

# TURNITIN FEB

*by* Febrianto Fahmi

---

**Submission date:** 29-May-2023 05:32PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2104491696

**File name:** Acopen\_Febrianto\_Fahmi\_162022000122\_1.docx (833.76K)

**Word count:** 5053

**Character count:** 34384

# Money Politics In The 2019 Presidential Election Performance In Indonesia (Analysis Of Online Media Framing CNN Indonesia And Sindonews) Money Politic Dalam Pagelaran Pemilihan Presiden 2019 Di Indonesia (Analisis Framing Media Online CNN Indonesia Dan Sindonews)

Febrianto Fahmi Ramadhani<sup>1)</sup>, Poppy Febriana<sup>2)</sup>

<sup>1) 2)</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: <sup>2)</sup>poppyfebriana@umsida.ac.id

**Abstract.** *This study aims to determine the ideological direction and framing of money politics reporting from the online media CNN Indonesia and Sindonews in the 2019 presidential election performance in Indonesia. This study uses a qualitative technique that applies a descriptive approach, with the framing analysis technique of the Robert N. Entman model and data collection techniques for literature review and document review by taking relevant papers and articles. The research object used is online media news about the 2019 presidential election which was reported by CNN Indonesia and Sindonews. The results of this study produce different problem solving, even though the content is the same. From the point of view of the online media Sindonews.com, it can be concluded that the media neutrally describes cases of money politics that occur, without elevating one group and demeaning another. In addition, the language used by the media seems formal and neatly arranged, without figurative language or partiality contexts. From the point of view of CNN Indonesia's online media, it can be concluded that it is more oriented (pro) towards the Jokowi-Ma'ruf pair, because it was clearly informed and in several reports that those who practice money politics are from the political parties supporting the Prabowo-Sandi pair.*

**Keywords -** *money politics, online media, 2019 presidential election, framing analysis, CNN Indonesia, Sindonews.com*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah ideologi dan framing pemberitaan *money politic* dari media online CNN Indonesia dan Sindonews dalam pagelaran pemilihan presiden 2019 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif yang menerapkan pendekatan deskriptif, dengan teknik analisis framing model Robert N. Entman dan teknik pengumpulan data kajian pustaka dan telaah dokumen dengan mengambil makalah dan artikel yang relevan. Objek penelitian yang digunakan berupa berita-berita media online seputar pemilihan presiden 2019 yang diberitakan oleh CNN Indonesia dan Sindonews. Hasil dari penelitian ini menghasilkan penggiringan masalah yang berbeda-beda, walaupun kontennya sama. Dari sudut pandang media online Sindonews.com, dapat disimpulkan bahwa media tersebut secara netral menggambarkan kasus politik uang yang terjadi, tanpa meninggikan satu kelompok dan merendahkan kelompok lain. Di samping itu bahasa yang digunakan media terkesan formal dan tersusun rapi, tanpa bahasa kiasan maupun konteks keberpihakan. Dari sudut pandang media online CNN Indonesia, dapat disimpulkan bahwa lebih mengarah (pro) kepada paslon Jokowi-Ma'ruf, karena diinformasikan secara terang dan di beberapa kali pemberitaan bahwa yang melakukan praktik politik uang adalah dari pihak parpol pengusung paslon Prabowo-Sandi.

**Kata Kunci -** *petunjuk penulis; UMSIDA Preprints Server; template artikel*

## I. PENDAHULUAN

Politik uang menjadi salah satu isu yang selalu menjadi persoalan dalam proses pemilihan Presiden, termasuk dalam pemilihan presiden 2019 lalu. Semua pihak yang terlibat dalam proses pemilihan presiden ini, baik pemilih maupun penyelenggara pemilu, selalu melihat bahwa kasus politik uang ini menjadi persoalan yang seolah tidak pernah terselesaikan, dan menjadi budaya hingga saat ini. Terlebih media massa, termasuk media online selalu membahas isu politik uang dalam kegiatan pemilihan presiden di Indonesia. Meskipun isu politik uang sudah berlangsung cukup lama, namun peneliti memilih pemilihan presiden 2019 sebagai kajian dengan data terkini yang bisa diakses. Media online menarik untuk dibahas dikarenakan saat ini sudah terjadi perubahan pola konsumsi media terutama pada generasi muda. Perubahan tersebut secara drastis menunjukkan pola media cetak sudah mulai ditinggalkan

pembacanya yang beralih ke media online [1]. Padahal kawula muda juga menjadi salah satu pemilih dengan suara yang cukup signifikan.

Pemberitaan di media, dalam hal ini media online, juga bisa menjadi salah satu sarana pembentukan opini publik. Dalam ranah komunikasi politik ini disebut dengan Bandwagon Effect Theory [2]. Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang berusaha menyesuaikan diri dengan pendapat mayoritas orang banyak di sekitarnya. Pendapat umum di sekitarnya itu terjadi akibat terpaan media secara kuat dan berkelanjutan sehingga dipercaya kebenarannya. Seseorang berpikir agar tidak terisolasi atau dianggap berbeda pendapat dan sikapnya maka ia memilih mengikuti pendapat umum orang-orang di sekitarnya. Media kemudian dianggap memiliki kekuatan luar biasa untuk membentuk opini publik.

