

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Kompas.com dan Tempo.co dalam membingkai pemberitaan terkait video penayangan capaian program pemerintah Prabowo Subianto di bioskop. Fenomena ini bukan sekadar peristiwa komunikasi politik, namun juga mencerminkan peran suatu media dalam membentuk persepsi dan opini publik terhadap kinerja pemerintah. Dalam hal ini, media tidak lagi semata-mata bertanggung jawab menyampaikan informasi, tetapi mereka juga terlibat dalam proses konstruksi makna dan pembentukan realitas sosial dan politik dalam masyarakat.

Dalam penelitian ini perlu menganalisis bagaimana media membingkai suatu isu dengan mengadopsi model *Framing* Robert Entman yang mencakup empat elemen, yaitu bagaimana media mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebabnya, dan membuat penilaian moral, serta menawarkan solusi atau rekomendasi (Asyaroh et al., 2024). Keempat elemen ini digunakan sebagai alat analisis untuk mengkaji bagaimana media mengkonstruksi dan menafsirkan narasi. Analisis dilakukan untuk mengkaji persamaan dan perbedaan, serta kecenderungan elemen tertentu dalam narasi yang dihasilkan Kompas.com dan Tempo.co.

Penelitian ini dilakukan karena peristiwa penayangan video capaian program pemerintah Presiden Prabowo Subianto di bioskop menarik perhatian publik di Indonesia. Dalam komunikasi publik, pemerintah sering menggunakan

berbagi saluran media, seperti televisi, media sosial, dan ruang publik seperti bioskop untuk mempromosikan kebijakan dan program pemerintah yang telah diatur pada Permenkominfo No. 8 Tahun 2019. Video berdurasi sekitar satu menit tersebut, diproduksi oleh Kantor Komunikasi Presiden (KPP) dan dikategorikan menjadi Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Iklan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap kinerja pemerintah Prabowo Subianto, khususnya pada program unggulannya, seperti Makan Bergizi Gratis (MBG), Pendirian 100 Sekolah Rakyat, dan Peluncuran 80.000 Koperasi Desa Merah Putih, serta beberapa program unggulan lainnya. Namun, tayangan tersebut memicu kontroversi yang meluas karena dianggap sebagai propaganda politik yang tidak sejalan dengan fungsi bioskop sebagai ruang hiburan yang netral sehingga memecah belah opini di media. Hal ini terlihat pada salah satu akun Instagram @catatanfilm yang memposting video penayangan capaian program pemerintah Prabowo di bioskop dan langsung mendapatkan berbagai komentar.



Gambar 1. 1 Komentar Warganet di Instagram @catatanfilm terkait Video Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo di Bioskop

Pada video tersebut, menampilkan petikan pidato Presiden Prabowo Subianto dengan memberikan narasi keberhasilan program MBG yang diklaimnya telah menjangkau 20 juta penerima manfaat sejak Januari 2025 dan cuplikan kegiatan pemerintah yang menekankan komitmen pengentasan kemiskinan di Indonesia. Banyak yang mengkritik video tersebut karena dianggap mengganggu kenyamanan penonton dengan alasan bahwa bioskop merupakan ruang untuk melarikan diri dari narasi politik. Banyak yang membandingkannya dengan praktik propaganda pada masa Orde Baru dan menyoroti bahwa pemutaran video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) semacam itu di bioskop dapat memicu pandangan negatif terhadap pemerintah, terutama mengingat isu-isu sensitif seperti adanya kasus keracunan Makan Bergizi Gratis. Kritik ini diperkuat oleh pandangan Pakar Universitas Gadjah Mada, Dosen Komunikasi Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Prof. Nyarwi Ahmad yang mempertanyakan tujuan pemerintah memilih bioskop sebagai media untuk sosialisasi karena bioskop merupakan media komersial yang menurutnya dapat menjadi bentuk propaganda yang tidak sesuai dengan fungsi bioskop sebagai ruang hiburan.



Gambar 1. 2 Kritik Pakar UGM di Portal Berita Online UGM terkait Video Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo di Bioskop

Video Iklan Layanan Masyarakat tersebut ditayangkan di seluruh bioskop XXI, salah satu jaringan bioskop terbesar di Indonesia, tepat sebelum pemutaran film selama masa tunggu yang biasanya digunakan untuk iklan. Pemutaran berlangsung selama satu minggu, dari 9 hingga 15 September 2025 dengan menjangkau kota-kota besar yang memiliki cabang XXI. Meski pemerintah menganggapnya sebagai strategi komunikasi publik yang sah, namun hal tersebut justru menuai kritik keras dari publik yang menganggapnya sebagai pelanggaran netralitas ruang hiburan.

