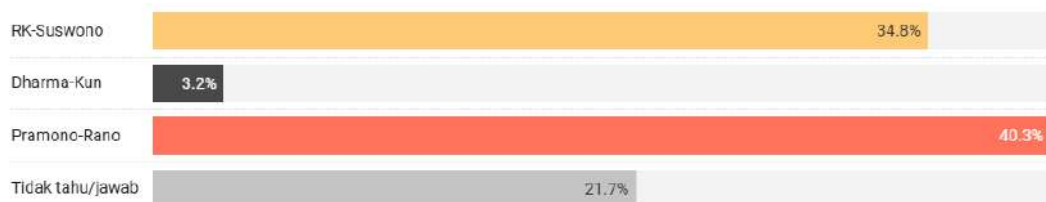
Akan tetapi, elektabilitas pasangan calon Pramono-Rano pun meningkat pesat. Hal ini dibuktikan pada hari terakhir kampanye, yakni tanggal 23 November 2024, tiga lembaga survei Indonesia mengumumkan survei elektabilitas antara ketiga pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2024. Berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan oleh Indopolling, elektabilitas pasangan calon Pramono-Rano lebih unggul dari kedua pasangan calon lain dengan perolehan elektabilitas yang mencapai 48,4%. Salah satu survei elektabilitas dilakukan oleh Indopolling pada 8-15 November terhadap 880 responden yang dipilih dengan metode *multistage random sampling*, angka *margin of error* sebesar kurang lebih 3,3% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%.



Gambar 1.5 Survei Elektabilitas Ketiga Paslon Cagub & Cawagub DKI Jakarta 2024 via Indopolling

Sumber: cnnindonesia.com (diakses pada 02 Desember 2024)

Lembaga survei lain, yaitu Polmark, juga turut mengukur elektabilitas ketiga pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2024. Hasilnya pasangan calon Pramono Anung-Rano Karno meraih elektabilitas tertinggi dengan perolehan 40,3%. Survei ini dilakukan antara tanggal 7-15 November 2024 melalui wawancara langsung dengan para responden. Teknik *multistage random sampling* digunakan untuk memilih 1.200 orang secara acak. Survei ini memiliki tingkat margin kesalahan sebesar $\pm 2,9\%$ dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

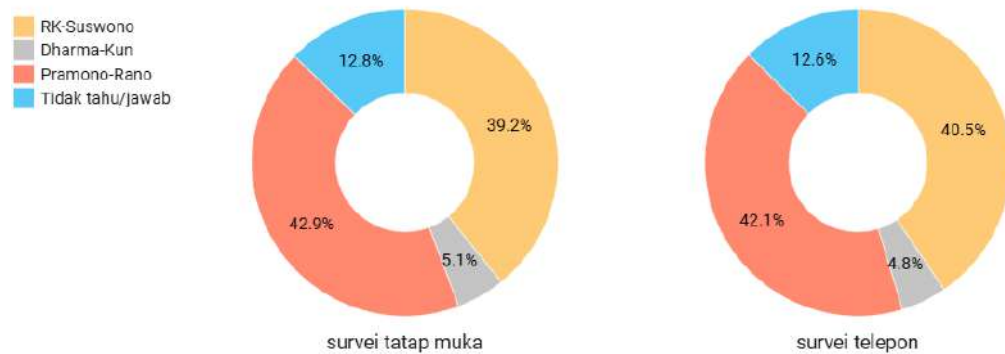


Gambar 1.6 Survei Elektabilitas Ketiga Paslon Cagub & Cawagub DKI Jakarta 2024 via Polmark

Sumber: cnnindonesia.com (diakses pada 02 Desember 2024)

Survei Indikator Politik Indonesia juga mencatat keunggulan pasangan calon Pramono-Rano dibandingkan dua pasangan calon lainnya pada Pilkada DKI Jakarta 2024. Indikator Politik Indonesia melaksanakan dua survei secara bersamaan untuk memantau perkembangan Pilkada DKI Jakarta 2024. Survei langsung dilakukan antara 30 Oktober hingga 8 November 2024, melibatkan 1.600 partisipan yang berasal dari berbagai wilayah

DKI Jakarta, dengan pengecualian Kepulauan Seribu. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *multistage random sampling*, memiliki margin kesalahan $\pm 2,5\%$, dan tingkat kepercayaan mencapai 95%. Berdasarkan hasil survei, pasangan Pramono-Rano menunjukkan keunggulan elektabilitas dibandingkan kandidat lainnya, dengan perolehan dukungan 42,9% dalam survei langsung dan 42,1% dalam survei berbasis telepon.