Persaingan Industri Media ternyata bukan hanya pada ranah bisnis saja, tetapi sudah merembet pada wilayah politisi. Hal ini terjadi karena keterlibatan para pemilik media dalam persaingan politik hari ini. Secara umum, media massa, tidak hanya terindikasi sebagai partisan, tapi juga gagal menjalankan fungsi publiknya pada Pemilu lalu. Masyarakat tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk menilai mana berita yang kredibel dan mana yang tidak. Akibatnya, masyarakat mengandalkan selera politik sebagai ukuran atas informasi yang diterima. Masyarakat mudah terprovokasi oleh berita-berita yang tak berdasar fakta dan sumber yang jelas. Ketika berhadapan dengan informasi, masyarakat lebih mengedepankan selera politik ketimbang validitas informasi yang didapatnya.

Era kecanggihan dan perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan satu dinamika terbaru dalam pemilu tahun 2019 lalu. Dinamika tersebut menjadikan pemilu menjadi berbeda dari pemilu-pemilu sebelumnya di Indonesia. Proses demokratisasi untuk memilih para wakil rakyat dan pemimpin bangsa ini telah melahirkan sebuah fenomena dalam strategi kampanye politik baru. Pola-pola kampanye konvensional seperti pengerahan massa menjadi tidak begitu populer di massa sekarang. Para tokoh politik dan team suksesnya lebih memilih “bertarung” untuk mendapatkan simpati dan dukungan dari publik. Media adalah salah satu kebutuhan publik yang penting, bahkan perkembangan sekarang media merupakan kebutuhan primer yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Dari perkembangan situasi politik yang ada, persaingan yang ramai justru terjadi lewat jaringan media massa baik cetak, elektronik ataupun media internet. Tokoh-tokoh yang mendeklarasikan diri untuk bertarung pada pemilihan umum lalu. Berlomba-lomba untuk membangun publisitas lewat media yang ada. Tokoh capres yang “bertarung” untuk mendapatkan dukungan dari rakyat diantaranya Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

Di samping keberadaan media, maka posisi kepemilikan media atau *media ownership* dan keterampilan jurnalisnya juga memegang peran dalam proses framing tersebut nantinya. Sebuah studi yang dilakukan oleh [3] menunjukkan bahwa kompetensi jurnalis atau wartawan yang melaporkan sebuah berita, sebenarnya berkorelasi dengan kualitas produk berita yang mereka hasilkan sehingga tampak persoalan media framing ini menjadi cukup kompleks.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan money politik sebagai framing media online dalam pagelaran pemilihan presiden 2019 di Indonesia, bahwa sebagian telah memberitakan praktik uang atau money politic dilakukan oleh pengusung partai politik paslon presiden. Penelitian lain menunjukkan pemberitaan yang telah disajikan bahwa media online Kompas Online cenderung main aman dalam memberitakan money politik pemilihan presiden 2019. Pemberitaan yang disajikan oleh Republika Online tidak memperlihatkan independent dengan sebuah teks beritanya. Melainkan dengan cara media online tersebut memberitakan secara rinci dan cover both side dengan berita running.

Perbedaan isi berita tersebut tentu menjadi permasalahan yang besar bagi publik. Kebingungan atas fakta suatu berita bisa berakibat menjadi gejala di masyarakat. Apalagi hal tersebut menyangkut hasil pemilihan presiden kedepan untuk Indonesia. Fenomena tersebut menarik untuk di kaji dengan pendekatan analisis Framing Model Robert N. Entman peneliti akan mengkaji pemberitaan-pemberitaan pemilihan presiden 2019. Dengan mengkaji makna pemberitaan tersebut peneliti ingin mengkaji arah ideologi politik media tersebut.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan kualitatif yang merupakan instrument utama yang berlandaskan kata-kata tertulis maupun secara lisan, dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisa fenomena media online dalam mengkonstruksikan suatu kasus atau realita yang menjadi berita. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis framing. Framing

adalah metode untuk melihat cara bercerita media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang yang dijadikan berita. Analisis framing melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media [4]. Teknik pengumpulan data berupa kajian pustaka dan telaah dokumen dengan mengambil makalah dan artikel yang memiliki relevansi dengan masalah-masalah yang akan akan dibahas. Objek penelitian yang digunakan berupa berita-berita media online seputar pemilihan presiden 2019 yang diberitakan oleh CNN Indonesia dan Sindonews, kedua media online tersebut dipilih karena paling banyak dikunjungi oleh pembaca dan berskala nasional. Lokasi atau tempat penelitian ini dilaksanakan di Desa Bluru Kidul, Kecamatan Sidoarjo, Kelurahan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo. Metode analisa data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi [5]

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Politik Uang

Secara umum, pengertian politik uang dalam tulisan ini adalah terkait upaya yang dilakukan pada masa pemilu dengan imbalan materi berupa pemberian langsung uang tunai, pemberian bantuan/sumbangan barang, pemberian bahan pokok berupa sembako, dan memberi dan menjanjikan iming-iming ‘sesuatu’ untuk mendapatkan keuntungan politik, atau juga disebut istilah politik transaksional. Pembagian uang secara langsung dilakukan oleh tim sukses kepada pemilih pada saat menjelang pemilihan gubernur saat itu yang ‘*door to door or man to man*’. Praktek ini semata-mata dengan tujuan agar pemilih akan memilih kandidat tersebut. Tetapi politik uang tidak hanya dilakukan secara konvensional, tapi juga berupa janji-janji politik. Politik uang masih saja marak terjadi dilingkungan pemilu yang dengan sadar dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan politik uang. Agar dapat mengantisipasi terjadinya kecurangan salah satunya politik uang maka pemerintah harus terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang telah memiliki hak untuk memilih.

Disebut serangan fajar karena pemberian politik uang dilakukan saat waktu fajar atau sebelum matahari terbit di waktu pagi, mendekati hari pemilihan. Secara umum money politic biasa diartikan sebagai upaya untuk mempengaruhi perilaku orang dengan menggunakan imbalan tertentu. Ada yang mengartikan sebagai money politic, hal ini merupakan tindakan jual beli suara pada sebuah proses politik dan kekuasaan. Praktik *money politic* dapat disamakan dengan uang sogok alias suap, tapi tidak semua kalangan berani secara tegas menyatakan haram.

Menurut pendapat Rusydi Hamka, praktik *money politic* tidak berbeda dengan suap, karena itu haram hukumnya. Dalam Islam istilah ini dikenal dengan Risywah, dalam kamus al-Wasith dijelaskan bahwa risywah adalah sesuatu yang diberikan (uang atau hadiah), untuk mendapatkan suatu manfaat atau segala pemberian yang ditujukan untuk mendapatkan sebuah kebatilan atau membuat sesuatu yang haq menjadi bathil. Dengan kata lain bahwa money politic merupakan perbuatan untuk melegalkan segala sesuatu yang dipandang illegal dan memiliki konotasi negative dalam menjalankan sistem perpolitikan.

Secara umum, pengertian politik uang dalam tulisan ini adalah terkait upaya yang dilakukan pada masa pemilu dengan imbalan materi berupa pemberian langsung uang tunai, pemberian bantuan/sumbangan barang, pemberian bahan pokok berupa sembako, dan memberi dan menjanjikan iming-iming ‘sesuatu’ untuk mendapatkan keuntungan politik, atau juga disebut istilah politik transaksional. Politik uang menjadi salah satu fenomena negatif mekanisme elektoral yang mencederai sistem demokrasi. Dalam demokrasi yang belum matang seperti di Indonesia, politik uang pada proses pemilu sering dijadikan sebagai alat untuk memobilisasi dukungan [6]. Data tentang maraknya praktik politik uang dalam pelaksanaan pemilu di Indonesia salah satunya dipaparkan dalam buku berjudul “Kuasa Uang: Politik Uang dalam Pemilu Pasca-Orde Baru” yang merupakan hasil penelitian dari [7].

Pada pemilu pertama kali paska-jatuhnya Soeharto, politik uang nyaris tak terdengar karena sistem pemilu yang dipakai pada saat itu adalah proporsional tertutup, dimana pemilih hanya mencoblos partai. Politik uang mulai populer sejak Pemilu Legislatif 2009 pada saat sistem proporsional terbuka pertama kali digunakan. Benih klientelisme ini sebenarnya mulai tampak pada saat era pemilihan kepala daerah secara langsung dimulai, yakni pada 2005.

Namun berhubung aktor/calon yang maju di pilkada tidak sebanyak di pemilu legislatif, maka prevalensi politik uang jauh lebih besar di pemilu legislatif ketimbang pilkada.

Burhanuddin (dalam [8]) menyatakan bahwa jumlah pemilih yang terlibat politik uang berada di kisaran 19,4 hingga 33,1 persen. Menurut standar internasional, angka tersebut tergolong sangat tinggi sehingga menempatkan Indonesia sebagai negara dengan peringkat politik uang terbesar nomor tiga sedunia. Menjamurnya praktik politik uang di Indonesia tersebut diperburuk dengan sikap penerimaan dan cara pandang masyarakat pemilih yang permisif terhadap politik uang itu sendiri.