Portal berita online Kompas.com dan Tempo.co merupakan contoh media yang memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan opini publik tentang suatu fenomena, termasuk pemberitaan penayangan capaian program pemerintah Prabowo di bioskop. Dalam menyajikan berita, kedua media ini tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membingkai informasi untuk menonjolkan aspek-aspek tertentu. Proses ini dapat dianalisis melalui teori *framing* Robert Entman yang terdiri dari empat elemen utama, yaitu *problem definition* bagaimana proses mengidentifikasi isu utama yang dianggap penting, kemudian *causal interpretation* bagaimana media menentukan siapa atau apa penyebab masalahnya, dan *make moral judgements* di mana media memberikan penilaian baik atau buruk terhadap suatu kebijakan, serta *treatment recommendation* bagaimana media memberikan solusi untuk mengatasi masalah tersebut (Asyaroh et al., 2024).

Pada penelitian Muslyha dan Nurliah (2024) menunjukkan bahwa Kompas.com dan Tempo.co memiliki pola pemberitaan politik yang berbeda

dalam menerapkan teori *framing* Robert Entman. Kompas.com cenderung menyajikan berita dengan gaya yang lebih netral dan formal. Media Kompas.com lebih fokus pada penyajian fakta secara objektif dan berusaha memberikan definisi masalah serta penyebabnya secara seimbang tanpa terlalu menonjolkan unsur penilaian moral secara eksplisit. Sebaliknya, Tempo.co menunjukkan kecenderungan yang lebih kritis dan analitis terhadap isu-isu politik yang sensitif. Tempo.co sering kali menonjolkan aspek evaluasi moral yang kuat dan memberikan penekanan pada kritik terhadap tokoh politik atau kebijakan yang sedang diberitakan. Dalam rekomendasi solusi, Tempo.co cenderung mengusulkan tindakan yang lebih progresif atau mengarah pada perubahan kebijakan. Perbedaan ini menyoroti pentingnya analisis kontekstual untuk memahami bagaimana media memengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu tertentu. Dengan demikian, penelitian ini merupakan studi *framing* komparatif yang berfokus pada analisis pemberitaan penayangan capaian program Prabowo di bioskop pada dua portal berita online.

Kedua platform portal berita online ini memiliki karakteristik media yang berbeda sehingga menarik untuk dikaji bagaimana keduanya membingkai berita terkait pemberitaan video pencapaian program Prabowo di bioskop. Kompas.com sendiri merupakan platform portal berita online yang berasal dari surat kabar Kompas yang telah berdiri sejak tahun 1965 dan menjadi salah satu media cetak terbesar di Indonesia. Diluncurkan pada tahun 1998 sebagai bentuk digital dari media cetak Kompas. Sedangkan Tempo.co merupakan platform digital majalah Tempo yang berdiri pada tahun 1971. Dikenal dengan karakteristik investigasi

dan kritisnya. Tempo.co diluncurkan pada tahun 2000 sebagai platform portal berita *online* yang lebih dinamis dan sering memberikan wawasan mendalam terakait isu-isu sosial dan politik.

Portal berita *online* saat ini memainkan peran penting dalam sistem komunikasi massa di era digital. Tidak hanya mengubah cara penyebaran informasi, tetapi juga memengaruhi pembentukan opini publik. Distribusi berita yang cepat, interaktif, dan jangkauan media *online* yang luas, seperti Kompas.com dan Tempo.co telah menjadi sumber berita dan ruang debat publik yang sering digunakan. Pemberitaan video pencapaian program pemerintah Prabowo Subianto di jaringan bioskop memicu protes dan debat dengan sangat cepat melalui liputan media terhadap kedua portal berita tersebut. Dalam konteks ini, menganalisis *framing* pemberitaan oleh Kompas.com dan Tempo.co sangat penting untuk memahami bagaimana isu tersebut dibingkai dan dibahas oleh publik.

Sebagai contoh dapat dilihat dari pilihan judul dua media tersebut. Kompas.com mempublikasikan berita mengenai video capaian program Prabowo di bioskop pada tanggal 14 September 2025 dengan judul “Viral Video Prabowo Ditayangkan Sebelum Film Bioskop, Istana Buka Suara”.



Gambar 1. 3 Berita Tanggal 14 September 2025 pada Portal Berita Online Kompas.com

Secara tekstual, berita tersebut menunjukkan karakteristik teks berita *straight news* dengan penggunaan bahasa informatif, lugas, dan berorientasi pada fakta. Berita ini menggunakan struktur kalimat yang netral dan impersonal yang merupakan ciri khas dari gaya jurnalistik konvensional. Teks dalam berita ini cenderung tidak menggunakan ekspresi sikap dalam opini sehingga menjaga objektivitas dalam penyampaian informasi. Namun, secara implisit terdapat arah *framing* yang mengarahkan pembaca untuk menerima narasi klarifikasi sebagai jawaban yang menyelesaikan masalah. Pilihan kata seperti “klarifikasi”, “iklan layanan masyarakat”, dan “program pemerintah” mencerminkan konstruksi makna yang netral secara permukaan, tetapi memiliki pandangan tertentu secara struktural karena menghilangkan potensi konflik atau kritik.

Dalam struktur teks, berita ini mengikuti pola piramida terbalik (*inverted pyramid*), yaitu dengan menyajikan informasi paling penting di awal (*lead*), diikuti oleh rincian pendukung, dan diakhiri dengan informasi pelengkap atau penutup yang bersifat tambahan. Struktur ini sering digunakan dalam penulisan berita karena memungkinkan pembaca mendapatkan inti informasi secara cepat di paragraf pertama. *Lead* berita langsung memuat “apa yang terjadi” dan “siapa yang terlibat” yang dalam berita ini berupa penayangan video Presiden Prabowo dan respons dari pihak bioskop cinema XXI. Narasi-narasi berikutnya memperluas konteks dengan menyampaikan durasi penayangan, isi video, dan alasan penayangan. Sementara itu, narasi penutup berita tidak mengandung simpulan atau refleksi kritis, melainkan hanya menyatakan bahwa penayangan

telah berakhir yang menunjukkan bahwa mengutamakan efisiensi informasi dibanding kedalaman analisis.

Dari sisi konstruksi teks, berita ini memperlihatkan bentuk konstruksi yang *hegemonik*, dalam arti menyampaikan realitas yang mendukung narasi institusi dan kekuasaan secara tidak langsung. Media Kompas.co memberi kesempatan lebih banyak kepada Cinema XXI untuk menjelaskan masalah ini, tetapi tidak memberikan ruang bagi pendapat masyarakat atau pihak lain yang bisa memberikan pandangan berbeda. Hal ini membuat seakan berita tersebut dibuat untuk meredakan masalah, menjaga reputasi institusi, dan membuat pandangan bahwa penayangan video iklan tersebut hal yang biasa dan sah sebagai cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat.

Secara keseluruhan, penggunaan piramida terbalik dalam struktur berita ini efektif secara informatif, namun dalam pendekatan kritis, struktur tersebut juga menjadi alat untuk mengarahkan wacana publik agar berfokus pada versi resmi dan “selesai” dari suatu isu, bukan membuka ruang perdebatan. Dengan demikian, konstruksi teks dan strategi penyusunannya memperlihatkan bagaimana media bukan hanya menyampaikan realitas, tetapi juga mengkonstruksi realitas dengan memilih mana elemen yang ditonjolkan dan yang dihilangkan. Dalam konteks ini, strategi teks berkontribusi langsung terhadap *framing* dan bagaimana audiens membentuk makna terhadap peristiwa yang diberitakan.

Sementara Tempo.co mempublikasikan berita mengenai video capaian program Prabowo di bioskop pada tanggal 14 September 2025 dengan judul “Mengapa Tayangan Video Prabowo di Bioskop Mendulang Kritik?”.



Gambar 1. 4 Berita Tanggal 14 September 2025 pada Portal Berita Online Tempo.co

Berita Tempo.co tersebut, menggunakan struktur piramida terbalik (*inverted pyramid*). Di mana informasi terpenting, yaitu adanya kritik atas penayangan video Prabowo di bioskop ditempatkan di awal (*lead*) berita. Informasi berikutnya meliputi kutipan dari berbagai pihak yang menyampaikan keberatan, latar belakang penayangan, dan tanggapan dari pihak terkait. Sedangkan untuk penutup berita tidak menawarkan refleksi atau simpulan kritis, tetapi menegaskan keberlanjutan polemik dan menampilkan sikap berimbang dengan menyertakan pendapat dari berbagai pihak. Pendekatan ini memang efektif untuk menyampaikan informasi secara cepat dan efisien, tetapi cukup membatasi ruang bagi perspektif yang mendukung penayangan video tersebut sehingga narasi yang dominan lebih mengarah pada kritik.

Secara implisit, terdapat *framing* yang menonjolkan kritik terhadap penayangan video tersebut sebagai isu yang kontroversial dan menimbulkan reaksi negatif. Penggunaan narasi seperti “kritik”, “kontroversi”, dan “mempertanyakan” membentuk konstruksi makna yang secara permukaan tampak deskriptif, tetapi secara struktural mengarahkan pembaca untuk melihat penayangan video iklan tersebut sebagai tindakan yang bermasalah dan patut

dipersoalkan. Dari segi konstruksi teks, berita tersebut memperlihatkan bentuk konstruksi *hegemonik* karena lebih banyak memberi ruang kepada suara yang mengkritik. Sementara suara pendukung atau pihak yang terlibat, kurang mendapatkan porsi seimbang. Hal ini menunjukkan bagaimana media dapat membentuk *framing* dengan menonjolkan suara tertentu dan mengabaikan sudut pandang lain. Secara keseluruhan, berita Tempo.co tersebut tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk makna sosial dengan memilih aspek tertentu untuk ditonjolkan dengan memperkuat narasi penolakan, kritik publik, dan menantang posisi pemerintah yang mencoba membenarkan tindakan tersebut. Dengan demikian, media berperan aktif dalam mengkonstruksi realitas sosial serta memengaruhi persepsi publik terhadap peristiwa yang diberitakan.

Peneliti tertarik meneliti dengan analisis *framing* dari Robert Entman dalam penelitian ini karena mampu memberikan cara pandang yang jelas dan sistematis untuk menganalisis bagaimana media membingkai suatu fenomena. Penayangan capaian program pemerintah Prabowo di bioskop bukan sekadar strategi komunikasi biasa, tetapi bagian dari dinamika politik simbolik yang perlu dipahami secara kritis melalui *framing* media. Oleh karena itu, teori *framing* tidak hanya membantu melihat bagaimana isi berita disusun, tetapi juga membuka ruang untuk menganalisis bagaimana media membentuk pemaknaan terhadap praktik komunikasi politik yang belum umum dan masih menuai pro dan kontra di masyarakat. Robert Entman menyebutkan bahwa *framing* dilakukan melalui empat langkah utama, yaitu mendefinisikan masalah, mencari penyebab, memberi penilaian moral, dan menyarankan solusi. Empat elemen ini membantu peneliti

melihat bagaimana media membentuk narasi tertentu dalam suatu peristiwa, termasuk melihat sudut pandang dan kepentingan apa yang mungkin tersembunyi dibalikinya.

Dalam pemberitaan penayangan video capaian program pemerintah Prabowo di bioskop, teori ini bisa digunakan untuk melihat bagaimana Kompas.com dan Tempo.co menampilkan isu tersebut, apakah sebagai bentuk transparansi, pencitraan politik, atau bahkan propaganda. Teori ini juga membantu menelusuri motif yang diasumsikan media, penilaian moral yang diberikan, dan apakah ada solusi atau ajakan tertentu yang disampaikan kepada pembaca. Selain itu, teori Entman juga relevan karena isu yang dibahas bukan hanya soal informasi biasa, tetapi menyangkut komunikasi politik yang menggunakan simbol, ruang publik, dan citra visual. Penayangan video iklan di bioskop tersebut bisa dimaknai secara berbeda-beda oleh media. Bisa sebagai upaya pencitraan, edukasi, atau bahkan manipulasi publik. Di sinilah *framing* membantu memahami bagaimana media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk makna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana *framing* pemberitaan penayangan capaian program pemerintah Prabowo Subianto di bioskop di Kompas.com dan Tempo.co?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *framing* pemberitaan penayangan capaian program pemerintah Prabowo Subianto di bioskop di Kompas.com dan Tempo.co pada model analisis *Framing* Robert Entman.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik dan media, khususnya dalam pengembangan teori *framing* model Robert Entman pada konteks portal berita *online* Indonesia. Hasil analisis dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk memahami bagaimana portal berita online membingkai suatu berita sehingga dapat memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya dalam meneliti hal serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi meningkatkan literasi media dan kapasitas berpikir kritis masyarakat terhadap pemberitaan pemerintah. Dengan demikian, masyarakat dapat membentuk sikap yang lebih reflektif dan objektif berdasarkan pemahaman terhadap nilai-nilai atau konstruksi makna yang cenderung dibangun oleh media dalam menyampaikan suatu peristiwa