Gambar 1.7 Survei Elektabilitas Ketiga Paslon Cagub & Cawagub DKI Jakarta 2024 via Survei Indikator Politik Indonesia

Sumber: cnnindonesia.com (diakses pada 02 Desember 2024)

Selain itu, setelah Pilkada DKI Jakarta 2024 selesai dilaksanakan pada tanggal 27 November 2024, sejumlah lembaga survei telah selesai mengumpulkan suara sebagai sampel di mana suara yang masuk telah 100% per tanggal 29 November 2024. Menurut hasil *quick count* dari beberapa lembaga survei pada Pilkada DKI Jakarta 2024, pasangan Pramono Anung dan Rano Karno memperoleh suara lebih banyak dibandingkan pasangan calon Ridwan Kamil-Suswono dan pasangan calon Dharma-Kun. Berikut hasil *quick count* dari sejumlah lembaga survei.



Gambar 1.8 Hasil Akhir Quick Count Pilkada DKI Jakarta Berdasarkan Indikator

Sumber: detik.com (diakses pada 02 Desember 2024)



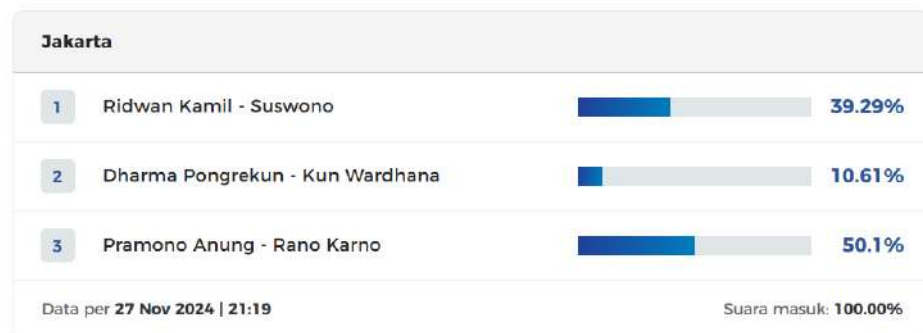
Gambar 1.9 Hasil Akhir Quick Count Pilkada DKI Jakarta Berdasarkan Charta Politika

Sumber: detik.com (diakses pada 02 Desember 2024)



Gambar 1.10 Hasil Akhir Quick Count Pilkada DKI Jakarta Berdasarkan SMRC

Sumber: detik.com (diakses pada 02 Desember 2024)



Gambar 1.11 Hasil Akhir Quick Count Pilkada DKI Jakarta Berdasarkan LSI

Sumber: detik.com (diakses pada 02 Desember 2024)

Kemenangan pasangan Pramono-Rano dalam Pilkada DKI Jakarta 2024 menjadi fenomena politik yang menarik untuk ditelaah, terutama karena keberhasilan mereka tidak sepenuhnya diprediksi sejak awal masa kampanye. Di tengah persaingan yang ketat dan figur lawan yang juga kuat secara elektoral maupun popularitas, keberhasilan Pramono-Rano menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mendorong keberhasilan tersebut. Salah satu aspek yang patut dikaji secara mendalam adalah bagaimana media membingkai strategi kampanye mereka sepanjang proses pemilihan berlangsung. Dalam konteks komunikasi politik, media tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, melainkan juga sebagai aktor yang aktif membentuk realitas sosial dan citra politik melalui

proses *framing*. *Framing* yang dilakukan media dapat membentuk citra tertentu terhadap kandidat, mengarahkan opini publik, dan bahkan memengaruhi keputusan politik masyarakat.