### Penanganan Politik Uang

Penanganan politik uang dapat dimulai dengan menghilangkan akar permasalahannya penyebab terjadinya politik uang dan kondisi yang membuat berkembangnya politik uang, dan strategi teknis untuk menyelesaikannya. Faktor utama penyebab timbulnya politik uang dapat dilihat dari berbagai aspek, baik dari segi demografis dan sosial ekonomi, perilaku memilih, politik klijentalisme, moneter dan sistem pemilu.

Pertama, dari aspek demografis dan sosial ekonomi [9]. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendidikan, ukuran populasi, partai yang memerintah, tingkat kompetensi pemilihan mempengaruhi vote buying. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Bratton (2008) yang menyatakan bahwa politik uang berlaku untuk orang miskin dan tidak berpendidikan, penduduk pedesaan. Sementara menurut Pradhanawati dkk (2018) warga negara yang paling mungkin "memilih hati nurani" adalah pemilih berpenghasilan rendah dan berpendidikan tinggi. Bagi warga negara ini, kemiskinan menciptakan kebutuhan untuk menerima uang, sementara pendidikan menuntun mereka untuk memilih kandidat yang mereka sukai. Sebaliknya, warga paling mungkin menerima uang dan memilih kandidat yang menawarkannya adalah pemilih loyalis partai, karyawan, dan pemilih berpenghasilan rendah/kurang berpendidikan. Warga kemungkinan besar menolak uang adalah warga negara berpendapatan menengah dan atas yang juga memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi.

Kedua, aspek perilaku memilih politik uang akan terjadi pada partisipan partai (petahanan dan oposisi) dibandingkan non partai. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Cantu (2019) menyatakan bahwa kandidat cenderung untuk menargetkan pemilih yang (1) mendukung oposisi di masa lalu, (2) tinggal di daerah di mana oposisi telah mengerahkan upaya mobilisasi. Saat menargetkan grup pemilih dengan karakteristik ini, pihak mengidentifikasi mereka yang lebih mungkin untuk menjual suara mereka, dengan melihat pada pilihan pemilihan mereka sebelumnya.

Ketiga, politik klijentalisme, menurut (William, 2005) untuk melawan politik uang perlu menantang dinamika hubungan antara klijentalisme dan politik. Penelitian ini menunjukkan bahwa aktor yang paling diuntungkan dalam votebuying dalam jangka pendek adalah broker dan kaum borjuis (pemodal) karena aliran modal pada akhirnya tergantung pada legitimasi demokrasi parlementer. Sementara dalam jangka panjang kandidat terpilih yang memperoleh keuntungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Edward dkk (2018) bahwa vote buying dilakukan dalam struktur broker yang menggambar di jejaring sosial untuk mengidentifikasi pemilih dan mengirimkan pembayaran kepada mereka. Logika pasar menyusun sistem pembelian suara di Indonesia. Hasil studi mengungkapkan pola pembelian suara yang sangat terfragmentasi, dengan mayoritas kandidat mendapatkan total suara yang jauh lebih rendah dari jumlah pembayaran individu yang didistribusikan. Calon pembeli ini tergantung pada jaringan sosial yang ada dan pada pengaruh otoritas lokal.

Keempat, aspek moneter, aspek ini cukup unik dan jarang dihubungkan dengan vote buying oleh peneliti sebelumnya, menurut [10]), siklus pemilihan moneter jangka pendek bulanan menunjukkan tingkat pertumbuhan jumlah uang beredar (M1) di sekitar pemilihan lebih tinggi daripada di bulan-bulan lainnya. Pertumbuhan moneter tinggi yang tidak normal dibulan pemilihan bisa menjadi indikasi pembelian suara sistemik yang dipicu oleh efek permintaan uang tunai. Hal ini memungkinkan jalan baru untuk menekan adanya politik uang dengan cara mengurangi jumlah uang beredar dalam

waktu bulan pemilu, misalnya dengan menaikkan nilai bunga deposito atau tabungan, tidak memperbolehkan penarikan tunai dalam jumlah yang besar pada pemilu, dan tidak memperbolehkan nilai uang cash dalam jumlah besar tertentu, di mana bank sentral independen dari pengaruh politik.

Kelima, sistem proporsional terbuka berkontribusi atas maraknya politik uang karena caleg dipaksa bertarung antarsesama caleg dalam satu partai untuk mengejar personal vote. Kemudian karena kursi yang diperoleh partai diberikan kepada kandidat dengan suara terbanyak, maka mereka hanya memerlukan "sedikit" suara untuk mengalahkan rival separtainya. Politik uang merupakan mekanisme diferensiasi seorang caleg dalam rangka memberi nilai lebih di mata pemilih dibanding pesaing internal (Burhanuddin dkk, 2019).

Sejalan dengan pendapat [11] *vote buying* dan bertukar daftar klien dapat berkembang dalam situasi di mana partai politik relatif lemah seperti Thailand, sedangkan di Amerika Latin, yang relatif berfokus pada partai, menimbulkan asumsi bahwa para pelaku yang melakukan pembelian suara adalah agen partai (meskipun di sini juga, telah ditunjukkan bahwa partai merekrut broker non-partai: Holland dan Palmer-Rubin 2015). Sebagian besar diskusi tentang "*turnout buying*" khususnya, muncul dari diskusi tentang politik klientelist di Argentina, di mana pemilihan menggunakan daftar proporsional tertutup di mana tingkat identifikasi partai dalam populasi relatif tinggi, sehingga dapat menekan *vote buying*.

### Analisis Framing

Robert N. Entman mendefinisikan framing sebagai seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi. Dalam banyak hal seperti menyajikan secara khusus definisi terhadap masalah (*define problem*), interpretasi sebab akibat (*causal interpretation*), evaluasi moral (*moral evaluation*) dan tawaran penyelesaian (*treatment recommendation*[4]. Seperti yang diungkapkan oleh Alex Sobur dan Eriyanto, analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis framing juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002:10). Media framing yang bisa disebut juga sebagai pembingkai media adalah cara lain untuk mempengaruhi suatu fenomena atau masalah. Pembingkai media memungkinkan semua orang memiliki pemahaman mereka sendiri terhadap informasi, berita, dan bentuk penafsiran lainnya. Namun di sisi lain pembingkai media juga berhasil meyakinkan khalayak atas apa yang harus dipercaya dan apa yang tidak percaya, sehingga seolah mampu menggiring orang untuk mempercayai sebuah berita dari sudut pandang media tersebut. Penggunaan teori framing adalah untuk mengungkapkan adakah pesan tertentu dalam sebuah arah berita yang terjadi dengan artikel yang dibuat oleh media. Untuk dapat memahami ke mana arah dalam artikel tertentu tersebut, peneliti juga harus memahami dan mencari tahu latar belakang medianya, untuk membantu memahami situasi sepenuhnya. Proses pembangunan opini publik melalui media framing sangatlah mungkin dilakukan.

Dalam artikelnya, Mishra, S (2013) mengutip dari McCombs & Reynolds, (2009), bahwa media berita dikatakan memiliki kekuatan yang sangat besar untuk mempengaruhi agenda publik dengan cara memfokuskan berita pada beberapa isu tertentu dan membuat isu tersebut tetap beredar. Ini erat kaitannya dengan konsep agenda setting yang berhubungan juga dengan konsep framing yang dideskripsikan dengan "to select and highlight some aspect of a perceived reality and enhancing the salience of an interpretation and evaluation of that reality" [12].

Framing sebagai sebuah teori sekaligus metode, pada akhirnya harus dipahami dengan lebih mendalam, terutama apabila digunakan dalam sebuah pemberitaan. Menurut [12] dari empat fungsi framing di atas, maka dua yang paling atas adalah yang paling penting, yakni definisi terhadap masalah (*define problem*) yang sering hampir menentukan sisa dari kerangka dan rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*) karena langsung mempromosikan dukungan atau oposisi untuk masalah yang ada.

### Media Online

Salah satu teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang media online. Perkembangan media online memang sungguh dahsyat, dengan teknologi ini maka perpindahan

informasi berjalan sangat cepat. Sehingga menurut [13] menjadikan dunia ini sangat menglobal dan tidak ada lagi monopoli pengetahuan oleh salah satu pihak. Masyarakat luas, termasuk masyarakat dunia, bisa bertukar informasi dan pengetahuan satu sama lain, tidak ada lagi penguasaan informasi oleh segelintir individu. Dengan demikian semua orang memiliki kesempatan yang sama pula untuk menyampaikan pesan dan pendapatnya keberbagai penjur dunia Hal serupa dikatakan oleh [14] yang menjabarkan adanya distribusi kekuatan ketika konvergen pada media digital terjadi. Media digital sebagai pengembangan dari media konvensional kemudian seolah sekadar mengcopy pemberitaan yang ada di surat kabar maupun televisi sebagai media utama. Namun dalam perkembangannya kemudian tak jarang media online, terutama portal berita online - news online, kemudian menjadi trendsetter pemberitaan. Karena kehadiran sangat cepat, meskipun tidak mendalam. Meskipun sesungguhnya keberadaan media digital haruslah menyesuaikan dengan kondisi teknologi yang ada, termasuk merubah pola komunikasinya seiring dengan perubahan khalayaknya.

[15] melihat bahwa ada 3 hal utama (dari 8 karakteristik) media baru yang perlu mendapat perhatian yakni: yang pertama bersifat Innovative. Media baru diciptakan, digunakan, diadaptasi serta diserap ke dalam budaya dengan kecepatan yang sangat tinggi. Demikian cepatnya, sulit untuk menebak apa dampaknya pada budaya dan masyarakat. Yang kedua bersifat Convergent. Segala isi dan jenis pesan mulai dari gagasan, gambar, suara, brand, serta hubungan bisa disampaikan melalui segala jenis channel media. Yang ketiga bersifat Everyday. Teknologi yang semakin maju membuat media selalu berada di sekeliling kita setiap saat. Media menjadi sangat dekat dan bahkan berintegrasi dengan kehidupan manusia

Kecepatan media online dalam menyebarkan berita, serta gencarnya pemberitaan isu politik yang dibahas di media online, menjadikan pemberitaan di media online menjadi sangat potensial untuk membentuk opini publik. Kekuatan media yang sangat besar, dianggap akan mampu membentuk orang untuk memiliki persepsi yang sama atas sebuah isu politik.

Berikut pemberitaan yang disampaikan oleh Sindonews selama pilpres 2019 :



Gambar 1

Sumber : <https://nasional.sindonews.com/berita/1375086/12/pemilu-2019-wanda-hamidah-ajak-milenial-tolak-politik-uang>



hidayah Sidiarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY) license. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.

Gambar 2

Sumber : <https://nasional.sindonews.com/berita/1395919/12/hnw-masa-tenang-bukan-berarti-membiarkan-terjadinya-politik-uang>



Gambar 3

Sumber : <https://nasional.sindonews.com/berita/1377229/12/praktik-politik-uang-diprediksi-naik-pada-pemilu-2019>

Frame	Konten Pemberitaan
Define Problem	<p>Gambar 1 : Wandah Hamidah ajak milenial tolak politik uang di Pemilu 2019</p> <p>Gambar 2 : Masa tenang bukan berarti membiarkan terjadinya politik uang</p> <p>Gambar 3 : Praktik politik uang diprediksi naik pada Pemilu 2019</p>
Diagnose Cause	<p>Gambar 1 : Windah memiliki kepercayaan bahwa kaum milenial tidak memilih wakil rakyat karena uang. Wanda yang mencalonkan diri sebagai anggota DPR RI Dapil Jakarta Timur ini mengatakan, generasi milenial hidup di zaman teknologi sudah canggih. Mereka bisa dengan mudah melihat sepak terjang atau rekam jejak calon anggota dewan yang maju dalam pemilihan legislatif.</p> <p>Gambar 2 : Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) harusnya tidak tenang di masa tenang pemilu ini. Karena beragam kecurangan yang membuat WNI yang punya hak pilih jadi tidak bisa memilih. Jadi, hari tenang bukan artinya tenang terhadap potensi hilangnya hak masyarakat.</p> <p>Gambar 3 : Praktik politik uang (money politics) dalam Pemilu Serentak 2019 diperkirakan akan naik. Kondisi ini dipicu sistem pemilihan proporsional terbuka, ditambah dengan bertambahnya aktor politik yang maju sebagai calon legislatif (caleg) sehingga dipastikan persaingan akan semakin ketat.</p>
Make Moral Judgment	<p>Gambar 1 : Kawula muda mengkesampingkan politik uang dan tidak lupa Windah memberikan nasihat agar tidak golput.</p> <p>Gambar 2 : Masa tenang dalam pemilu bukan berarti membebaskan politik uang.</p> <p>Gambar 3 : Perhatian publik dan media massa dalam pemilu serentak ini lebih banyak tersedot pada perhelatan pemilihan presiden (pilpres) sehingga pertarungan di tingkat bawah</p>

	dalam kontestasi pemilihan legislatif (pileg) diperkirakan semakin brutal.
Treatment Recommendation	<p>Gambar 1 : Wakil rakyat harus mempunyai kepekaan terhadap masyarakat. Kemudian harus cerdas karena membuat kebijakan. Oleh sebab itu jika memilih harus melihat rekam jejak.</p> <p>Gambar 2 : Walaupun dalam masa tenang, namun perlu diingatkan agar masalah yang terjadi di beberapa negara diusut tuntas, termasuk kasus surat suara untuk Pemilu 2019 yang tercoblos di Selangor, Malaysia. Sehingga KPU dan Bawaslu seharusnya tidak tenang (bertelete-tele) di masa tenang ini.</p> <p>Gambar 3 : Meningkatkan efektifitas fungsi pers. Mengembalikan peran pers sebagai media yang memuat informasi yang benar, akurat dan seimbang yang tidak memihak dan mengkritisi setiap temuan politik uang dan mahar politik sehingga informasi yang ada dilapangan bisa cepat diketahui.</p>

Dari data yang diperoleh berupa gambar visual, konten berita serta pendapat para tokoh yang dicantumkan dalam media online Sindonews.com, dapat disimpulkan bahwa media tersebut secara netral menggambarkan kasus politik uang yang terjadi, tanpa meninggikan satu kelompok dan merendahkan kelompok lain. Di samping itu bahasa yang digunakan media terkesan formal dan tersusun rapi, tanpa bahasa kiasan maupun konteks keberpihakan, mulai dari pembahasan dugaan sampai tindak pencegahan dari aparat keamanan, pemerintah, maupun tugas pemilu. Ini akan mempengaruhi tingkat kepercayaan dari pembaca di media tersebut, semakin baik bahasa yang digunakan, maka akan semakin baik pula kualitas media itu.

Berikut pemberitaan yang disampaikan oleh CNN Indonesia selama pilpres 2019 :

**Ketua KPU Minta Warga  
Laporkan Politik Uang, Bukan  
Menikmati**

CNN Indonesia

Rabu, 17 Apr 2019 14:49 WIB



Ketua KPU Arief Budiman meminta warga tak menikmati politik uang, tapi melaporkannya. (ANTARA FOTO/Indrianto Eko Suwarso)

Gambar 4

Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190417134426-32-387192>

Home > Nasional > Hukum Kriminal

**Wakil Bupati Paluta dan Istri  
Jadi Tersangka Politik Uang**

CNN Indonesia

Rabu, 17 Apr 2019 14:54 WIB



Barang bukti penyitaan kasus politik uang politikus Partai Gerindra di Paluta, Sumut. (CNNIndonesia/ferida noris)

Medan, CNN Indonesia -- Wakil Bupati Padang Lawas Utara (Paluta), Sumatera Utara, Hariro Harahap dan istrinya Masdoripa Siregar ditetapkan sebagai tersangka dugaan

doarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with the terms.

Gambar 5

Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190417135911-12-387196/wakil-bupati-paluta-dan-istri-jadi-tersangka-politik-uang>

Frame	Konten Pemberitaan
Define Problem	<p>Gambar 4 : Ketua KPU minta warga laporkan politik uang, bukan menikmati.</p> <p>Gambar 5 : Wakil bupati Paluta dan istri jadi tersangka politik uang.</p>
Diagnose Cause	<p>Gambar 4 : Diketahui menjelang Pemilu 2019 serangan fajar di beberapa daerah mulai ditemukan. Pada Rabu (17/4) dini hari tadi misalnya Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) berhasil menggagalkan dugaan serangan fajar di Semanan, Jakarta Barat. Dalam operasi tersebut turut diamankan satu truk berisi 600 boks mie instan yang siap dibagikan.</p> <p>Kepolisian juga mengamankan uang senilai Rp1 miliar yang dibawa dua orang calon anggota legislatif (caleg) dari Partai Gerindra di Lamongan, Jawa Timur. Diduga, uang itu bakal digunakan untuk serangan fajar dalam Pemilu 2019.</p> <p>Gambar 5 : Kasus politik uang yang terjadi diduga karena ambisius dalam memenangkan keluarga atau orang terdekatnya, walaupun orang itu tidak ahli dalam politik, seperti kasus wakil bupati Paluta yang mencalonkan istrinya di pileg. Di samping itu juga terjadinya ketimpangan disebabkan kurangnya pemahaman warga terkait politik uang ini.</p>
Make Moral Judgement	<p>Gambar 4 : Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Arief Budiman meminta kepada semua masyarakat ikut berkontribusi menangkap pelaku politik uang pada Pemilu yang sedang berlangsung. Arief mengatakan masyarakat sudah seharusnya mendukung pemberantasan politik uang, bukan malah ikut menikmati.</p> <p>Gambar 5 : Setelah dilakukan pemeriksaan, dan dilakukan gelar oleh Gakkumdu dalam hal ini Bawaslu Kabupaten Paluta, Polres Tapsel dan Kejaksaan, Wakil Bupati Paluta dan istri yang bersangkutan sudah ditetapkan sebagai tersangka," kata Kabid Humas Polda Sumut, Kombes Pol Tatan Dirsan Atmaja</p>
Treatment Recommendation	<p>Gambar 4 : Pihak yang berwenang akan terus melakukan penyidikan bahkan sampai proses pemilu telah usai.</p> <p>Gambar 5 : Kabid Humas Polda Sumut, Kombes Pol Tatan Dirsan Atmaja menambahkan Wakil Bupati Paluta dan istrinya dijerat dengan Pasal 269 ayat 1 dan Pasal 270 ayat 3 UU Nomor 7 Tahun 2011 tentang Pidana Pemilu. "Keduanya dijerat dengan UU Pidana Pemilu," terangnya.</p>

Dari data yang diperoleh berupa gambar visual, konten berita serta pendapat para tokoh yang diberitakan olen media online CNN Indonesia, dapat disimpulkan bahwa media tersebut lebih mengarah (pro) kepada paslon Jokowi-Ma'ruf, karena diinformasikan secara terang dan di beberapa kali pemberitaan bahwa yang melakukan praktik politik uang adalah dari pihak partai Gerindra, dan disebutkan juga dari partai PKS, yang dimana semua parpol

tersebut adalah parpol pengusung paslon Prabowo-Sandi. Pemberitaan tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi elektabilitas paslon, sehingga dukungan akan berpindah ke paslon Jokowi-Ma'ruf. Di samping itu juga berita diperkuat dengan seringnya topik tersebut dibahas, menunjukkan keseriusan atau *urgent* dari masalah yang terjadi.

#### IV. KESIMPULAN

Didalam media, penulisan suatu berita dikonstruksikan dari realitas, namun terkadang hal yang dikonstruksikan tidak sesuai dengan realita yang ada, yang artinya berita yang disampaikan dalam media ternyata menyimpan subjektivitas penulis dan tidak netral. Penulisan suatu berita dalam media selalu dibentuk dari hal yang realitas, namun realitas yang disampaikan dalam media seringkali bertolak belakang dengan realitas yang dibingkai. Berita yang dimuat di media adalah hasil bentukan dari pengetahuan dan fikiran dari wartawan. Sebelum dimuat, berita tersebut sudah diolah sesuai dengan kepentingan dan ideologi masing masing.

Analisis Framing Model Robert N. Entman pada pemberitaan *money politic* (politik uang) dalam media online Sindonews.com dan CNN Indonesia menghasilkan penggiringan masalah yang berbeda-beda, walaupun kontennya sama. Pembaca dialihkan kepada asumsi sesuai yang media itu inginkan, terlepas dari kepentingan politik maupun media itu sendiri. Semua elemen bertanggung jawab atas isu ataupun berita yang beredar, baik itu pihak media, pemerintah, aparat yang bertugas, maupun masyarakat selaku pembaca berita. Jika semuanya berjalan di atas kepentingan sendiri-sendiri, maka akan terjadi ketimpangan sosial dan masalah yang seharusnya dapat diselesaikan bersama, malah semakin parah dan menjalar ke berbagai ranah.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena dengan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini hingga selesai. Tidak hanya itu, peneliti juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga tugas akhir ini terselesaikan dengan baik, terutama dosen pembimbing dan teman-teman penulis. Tidak lupa keluarga dan kerabat yang ikut andil sebagai penyemangat bagi penulis.

#### REFERENSI

- [1] X. A. W. Lestari Nurhajati, "FRAMING MEDIA ONLINE ATAS PEMBERITAAN ISU POLITIK UANG DALAM PILKADA SERENTAK 2018," *J. Adhyasta Pemilu*, vol. Volume 1, 2018.
- [2] and J.-H. G. all authors and affiliations Richard Nadeau, Edouard Cloutier, *New Evidence About the Existence of a Bandwagon Effect in the Opinion Formation Process*. 1993.
- [3] D. H. W. & J. C. Lars Willnat, *THE GLOBAL JOURNALIST IN THE TWENTY-FIRST CENTURY*. 2013.
- [4] Eriyanto, *Analisis isi: pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta, Kencana, 2011.
- [5] Sugiyono, *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*, ALFABETA. 2010.
- [6] Halili, "PRAKTIK POLITIK UANG DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA (Studi di Desa Pakandangan Barat Bluto Sumenep Madura)," *J. Kewarganegaraan dan Hukum, Anjasmara*, 2009, [Online]. Available: <http://anjasmara.uny.ac.id/Record/eprints-2636>
- [7] Burhanuddin Muhtadi, *Kuasa Uang: Politik Uang dalam Pemilu Pasca-Orde Baru*. 2020. [Online]. Available:

- <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1300527>
- [8] Lati praja delmana, "PROBLEMATIKA DAN STRATEGI PENANGANAN POLITIK UANG PEMILU SERENTAK 2019 DI INDONESIA," *J. Tata Kelola Pemilu Indones.*, vol. Volume 1, 2020.
- [9] Vilalta Carlos, *Vote buying crime reports in Mexico: Magnitude and Corelate*.
- [10] T. dkk Aidt, "'Vote Buying or (Political) Business (Cycle) . Review of Economics and Statistics Journal,'" *Econ. Stat. J.*, pp. 1–45, 2019.
- [11] A. dkk Edward, "Vote Buying In Indonesia: Candidate Strategies, Market Logic And Effectiveness," *J. East Asian Stud.*, vol. Volume 17, pp. 1–27, 2017.
- [12] Robert M. Entman, *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. 1993. [Online]. Available: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- [13] S. H. D. & B. S. Balnaves, Mark., *Media Theories & Approaches; A Global Perspective*. 2009.
- [14] G. Burton, *Media and Society; Critical Perspectives.India: Rawat u lication.D'angelo, aul, Jim A. Kuypers. 2010. Doing News Framing Analysis; Empirical and Theorical Perspective*. 2009.
- [15] J. & R. L. Straubhaar, *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. 2006.

# TURNITIN FEB

## ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[www.bawaslu.go.id](http://www.bawaslu.go.id)

Internet Source

4%

2

Vargas Ponce Jorge Mario. "Etnofarmacología de las principales plantas medicinales utilizadas por los Q'eqchi'es en tres comunidades de Alta Verapaz, Guatemala", TESIUNAM, 2019

Publication

3%

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 2%