Penulis akan menganalisis bagaimana cara media pemberitaan daring Kompas.com dan Detik.com menyajikan pemberitaan terkait kampanye pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta nomor urut 3, Pramono Anung-Rano Karno, selama periode 25 September hingga 23 November 2024. Pemilihan pemberitaan mengenai strategi kampanye dari Pramono Anung-Rano Karno pun didasarkan pada hasil elektabilitas pasangan calon ini selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2024 selalu unggul. Selain itu, hasil hitung cepat atau *quick count* dari Pilkada DKI Jakarta 2024 pun menunjukkan bahwa pasangan calon Pramono-Rano mendapatkan suara paling banyak dibandingkan dengan kedua pasangan calon lainnya. Adapun portal berita *online* Kompas.com dan Detik.com dipilih karena kedua portal berita daring ini merupakan media pemberitaan daring yang paling banyak diakses oleh masyarakat serta paling banyak memberitakan mengenai strategi kampanye dari pasangan calon Pramono-Rano. Selain itu, penulis akan menganalisis pemberitaan pada periode 25 September – 23 November 2024, karena periode tersebut adalah periode dimulai dan berakhirnya kampanye Pilkada DKI Jakarta 2024.

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang yang telah disampaikan, penulis memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Konstruksi Pemberitaan Mengenai Strategi Kampanye Pasangan Calon Pramono Anung-Rano Karno pada Pilkada DKI Jakarta 2024 (Analisis *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki pada Media Daring Kompas.com dan Detik.com Edisi September – November 2024)”. Penelitian ini menggunakan model analisis *framing* yang dikemukakan oleh Pan dan Kosicki yang bertujuan untuk mengetahui keberpihakan suatu media kepada pihak tertentu ditinjau dari struktur kalimat yang digunakan dalam menyampaikan pemberitaan mengenai pihak tersebut.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana portal berita daring, khususnya Kompas.com dan Detik.com, membingkai dan menulis berbagai pemberitaan terkait strategi kampanye pasangan calon Pramono-Rano dalam ajang Pilkada DKI Jakarta 2024.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dan penjelasan latar belakang yang diuraikan di atas maka identifikasi dari masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana portal media daring Kompas.com dan Detik.com membingkai pemberitaan mengenai Pilkada DKI Jakarta 2024, khususnya pasangan calon Pramono-Rano?
2. Bagaimana konstruksi pemberitaan yang dibentuk oleh portal media daring Kompas.com dan Detik.com mengenai pemberitaan pasangan calon Pramono-Rano dalam Pilkada DKI Jakarta 2024?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan baik dari sisi teoritis maupun praktis. Dari sudut pandang teoritis, penelitian ini berperan penting dalam mendorong kemajuan dan memperkaya teori pembelajaran, yang dapat berdampak jangka panjang terhadap ilmu pengetahuan di bidang ini. Sementara itu, dari perspektif praktis, hasil penelitian ini memberikan dampak nyata yang dapat diterapkan langsung pada berbagai elemen dalam proses pembelajaran. Penjelasan lebih rinci mengenai manfaat teoritis dan praktis yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.1.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan penelitian-penelitian di masa depan serta menjadi dasar untuk dikembangkan lebih lanjut oleh penulis lain sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi pedoman dan sumber referensi bagi bidang kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam menganalisis pemberitaan menggunakan metode analisis *framing*.

1.1.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diberikan oleh penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan panduan dan wawasan kepada media massa, terutama media pemberitaan daring seperti Kompas.com dan Detik.com. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman pembaca mengenai pemberitaan terkait strategi kampanye pasangan calon Pramono-Rano dalam Pilkada DKI Jakarta 2024. Di sisi lain, penelitian ini juga

diharapkan menjadi sumber rujukan yang bermanfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Telkom dalam menunjang kegiatan akademik mereka.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

1.5.1 Waktu Penelitian

Dalam tabel berikut dijelaskan secara rinci mengenai rencana penelitian.

Uraian Kegiatan	Periode Bulan					
	Agt	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Penelitian pendahuluan						
Perencanaan topik dan penentuan judul						
Penyusunan BAB 1						
Penyusunan BAB 2						
Penyusunan BAB 3						
Pelaksanaan Desk Evaluation						

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

Sumber: Olahan Penulis (2024)

1.5.2 Lokasi Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian merujuk pada wilayah atau area di mana proses penelitian dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah analisis framing, sebuah metode non-lapangan yang tidak memerlukan keterlibatan langsung peneliti di lokasi tertentu. Hal ini berarti bahwa data yang digunakan dapat dianalisis tanpa kehadiran fisik di lapangan, memungkinkan fokus utama penelitian terletak pada pengumpulan dan interpretasi informasi yang tersedia secara tidak langsung. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat.