

Analysis of the Framing of the "Slepet" Slogan Used by Vice Presidential Candidate Muhaimin Iskandar in Online Media Detik.com and Kompas.com

[Analisis Framing Pemberitaan Slogan "Slepet" Calon Wakil Presiden Muhaimin Iskandar di Media Online Detik.com dan Kompas.com]

Halimi¹⁾, Totok Wahyu Abadi ^{*,2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: totokwahyuabadi@umsida.ac.id

Abstract. *The success of political struggles in the era of globalization and advanced technology is significantly influenced by the media, particularly online news platforms. Two of the most influential media outlets in Indonesia are Kompas.com and Detik.com. This study aims to describe the extent to which the "slepet" slogan of a vice-presidential candidate was covered by these two platforms. Employing Robert N. Entman's Framing Analysis, the research identifies the use of online media for political purposes through four stages: define problems, diagnose causes, make moral judgement, and treatment recommendation. The findings reveal that Detik.com tends to frame Muhaimin Iskandar's "slepet" slogan as an expression with negative connotations. In contrast, Kompas.com more frequently presents Muhaimin Iskandar and his slogan as part of the solution to various issues in Indonesia, thereby creating a more positive political image in the public's perception.*

Keywords - slepet slogan, framing, online media

Abstrak. *Keberhasilan perjuangan politik di era globalisasi dan kemajuan teknologi sangat dipengaruhi oleh media, terutama situs berita daring. Dua media besar yang berpengaruh di Indonesia adalah Kompas.com dan Detik.com. Penelitian ini bertujuan menggambarkan sejauh mana slogan "slepet" calon wakil presiden diberitakan oleh kedua media tersebut. Dengan menggunakan Analisis Framing Robert N. Entman, penelitian ini mengidentifikasi penggunaan media daring untuk tujuan politik melalui empat tahap: define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com cenderung membingkai slogan "slepet" Muhaimin Iskandar sebagai ungkapan dengan makna negatif. Sebaliknya, Kompas.com lebih sering menampilkan Muhaimin Iskandar dan slogannya tersebut sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan di Indonesia, menciptakan citra politik yang lebih positif di mata pembaca.*

Kata Kunci - slogan slepet, framing, media online

I. PENDAHULUAN

Tahun 2024 menjadi tahun politik yang signifikan. Tahun ini adalah tahun pemilihan, yang merupakan proses partisipatif warga negara dalam memilih pemimpin mereka untuk periode berikutnya. Sebuah pemilihan yang adil dan transparan akan sangat penting [1]. Dunia akan fokus pada pemilihan ini untuk melihat bagaimana politik dan kepemimpinan negara akan bergerak. Peran aktif masyarakat sangat penting untuk mempertahankan kualitas demokrasi. Untuk memastikan proses pemilihan berjalan dengan baik dan hasilnya dapat diterima oleh semua pihak, semua pihak harus bekerja sama [2]. Diskusi seputar calon presiden yang dipilih oleh Partai Politik tertentu telah menjadi isu hangat.

Komisi Pemilihan Umum telah mengumumkan tiga calon presiden dan wakil presiden untuk pemilu 2024: Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar, Ganjar Pranowo-Mahfud MD, dan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka [3]. Setelah resmi ditetapkan oleh KPU ketiga pasangan calon mulai mengatur strategi kampanye yang akan dijalankan selama masa kampanye sampai waktu pemungutan suara. Sebelum masa kampanye dimulai pemberitaan tentang pasangan Anis dan Muhaimin telah tersebar diberbagai media karna mereka menjadi pasangan yang pertama kali mendeklarasikan diri.

Anies Baswedan, calon presiden, dan Muhaimin Iskandar, calon wakil presiden, mendeklarasikan diri di Surabaya, yang merupakan yang pertama dari kedua pasangan calon lainnya, mendapat tanggapan yang beragam. Baik peristiwa maupun perspektif pasangan tersebut menarik untuk dianalisis. Karena Muhaimin dan Anis selama ini dikenal sebagai tokoh politik yang oposisi dengan pemerintahan. Selama menjadi gubernur Jakarta, Anies seringkali tidak sejalan dengan pemerintahan Jokowi. Sementara itu, Muhaimin secara politik adalah pendukung utama pemerintahan Presiden Jokowi selama dua periode, tetapi Anis dan Muhaimin sebenarnya adalah dua tokoh yang berbeda secara politik. Muhaimin adalah tokoh pendukung perubahan, dan Anis adalah tokoh oposisi.

Muhaimin menjadi kandidat calon wakil presiden yang banyak pemberitaan di media online dari berpasangan dengan Anis hingga slogan “slepet” yang dilontarkan dalam debat cawapres. Tentu saja, slogan “slepet” Cak Imin memunculkan berbagai pembingkai berita yang digunakan di media massa, terutama di media massa online. Muhaimin menjadi kandidat calon wakil presiden yang banyak diberitakan di media online, mulai dari pencalonannya bersama Anis hingga penggunaan slogan “slepet” yang dilontarkan dalam debat cawapres. Slogan “slepet” yang digunakan Muhaimin tidak hanya menjadi sorotan publik, tetapi juga memunculkan berbagai pembingkai (framing) pemberitaan oleh media massa, khususnya media daring. Secara umum, pentingnya meneliti slogan “slepet” terletak pada bagaimana simbol dan bahasa politik digunakan sebagai strategi komunikasi untuk membentuk citra dan menarik simpati publik. Selain itu, fenomena ini mencerminkan dinamika wacana politik di ruang digital, yang memperlihatkan bagaimana media dan masyarakat turut membentuk makna atas slogan tersebut melalui proses interpretasi sosial dan politik. Oleh karena itu, slogan “slepet” patut diteliti sebagai bagian dari strategi komunikasi politik dan praktik framing dalam media online selama masa kampanye pemilu.

Liputan berita media online mengenai calon presiden sangat tidak menentu, dan secara signifikan mempengaruhi opini publik mengenai keputusan yang dibuat terkait pemilihan presiden dalam pemilihan umum. Khususnya dalam hal berita politik, media online belakangan ini telah berkembang menjadi pilihan media alternatif yang sangat populer di Indonesia [4]. Masyarakat dapat menggunakan media online untuk mempelajari berita politik, terutama selama musim pemilu. Dalam hal ini, sumber informasi utama masyarakat di era digital saat ini adalah media online. Konteks ini, pemberitaan mengenai slogan calon wakil presiden “slepet” menjadi menarik. Slogan ini menjadi perbincangan hangat di masyarakat. Masyarakat banyak membicarakan slogan ini akhir-akhir ini. Media online memberikan liputan yang sangat aktif mengenai calon presiden dan wakil presiden. Terutama di era digital ini, media online telah berkembang menjadi sumber berita politik yang disukai di Indonesia [4]. Hasilnya, Detik.com dan Kompas.com hanyalah dua dari sekian banyak publikasi internet yang memiliki dampak signifikan terhadap opini publik Indonesia.

Kompas.com dan Detik.com merupakan dua portal yang populer di Indonesia. Detik.com terkenal karena kecepatan laporan berita, seringkali menjadi yang pertama [5]. Detik.com tidak hanya menyajikan berita, tetapi juga konten terkait teknologi, olahraga, dan gaya hidup. Kompas.com, di sisi lain, merupakan bagian dari grup media terbesar di Indonesia, Kompas Gramedia. Kompas.com dikenal karena jurnalisme dan analisis yang tajam. Situs ini menawarkan berbagai jenis konten, termasuk berita budaya, hiburan, dan ekonomi [6]. Portal berita menjadi sumber utama masyarakat dalam mengakses informasi terkini karena kemudahan, kepraktisan, dan aksesibilitasnya [7]. Media massa, termasuk portal berita online, berperan penting dalam menyebarkan informasi, terutama isu-isu edukatif dan politik. Politisi memanfaatkannya untuk membentuk opini publik dan menyampaikan pesan politik [8].

Media adalah kekuatan dinamis yang membentuk persepsi publik dan memperkuat fakta melalui berita [9]. Berita menjadi sarana media untuk mengatur informasi yang dapat diakses pembaca. Setiap paragraf dalam berita digunakan untuk berkomunikasi dengan khalayak. Media online penting dalam menyampaikan informasi politik, seperti kebijakan pemerintah, kegiatan partai, dan isu terkini. Produksi berita secara rutin mencerminkan konsistensi media dalam menyajikan realitas dan meningkatkan akuntabilitas. Pemikiran dan bahasa merupakan bagian dari proses budaya yang membentuk realitas sosial [4]. Artinya, bahasa memiliki dampak besar pada bagaimana politik dibingkai dan bagaimana orang berperilaku, terutama dalam hal liputan media politik tentang pemilihan presiden 2024. Bahasa memainkan peran sentral dalam begitu banyak aspek kehidupan sehari-hari sehingga tindakan tidak dapat terjadi tanpanya. Hampir semua informasi dan komunikasi dibangun melalui bahasa. Setiap negara memiliki budaya dan kepribadian yang unik yang memengaruhi penggunaan bahasa sehari-hari dalam berkomunikasi [10].

Media juga berfungsi sebagai tempat diskusi publik, memberikan masyarakat kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam perdebatan politik [11]. Pada tanggal 29 November sampai 4 Desember 2024 Litbang Kompas melakukan survei yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial sangat tinggi untuk mendapatkan informasi tentang pemilu. Sebanyak 29,4 persen responden mengatakan mereka melihat atau membaca konten terkait pemilu setidaknya beberapa kali seminggu, dan sekitar 11 persen lainnya mengatakan mereka mengonsumsi konten terkait pemilu setidaknya sekali setiap hari [12].

Pada masa pemilu, media berlomba membingkai pernyataan para kandidat, termasuk calon wakil presiden. Contohnya, slogan “slepet” dari Muhaimin Iskandar, cawapres Anies Baswedan, ramai diberitakan. Kompas.com menyorotnya sebagai upaya membentuk opini publik terhadap pasangan Anies-Muhaimin. Sementara Detik.com membahasnya dari berbagai sudut pandang, termasuk strategi kampanye bertema “Perubahan” dan respons masyarakat. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas aspek komunikasi politik dalam Pemilihan Presiden

2024, khususnya yang berkaitan dengan pasangan Anies Baswedan–Muhaimin Iskandar. Meskipun slogan “slepet” sempat muncul dalam pembahasan, belum ada penelitian yang secara khusus menelusuri bagaimana media membingkai slogan tersebut. Oleh karena itu, peneliti menampilkan tiga penelitian terdahulu sebagai perbandingan dari penelitian ini.

Penelitian pertama oleh Kulau [13] dengan judul *"Tiktok, Instagram and Presidential Election: A Study to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaigns 2024"*. Penelitian ini berfokus pada kata politik, hiburan dan bahasa populer digunakan untuk membangun citra kandidat pada media sosial TikTok dan Instagram. Slogan “slepet” disebut sebagai bagian dari strategi Muhaimin untuk menarik pemilih baru dari pondok pesantren, namun tidak menjadi objek analisis utama dalam konteks media online Detik.com dan Kompas.com.

Penelitian kedua oleh Adhyswasti & Buana [14] dengan judul *"Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar Campaign Communication Strategy in the 2024 Presidential Election: Case Study of the "Ubah Bareng" Movement"*. Penelitian ini berfokus pada gerakan kampanye, penelitian ini juga menyinggung secara singkat penggunaan slogan “slepet” sebagai bagian dari gaya komunikasi Muhaimin. Namun, pembahasan terhadap “slepet” hanya muncul sebagai bagian kecil dari dinamika kampanye dan tidak dianalisis dari sudut pandang media atau framing pemberitaan.

Penelitian ketiga oleh Aminulloh et al., [15] dengan judul *"Political Gimmicks on Social Media in the 2024 Indonesian Presidential Election"*. Penelitian ini berfokus pada bentuk gimmick politik dalam komunikasi politik ketiga pasangan capres-cawapres di media sosial X dengan memanfaatkan simbol dan istilah-istilah manis untuk menarik simpati dan dukungan publik, khususnya generasi muda di ruang digital. Namun, kajian ini lebih fokus pada dinamika media sosial dan bukan pada pemberitaan media arus utama seperti Detik.com dan Kompas.com.

Melalui ketiga penelitian tersebut memiliki perbedaan yang signifikan pada fokus penelitian, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi celah dengan menganalisis secara khusus framing pemberitaan slogan “slepet” oleh Muhaimin Iskandar dalam dua media online, yakni Detik.com dan Kompas.com. Dengan menggunakan teori framing Robert N. Entman, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana media membentuk makna, narasi, dan persepsi publik terhadap penggunaan slogan tersebut dalam konteks debat cawapres dan strategi komunikasi politik yang lebih luas.

Media berfungsi sebagai saluran yang secara aktif menyajikan interpretasi realitas kepada audiens [16]. Tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat akan merasa tertarik untuk membahas perbedaan isi berita. Masyarakat dapat mengalami keresahan sebagai akibat dari reaksi yang berbeda terhadap substansi berita. Selain itu, ini berkaitan dengan keputusan memilih calon presiden yang akan datang di Indonesia pada tanggal 14 Februari 2024. Melalui penerapan Model Analisis Framing Robert N. Entman, peneliti akan meneliti fenomena tersebut. Peneliti akan melihat bagaimana pesan diberitakan oleh media, khususnya Kompas.com dan Detik.com. Peneliti berharap dapat mengidentifikasi lintasan berita dengan menjelaskan signifikansinya.

Model Robert N. Entman mengkategorikan rumusan masalah dalam teknik analisis framing sebagai berikut. *Pertama*, Bagaimana Detik.com dan Kompas.com mendefinisikan isu berita ungkapan "slepet" Cak Imin. *Kedua*, Bagaimana Detik.com dan Kompas.com mendiagnosa penyebab (memperkirakan masalah atau sumber masalah) berita slogan "slepet" Cak Imin. *Ketiga*, Bagaimana Penilaian Moralitas Pemberitaan Kompas.com dan Detik.com Tentang Slogan "slepet" Cak Imin. *Keempat*, Bagaimana dengan pemberitaan Detik.com dan Kompas.com terkait rekomendasi penanganan (yang menekankan pada penyelesaian) atas ungkapan "slepet" Cak Imin. Moderator berdasarkan atas rekomendasi dari Dewan Penguji.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena sosial yang menjadi fokus kajian. Objek penelitian adalah pemberitaan slogan "slepet" Muhaimin Iskandar sebagai cawapres Anies Baswedan dalam kampanye politik di portal Detik.com dan Kompas.com. Peneliti mengevaluasi isu tersebut sebagai persoalan politik atau moral dengan menggunakan analisis framing Robert M. Entman. Pendekatan ini dipilih karena mampu membantu mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebabnya, dan mengungkap makna di balik pemingkai berita. Menurut Robert N. Entman [16], framing pada dasarnya adalah memberikan definisi, pembenaran, penilaian, dan rekomendasi untuk menonjolkan kerangka berpikir atas peristiwa yang sedang dibahas. Oleh karena itu, metode analisis framing Entman yang terdiri dari empat tahap:

<i>Define Problems</i>	Bagaimana sesuatu dipersepsikan? Sebagai apa? atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i>	Apa yang dianggap sebagai penyebab dari insiden tersebut? Apa yang dianggap sebagai asal mula penyebab masalah tersebut? Siapa aktor yang dianggap sebagai akar masalah?

<i>Make Moral Judgement</i>	Prinsip-prinsip moral apa yang digunakan untuk membenarkan isu tersebut? Prinsip-prinsip moral apa yang digunakan untuk membenarkan atau menyanggah perilaku tertentu?
Treatment Recommendation	Solusi apa yang dilakukan untuk menangani isu atau masalah tersebut? Pendekatan apa yang disarankan dan harus digunakan untuk menyelesaikan masalah?

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Framing

Media menggunakan teknik framing untuk menyampaikan peristiwa dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu agar pesan lebih mudah diingat oleh audiens. Teknik ini dilakukan dengan memilih bagian tertentu dari realitas, memberi penekanan pada detail spesifik, serta membangun narasi yang sesuai. Erving Goffman menyebut framing sebagai proses seleksi dan fokus terhadap aspek tertentu dari kenyataan [17].

Menurut Eriyanto [16], framing adalah strategi untuk menggali makna di balik peristiwa, situasi, atau tokoh melalui perangkat wacana tertentu. Pendekatan ini berpijak pada teori konstruksi sosial yang menganggap media sebagai hasil dari proses konstruktif, bukan sekadar cermin realitas. Oleh karena itu, media tidak hanya melaporkan fakta, tetapi juga membentuknya sesuai sudut pandang tertentu.

Robert N. Entman menjelaskan bahwa framing melibatkan seleksi dan penonjolan unsur tertentu dalam berita guna mengarahkan perhatian pembaca. Analisis framing fokus pada bagaimana wartawan menyusun narasi melalui kata, kalimat, dan gambar untuk memengaruhi pemahaman pembaca terhadap suatu peristiwa. Dua hal penting dalam framing adalah: bagaimana peristiwa ditafsirkan media dengan menyertakan atau menghilangkan informasi tertentu), dan bagaimana fakta disajikan untuk memperkuat makna yang ingin dibentuk. Robert N. Entman menyatakan bahwa ada dua dimensi utama dalam gagasan pembingkai. Hal ini melibatkan pemilihan topik dan penekanan aspek tertentu dari subjek atau realitas. Media menggunakan framing dengan menyoroti beberapa tema dan meremehkan tema lainnya. Penggunaan teknik framing oleh jurnalis memungkinkan mereka untuk memverifikasi pendapat dan perspektif narasumber saat memilih atau mengatur pesan.

Tabel 1. Dua Unsur Media Versi Entman [16]

Seleksi isu	Komponen ini termasuk dalam proses seleksi fakta. Bagian mana dari realitas yang rumit dan beragam itu yang dipilih untuk ditampilkan? Dalam proses ini, inklusi dan eksklusi berita selalu terlibat. Wartawan memilih bagian dari cerita yang akan diliput, tidak semua sisi ditampilkan.
Penonjolan aspek tertentu dari suatu isu	Penulisan fakta adalah fokus dari komponen ini. Bagaimana hal-hal spesifik tentang peristiwa atau masalah ditulis? Hal ini sebagian besar terkait dengan bagaimana kata-kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu digunakan untuk mengkomunikasikan ide kepada audiens.

Seperti yang telah dinyatakan sebelumnya, praktik menambahkan signifikansi pada informasi disebut penyorotan. Aktualitas yang ditampilkan dengan cara yang mencolok akan lebih mudah diamati dan lebih mungkin mempengaruhi bagaimana pemirsa melihat realitas. Dengan demikian, seperti yang tertulis pada tabel 1, pembingkai dalam praktiknya dilakukan dengan memfokuskan pada topik tertentu dan mengabaikan topik lainnya, menekankan aspek tertentu dari topik tersebut, menggunakan berbagai strategi wacana, pengulangan, penempatan yang mencolok (penempatan dalam judul di bagian depan atau belakang), penggunaan grafis untuk meningkatkan dan mendorong kesadaran, dan penggunaan label tertentu saat menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan. "Saliency" mengacu pada membuat informasi lebih mudah diidentifikasi, signifikan, dan mudah diingat [18].

Framing dalam pemberitaan memengaruhi cara khalayak melihat realitas. Fokus utama analisis framing adalah bagaimana media mengemas pesan dan narasi untuk membentuk pemahaman terhadap suatu topik. Entman, seperti tercantum pada Tabel 1, menekankan pentingnya pemilihan kata, gambar, dan fokus dalam membentuk persepsi publik terhadap isu.

Menurut Entman, framing mencakup bukan hanya apa yang disampaikan media, tetapi juga apa yang diabaikan. Media dapat membentuk pemahaman publik dengan menyoroti atau mengesampingkan aspek tertentu dari berita. Ia juga menekankan pentingnya latar belakang sosial, politik, dan budaya dalam pembentukan bingkai media, yang memengaruhi keputusan editorial dan interpretasi publik.

a. Define Problem

Komponen ini menunjukkan bagaimana wartawan memahami peristiwa secara berbeda, sehingga membentuk realitas yang tak selalu sama.

- b. **Diagnose Cause**
Media menentukan aktor dan akar masalah melalui sudut pandang tertentu, dipengaruhi konteks politik, sosial, ekonomi, dan budaya, yang membentuk pemahaman publik.
- c. **Make Moral Judgement**
Media mengaitkan isu dengan nilai moral seperti keadilan atau tanggung jawab, membentuk persepsi dan penilaian audiens terhadap masalah.
- d. **Treatment Recommendation**
Media menawarkan solusi atau tindakan atas masalah, mengarahkan audiens pada cara tertentu untuk merespons isu yang diberitakan.

B. Framing dan Ideologi Media

Ideologi media adalah istilah yang mengacu pada nilai, keyakinan, dan perspektif yang mempengaruhi cara media menghasilkan, menyajikan, dan menginterpretasikan berita dan informasi. Ideologi media membentuk dasar pemikiran dan perspektif yang mendorong keputusan editorial dan strategi komunikasi media. Ideologi adalah sistem keyakinan yang digunakan sebagai acuan dan harapan hidup [8]. Namun karena teks, percakapan, dan bentuk-bentuk ekspresi lainnya merupakan praktik ideologis atau refleksi dari ideologi tertentu, Oleh karena itu, Eriyanto menempatkan ideologi sebagai ide utama dalam analisis wacana.

Para Marxis dan neo-Marxis biasanya menggunakan istilah "ideologi" untuk merujuk pada kumpulan ide yang mendukung mereka yang berada dalam posisi otoritas atau pemaksaan yang memiliki kemampuan untuk menampilkan atau menggambarkan apa yang sering kali bersifat manipulatif tentang realitas [19]. Sama halnya dengan opini politik, ideologi media sering kali mencerminkan sikap politik editor, pemilik, dan manajemen. Cara menggambarkan peristiwa dan tokoh politik di media, cerita yang dipilih untuk dipublikasikan, dan bahasa yang digunakan, semuanya mencerminkan hal ini. Sifat alamiah media selalu melibatkan kekuasaan dan kepentingan. Media telah digunakan untuk menyebarkan dan menjalankan kekuasaan ini, sehingga mustahil untuk tetap tidak bias dan netral [8].

Produksi berita berkaitan dengan kegiatan sehari-hari yang terjadi di ruang redaksi dan menetapkan pedoman serta peraturan yang diikuti oleh jurnalis untuk melaporkan berita dari sudut pandang tertentu. Selain filosofi profesional dan prosedur organisasi, interpretasi khalayak terhadap suatu pesan memiliki dampak yang signifikan terhadap keseluruhan penempatannya di dalam teks [20]. Akibatnya, kata ideologi memiliki dua definisi yang tidak sejalan. Dilihat secara positif, ideologi adalah pandangan dunia yang mengartikulasikan cita-cita kelompok sosial tertentu untuk menjaga dan mempromosikan kepentingan tersebut. Di sisi lain, ideologi dipandang secara negatif sebagai kesadaran palsu, dorongan untuk menipu orang dan mendistorsi realitas sosial [18].

Konstruksi Realitas oleh Media Massa

Secara umum, tugas media massa adalah mengkonstruksi realitas. Para pekerja di media massa, khususnya di bagian pemberitaan, menciptakan dan membentuk realitas, termasuk realitas politik. Realitas yang dikonstruksi adalah salah satu ciri kerja media. Pengembangan dan transmisi cerita pada dasarnya adalah apa yang membentuk berita di media massa [8]. Di dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pembuat realitas sosial yang relatif otonom. Ini didefinisikan dalam penjelasan ontologis paradigma konstruktivis sebagai fabrikasi sosial yang dibuat oleh individu [21]. Namun, aktualitas realitas sosial bersifat relatif dan hanya berlaku dalam situasi tertentu yang dianggap relevan oleh para pelaku sosial. Peter L. Berger mengatakan realitas dibentuk dan diciptakan tidak hanya sekedar terjadi. Akibatnya, pemahaman setiap orang akan realitas akan bervariasi berdasarkan asumsi yang mereka buat tentangnya. Ia menjelaskan proses sosial di mana orang secara konstan menggunakan interaksi dan perilaku mereka untuk membangun dunia bersama yang dialami secara subjektif [22].

Menurut Berger dan Luckmann, eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi menciptakan hubungan dialektis antara individu dan masyarakat. Eksternalisasi adalah ekspresi diri manusia dalam menciptakan realitas. Sedangkan objektivasi mengubahnya menjadi kenyataan yang berdiri sendiri; sementara internalisasi menyerap kembali realitas itu ke dalam kesadaran individu. Dalam dunia jurnalisme, realitas sosial terbentuk oleh ideologi media dan visi perusahaan, bukan semata fakta. Konstruksionis melihat berita sebagai drama konflik antar kelompok, bukan cerminan realitas. Proses pembentukan berita lebih ditentukan oleh konstruksi sosial ketimbang standar jurnalistik konvensional. Secara umum, persepsi khalayak tentang dunia dipengaruhi oleh proses pembentukan berita, yang meliputi pemilihan fakta, narasumber, bahasa, citra, dan penyuntingan [16].

C. Analisis Framing Pemberitaan Detik.com

Sub-bab ini akan membahas framing berita Detik.com. Pada hal ini, dua artikel akan dibedah sebagai berikut:

Tabel 2. Berita 1: TKN Heran dengan Slepet Ala Cak Imin: Kok Seperti Olok-olok (Berita 26 Desember 2023)

Pembedahan Framing Berita 1	
Elemen	Penjelasan
<i>Define Problems</i>	Detik.com memberikan penegasan tentang slogan “slepet” Cak Imin melalui komentar TKN Prabowo terkait slogan yang bernada main-main dan mengandung bahasa yang mengolok-olok.
<i>Diagnose Cause</i>	<p>Dalam pemberitaan tersebut dijelaskan bahwa slogan yang reprenstasikan oleh cak Imin merupakan istilah melawan terhadap revolusi mental yang telah berlangsung selama satu dekade dianggap tidak berhasil dan akan diganti dengan istilah 'slepet'. Namun, slogan tersebut mengandung banyak tanggapan dari pihak tertentu karna menggunakan diksi dan konsep yang tidak matang sehingga menimbulkan ketidakpahaman publik. Hal ini dinarasikan pada tubuh berita.</p> <p><i>"Sebenarnya saya tidak melihat konsep yang jelas mengenai definisi dari slepet, terlihat seperti tidak serius dan hanya bercanda saja. Malah konsepnya terdengar seperti mempromosikan kekerasan, karena sarung yang seharusnya digunakan untuk beribadah malah dipakai untuk memukul orang. Banyak insiden telah terjadi yang menyebabkan pertikaian atau perkelahian yang mengakibatkan korban. Sebaiknya kita hanya menggunakan sarung untuk ibadah, bukan untuk melakukan tindakan kekerasan. Sebagai seorang pemimpin, kita harus berhati-hati dalam memilih kata-kata yang digunakan, jika konsep yang tidak jelas akan menyebabkan publik salah mengerti."</i> Kata Habiburrokhman Wakil Ketua Umum partai Gerindra</p>
<i>Moral Judgement</i>	Detik.com melegitimasi terkait slogan “slepet” yang dilontarkan oleh Cak Imin sebagai istilah yang mengandung olok-olok. Kutipan langsung dan narasi slogan “slepet” sebagai istilah olok-olok menjadi headline kalimat dalam narasi terkait hal ini.
<i>Treatment Recommendation</i>	Pada berita ini, Detik.com memberikan narasi secara implisit terkait slogan “slepet” Cak Imin yang memiliki istilah main-main dan bernada mengolok-olok.

Sumber : Rahayu [23]

Tabel 3. Berita 2: Saling Serang TKN Vs Timnas AMIN soal 'Slepet' Cak Imin (Berita 26 Desember 2023)

Pembedahan Framing Berita 2	
Elemen	Penjelasan
<i>Define Problems</i>	Detik.com memberikan penegasan terhadap peristiwa saling serang Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo Gibran soal istilah "slepet" TKN Prabowo Gibran menganggapnya sebagai olok-olok. Sementara Tim AMIN menyanggahnya itu Ketika TKN Prabowo-Gibran dan Tim AMIN berdebat, Cak Imin lebih suka menggunakan istilah "slepet" daripada "revolusi mental". Cak Imin juga mengomunikasikan revolusi mental pada saat itu, sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh pemerintah selama hampir satu dekade.
<i>Diagnose Cause</i>	Dalam pemberitaan tersebut dijelaskan bahwa Timnas AMIN membantah perihal istilah “slepet” sebagai istilah yang mengolok-olok, karena istilah itu merupakan istilah pesantren dan bahasa rakyat kecil. Sementara TKN Prabowo menilai definisi “slepet” seperti olok-olok.
<i>Moral Judgement</i>	Detik.com melegitimasi terkait Timnas AMIN yang membantah slogan “slepet” sebagai istilah yang mengandung olok-olok.
	Hal ini dibuktikan dengan kalimat berita:

	<i>Wakil Ketua TKN Prabowo-Gibran, Habiburokhman, kemudian membantah pernyataan cawapres nomor urut 1, Muhaimin Iskandar atau Cak Imin, tentang slepet, yang dianggap olok-olok oleh Wakil Ketua Umum PKB, Jazilul Fawaid. Jelas bagi Jazilul bahwa istilah-istilah dari pesantren dan bahasa rakyat kecil.</i>
<i>Treatment Recommendation</i>	Dari berita ini, Detik.com memberikan narasi secara implisit terkait slogan “slepet” Cak Imin mengandung perdebatan public dalam penggunaan istilah slepet.

Sumber : Detik.com [24]

Berdasarkan konsep analisis framing Robert N. Entman dari dua artikel Detik.com terkait pemberitaan slogan “slepet” Cak Imin dapat dianalisis bahwa arah pemberitaan Detik.com menunjukkan pembingkai slogan “slepet” sebagai istilah yang kurang mendapatkan antensi baik dari beberapa pihak dan masyarakat sehingga menimbulkan perdebatan mengenai konsep dalam penggunaan istilah “slepet”. Lebih lanjut, arah pemberitaan Detik.com memiliki tujuan politis dan ideologis untuk membentuk persepsi publik terkait gagasan istilah “slepet” yang dilontarkan oleh calon wakil presiden Muhaimin Iskandar pada saat debat cawapres. Narasi pembingkai seputar slogan “slepet” Cak Imin, yang sangat menekankan legitimasinya sebagai sebuah istilah yang mengandung olok-olok, menjadi bukti akan hal ini.

Define problems dalam bingkai pemberitaan slogan “slepet” Cak Imin adalah upaya penegasan bahwa istilah tersebut bernada main-main dan mengandung bahasa yang mengolok-olok. Diagnose cause pembingkai berita yang cenderung menampilkan perdebatan antara TKN Prabowo dan BPN AMIN, tanpa menampilkan reaksi pihak lain terhadap istilah “slepet”. Buatlah penilaian moral berdasarkan cara pembingkai berita yang menampilkan TKN AMIN dan TKN Prabowo yang saling serang terkait istilah “slepet”. Kontroversi tentang nama “slepet” ditampilkan dalam Treatment Recommendation.

Uraian diatas menunjukkan bahwa Detik.com ingin menciptakan opini publik pada pemberitaan slogan “slepet” Cak Imin bahwa kedua belah pihak saling berseteru mengenai istilah slepet.

D. Analisis Framing Pemberitaan Kompas.com

Sub-bab pada hal ini akan membahas framing berita Kompas.com. Dalam hal ini, dua artikel akan dibahas sebagai berikut:

Tabel 4. Berita 1: Serukan Slepet-nomics, Cak Imin: Segala Ketidakadilan Ekonomi Kita Slepet (Berita 22 Desember 2023)

Pembedahan Framing Berita 1	
Elemen	Penjelasan
<i>Define Problems</i>	<p>Kompas.com memberikan penekanan pada istilah “slepet” sebagai solusi persoalan di Indonesia. Hal ini terbukti lead awal berita serta tubuh berita.</p> <p>Lead berita: Calon wakil presiden nomor urut satu, Muhaimin Iskandar, menyatakan bahwa ia dan calon presiden nomor urut satu, Anies Baswedan, mendukung rencana “slepet-nomics” untuk mengatasi masalah-masalah ekonomi di Indonesia.</p> <p>Tubuh berita: "Keberanian untuk mengenali aturan main yang adil dan keberanian untuk membela rakyat adalah apa yang dibutuhkan oleh kebijakan ekonomi saat ini. Untuk itulah, kami memulai slepetnomics sebagai obatnya. Semua ketidakadilan (ekonomi) akan di slepet oleh kita!," tegas dia (Muhaimin Iskandar Ketua Umum PKB)</p>
<i>Diagnose Cause</i>	Menurut berita tersebut dijelaskan bahwa “slepetnomics” mengacu pada teori ekonomi yang telah diuji oleh para profesional dengan menggunakan kriteria subjektif dan objektif.
<i>Moral Judgement</i>	Kompas.com melegitimasi dengan adanya gagasan slepetnomics dapat mewujudkan kemakmuran ekonomi di Indonesia dikerjakan dengan

	menggunakan hati dan otak. Hal ini tampak dari pernyataan calon wakil presiden Muhaimin Iskandar.
	Hal ini dibuktikan dengan kalimat berita: <i>"kita pastikan pembangunan ekonomi Indonesia dilakukan dengan hati, dengan otak,"</i>
<i>Treatment Recommendation</i>	Dari berita ini, Kompas.com memberikan narasi secara implisit terkait slogan "slepet" Cak Imin menggambarkan sebagai keberanian untuk membela rakyat dan menerapkan aturan yang adil dalam kebijakan ekonomi..

Sumber : Ihsanuddin [25]

Tabel 5. Berita 2 : Cak Imin: Revolusi Mental Gagal, Kami Kasih Istilah Lebih Mudah, Slepet! (Berita 24 Desember 2023)

Pembedahan Framing Berita 1	
Elemen	Penjelasan
<i>Define Problems</i>	Calon wakil presiden nomor urut 1, Menurut Muhaimin Iskandar, revolusi mental yang dicanangkan Presiden Jokowi Widodo telah gagal. Kosakata revolusi mental akan diganti dengan slepet untuk menjalankan revolusi yang sebenarnya karena gagal dijalankan. <i>"Karena revolusi mental tidak berjalan mulus, kata revolusi sedikit kacau, jadi kami terpaksa memberikan istilah yang lebih mudah yaitu slepet yang tidak mengacaukan"</i> ujar Cak Imin dalam acara talkshow di Semarang, Jawa Tengah, Minggu (24/12/2023).
<i>Diagnose Cause</i>	Cak Imin menyoroti bahwa agar keadaan membaik, isu-isu yang ada harus diatasi. Kutipan berita yang menyinggung para pelaku bisnis menunjukkan hal ini. <i>"Persoalan ini diperumit dengan fakta bahwa pelaku bisnis juga merangkap pembuat aturan. Ini yang harus kita slepet,"</i> ujar Cak Imin.
<i>Moral Judgement</i>	Kompas.com melegitimasi gagasan slepet Cak Imin adalah revolusi yang dimaksudkan untuk membawa perubahan yang diperlukan dalam situasi saat ini.
<i>Treatment Recommendation</i>	Dari berita ini, Kompas.com memberikan narasi secara implisit terkait slogan "slepet" Cak Imin sebagai slogan untuk memperbaiki revolusi mental yang tidak berhasil sehingga perlu istilah yang mudah untuk menjalankan revolusi yang benar.

Sumber : Ihsanuddin [25]

Berdasarkan framing analisis konsep Robert N. Entman dari dua artikel Kompas.com terkait pemberitaan slogan "slepet" Cak Imin dapat dianalisis bahwa arah pemberitaan Kompas.com menunjukkan pembingkai slogan "slepet" sebagai istilah yang memiliki makna khusus dalam konteks tertentu. Cak Imin menggunakan istilah tersebut untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif. Istilah "slepet" bisa menjadi representasi positif dari keberanian, ketangguhan, dan ketepatan dalam bertindak untuk memperbaiki masa depan bagi Indonesia. Selain itu, arah pemberitaan Kompas.com tersebut memiliki tujuan ideologis dan politik untuk mengubah perspektif masyarakat dalam memahami konsep slogan "slepet" yang dilontarkan calon wakil presiden Muhaimin Iskandar dalam debat cawapres sebagai gerakan perubahan dalam mengatasi persoalan di Indonesia. Hal itu di indikasi melalui narasi-narasi pembingkaiannya yang terdapat pada slogan "slepet" Cak Imin yang sangat didominasi untuk melegitimasi sebagai istilah yang mengandung konteks perubahan.

Define problems dalam bingkai pemberitaan slogan "slepet" Cak Imin adalah upaya penegasan bahwa istilah tersebut sebagai solusi persoalan di Indonesia. Diagnose causes bingkai pemberitaan tersebut cenderung di isi pernyataan Cak Imin terkait maksud dari istilah "slepet", tanpa menampilkan pernyataan pihak lain terkait istilah tersebut. Make moral judgement dalam pembingkaiannya berita tersebut menampilkan makna "slepet" sebagai efek yang membutuhkan perubahan pada situasi saat ini. Treatment Recommendation menampilkan terkait istilah slepet sebagai istilah untuk memperbaiki Indonesia.

Uraian diatas menunjukkan bahwa Kompas.com ingin menciptakan opini publik pada pemberitaan slogan "slepet" Cak Imin slogan tersebut mampu menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif.

E. Interpretasi Perbandingan Nilai Berita dari Detik.com dan Kompas.com

Pada pemberitaan slogan "slepet" calon wakil presiden Muhimin Iskandar pada rentang waktu bulan Desember 2023. Kompas.com dan Detik.com berbeda dalam hal nilai berita dan relevansi ideologi politik. Pemberitaan yang dinarasikan oleh Detik.com menunjukkan arah ketidak berpihakannya terhadap pernyataan slogan "slepet" dengan menampilkan perdebatan antara Timnas AMIN dan TKN Prabowo. Hal itu ditunjukkan oleh cerita pembingkai yang dilakukan pada slogan "slepet" Cak Imin yang sangat didominasi untuk melegitimasi sebagai istilah yang mengandung olok-olok. Sedangkan, Kompas.com dalam pemberitaan slogan "slepet" menunjukkan arah keberpihakan dan mendukung pernyataan semboyan "slepet" sebagai gerakan perubahan dalam mengatasi persoalan di Indonesia. Fakta ini ditunjukkan oleh narasi-narasi pembingkai yang dilakukan pada slogan "slepet" Cak Imin yang sangat didominasi untuk melegitimasi sebagai istilah yang mengandung konteks perubahan.

Dalam penelitian ini, temuan terkait istilah "slepet" merujuk pada asal kata "slepet" dan apa artinya. Secara umum, kata "slepet" dalam bahasa Jawa berarti menyebat atau melecut, yang mengandung makna tindakan memukul atau mengibaskan sesuatu dengan cepat dan keras. Bagi masyarakat Jawa dan sekitarnya, istilah ini cukup familiar dan sering kali muncul dalam percakapan sehari-hari. Namun, makna "slepet" menurut Cawapres Cak Imin ternyata tidak hanya sekadar mengacu pada arti harfiahnya dalam bahasa Jawa. Cak Imin mengungkapkan bahwa istilah ini memiliki nuansa atau makna yang lebih mendalam, yang mencerminkan sebuah konsep atau prinsip tertentu dalam konteks sosial dan politik. Penjelasan terkait makna khusus ini bahkan telah disampaikan langsung oleh Cak Imin melalui akun media sosialnya, yang menarik perhatian masyarakat luas dan menuai berbagai tanggapan.

Berdasarkan buku Mengenal Ilmu Bahasa. Yendra [26], menyebutkan bahasa dapat diartikan sebagai sebuah sarana atau alat untuk berkomunikasi, yang memungkinkan individu untuk saling bertukar informasi, pemikiran, dan perasaan. Karena itulah, kata "bahasa" sering kali kita jumpai dalam berbagai ungkapan sehari-hari dengan makna yang beragam, mencerminkan fungsi serta peranannya yang begitu penting dalam kehidupan sosial. Bahkan, kata "bahasa" juga kerap kali digunakan sebagai istilah dalam berbagai konteks, memperkaya makna dan penggunaannya yang luas di berbagai situasi komunikasi.

Temuan lain terkait penggunaan slogan "slepet" oleh Cak Imin di media online Detik.com dan Kompas.com dianalisis menggunakan teori framing dari Robert N. Entman. Teori ini berfokus pada bagaimana media membingkai atau membentuk sudut pandang tertentu terhadap sebuah isu melalui pemilihan kata, fokus informasi, dan sudut pandang yang digunakan.

Pada Kompas.com, slogan "slepet" cenderung dibingkai sebagai bagian dari strategi komunikasi politik Cak Imin untuk menarik perhatian publik dan menonjolkan gaya komunikasinya yang kasual dan dekat dengan masyarakat melalui narasi istilah slepet merupakan bahasa pesantren dan rakyat kecil.

Sementara itu, Detik.com lebih menekankan konteks social politik dan pesan di balik penggunaan istilah tersebut, membingkai "slepet" sebagai bagian dari etika dalam politik yang memiliki tujuan tertentu dalam kampanye atau untuk mempengaruhi opini publik. Detik.com lebih cenderung mengulas potensi dampak atau makna yang tersirat dari slogan tersebut sebagai istilah yang bernada mengolok-olok dan mengundang perdebatan.

Oleh karena itu, perbedaan nilai berita pada kedua media tersebut menimbulkan kebingungan dan keresahan di masyarakat karena anggapan bahwa berita adalah fakta yang tidak memengaruhi masyarakat, mereka menemukan jalan baru yang perlu dikritisi oleh publik. Elaborasi menemukan ideologi politik yang relevan dari kedua media tersebut. Nilai perbandingan berdasarkan metode framing model Robert N. Entman adalah sebagai berikut:

Detik.com	Kompas.com
Define Problems	Define Problems
Dalam bingkai pemberitaan slogan "slepet" calon wakil presiden Muhaimin Iskandar sebagai istilah yang bernada mengolok-olok.	Dalam bingkai pemberitaan slogan "slepet" calon wakil presiden Muhaimin Iskandar sebagai solusi persoalan di Indonesia.
Diagnose cause	Diagnose cause
Bingkai pemberitaan tersebut cenderung di isi dengan perdebatan antara Timnas AMIN dan TKN Prabowo, tanpa menampilkan tanggapan pihak lain terkait istilah slepet.	Bingkai pemberitaan tersebut cenderung di isi pernyataan Cak Imin terkait maksud dan makna dari istilah "slepet", tanpa menampilkan pernyataan pihak lain terkait istilah tersebut.
Make moral judgement	Make moral judgement

Dalam pembingkai berita tersebut menampilkan saling serang antara Timnas AMIN dan TKN Prabowo mengenai istilah “slepet”.	Dalam pembingkai berita tersebut menampilkan makna “slepet” sebagai efek yang membutuhkan perubahan pada situasi saat ini.
Treatment recommendation	Treatment recommendation
Menampilkan perdebatan terkait istilah slepet.	Menampilkan terkait istilah slepet sebagai istilah untuk memperbaiki Indonesia.

IV. SIMPULAN

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media massa, terutama media online, telah membuat agenda untuk berbagai informasi, khususnya informasi yang berkaitan dengan slogan "slepet" oleh calon wakil presiden Muhaimin Iskandar yang dipasangkan dengan Anies Baswedan. Detik.com dan Kompas.com telah menggunakan dua pembingkai yang berbeda untuk mengonstruksi berita slogan "slepet". Detik.com menampilkan slogan "slepet" sebagai istilah yang bernada mengolok-olok dan mengundang perdebatan. Detik.com cenderung membingkai kedalam narasi-narasi yang mengarah negatif, yakni dengan menempatkan headline pada beritanya mengenai perselisihan antara tim kampanye Anies dan tim kampanye Prabowo juga perihal slogan "slepet".

Sementara Kompas.com, berbeda dengan Detik.com, menampilkan slogan "slepet" sebagai solusi persoalan di Indonesia. Selain itu, Kompas.com cenderung membingkai kedalam narasi-narasi yang positif dan mendukung pernyataan Muhaimin Iskandar terkait slogan "slepet", yakni dengan menempatkan narasi-narasi yang didominasi untuk melegitimasi sebagai istilah yang mengandung konteks perubahan dalam memajukan Indonesia. Saat ini, persaingan di industri media telah mencapai batas bisnis dan politis. Ini adalah hasil dari keterlibatan pemilik media dalam persaingan politik modern. Media massa secara umum gagal memenuhi tugasnya pada Pemilu karena media terindikasi sebagai partisan. Masyarakat tidak dapat membedakan berita yang akurat. Untuk alasan ini, masyarakat harus lebih cerdas saat mendengarkan informasi yang diberikan oleh media.

Maka dari itu, Detik.com dan Kompas.com seharusnya membagi berita secara proporsional. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada masyarakat tidak bias dan memiliki makna positif bagi masyarakat, terutama jika berkaitan dengan pemilu. Media massa tentunya dapat menjadi sumber informasi utama yang dipercaya oleh masyarakat jika diberikan pemahaman yang seimbang dan memiliki makna bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dosen Pembimbing atas bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini. Terima kasih juga kepada segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UMSIDA atas ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan. Semoga segala bantuan dan dukungan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

REFERENSI

- [1] Y. Nurfadilla and I. Nurdin, “Kepemimpinan Kolaboratif dalam Momentum Pemilu 2024 Membangun Partisipasi Demokratis yang Berkelanjutan,” *J. Pemerintah. dan Polit.*, vol. 9, no. 1, pp. 44–49, 2024, doi: 10.36982/jpg.v9i1.3714.
- [2] E. Hayckel, C. Paskarina, R. Solihah, K. Integritas, and I. Idea, “Peran Prinsip-Prinsip Fundamental Penyelenggaraan Pemilu Dalam Meningkatkan Integritas Badan Pengawas Pemilihan Umum,” vol. 16, no. 1, pp. 99–109, 2024.
- [3] Hilvan, “KPU Tetapkan Tiga Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2024,” komisi Pemilihan Umum. Accessed: Mar. 20, 2024. [Online]. Available: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12081/kpu-tetapkan-tiga-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024>
- [4] A. Wardani, D. Suprayitno, and R. N. Wahyuningratna, “Framing Pemberitaan Calon Presiden pada Media Online CNNIndonesia.com dan Kompas.com,” *J. PIKMA Publ. Ilmu Komun. Media Dan Cine.*, vol. 6, no. 1, pp. 54–79, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/1181>

- [5] N. Parwati and A. B. N. Zain, "Strategi Redaksi dalam Menjaga Keakuratan dan Kecepatan Berita Media (Studi Kasus di detiknews.com Jakarta) Editorial Strategy in Maintaining the Accuracy and Speed of Online Media News (Case Study at detiknews.com Jakarta)," *J. Ilm. Pemberitaan*, vol. 5, no. 1, pp. 44–60, 2020, [Online]. Available: <http://ojs.mmtc.ac.id/index.php/pemberitaan/article/view/80>
- [6] R. M. Zahira and A. A. Maarif, "Praktik Jurnalisme Data dalam Narasi Berita Ekonomi," vol. 6, pp. 313–332, 2021.
- [7] D. A. B. Zega, M. Safii, and R. Roekhan, "Perilaku Informasi Content Creator Jejaring Sosial Berbasis Video," *Baca J. Dokumentasi Dan Inf.*, vol. 43, no. 2, p. 125, 2022, doi: 10.14203/j.baca.v43i2.886.
- [8] T. M. Rayhan, "Analisis Framing Seputar Inews Siang Rcti Segmen 'Pilihan Indonesia 2019,'" *Inter Scr. J. Creat. Commun.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–20, 2021, doi: 10.33376/is.v2i2.537.
- [9] Rizqi Nandadita Pamungkas, D. Permadi, and I. D. Florina, "Strategi Humor Gibran Rakabuming dalam Komunikasi Politik di Media Sosial X (Twitter)," *J. Pemerintah. dan Polit.*, vol. 9, no. 3, pp. 175–182, 2024, doi: 10.36982/jpg.v9i3.4057.
- [10] P. Siagian and M. U. Ritonga, "Analisis Framing Dalam Pemberitaan Politik Di tvonenews.com : Studi Kasus Pemilihan Presiden 2024," *Filos. Publ. Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, vol. 1, no. 2, pp. 126–139, 2024, [Online]. Available: <https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Filosofi/article/view/96>
- [11] A. Arpandi, "Media Online dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum (Pemilu)," *Edu Soc. J. Pendidikan, Ilmu Sos. Dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 843–855, 2023, doi: 10.56832/edu.v3i1.293.
- [12] Rangga, "Media Sosial Pengaruhi Pemilih pada Pemilu 2024," Kompas.id. [Online]. Available: <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/12/14/media-sosial-pengaruh-pemilih-pada-pemilu-2024>
- [13] F. Kulau, "Tiktok , Instagram and Presidential Election : A Study to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaigns Tiktok , Instagram and Presidential Election : A Study to Understand How Politainment in Indonesian Political Campaigns 2024," vol. 54, no. 2, pp. 164–176, 2024.
- [14] N. Adhyswasti and P. Buana, "Jurnal Politik Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar Campaign Communication Strategy in the 2024 Presidential Election : Case Study of the ' Ubah Bareng ' Movement Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar Campaign Communication Strategy in the 2024 Presidential Electi," vol. 10, no. 2, 2024, doi: 10.7454/jp.v10i2.1202.
- [15] A. Aminulloh, K. S. Ananda, P. P. Anzari, L. Fianto, and F. Qorib, "Political Gimmicks on Social Media in the 2024 Indonesian Presidential Election," *J. Soc. Media*, vol. 9, no. 1, pp. 74–96, 2025.
- [16] Eriyanto, *Analisis Framing*, edited by N. H. SA. Yogyakarta: Lkis., 2012.
- [17] D. R. D. Mulyana, *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara, 2002.
- [18] A. Sobur, *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*. PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- [19] P. Pawito, "Meneliti ideologi media: catatan singkat," *Profetik J. Komun.*, vol. 7, no. 1, 2014.
- [20] M. Tommy Suprpto, *Politik Redaksi Berita*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2022.
- [21] L. Alam and M. Syukur, "Ilmu Sebagai Konstruksi Sosial : Perspektif Filsafat Ilmu Dan Sosiologi Ilmu," vol. 07, no. 02, pp. 8684–8690, 2025.
- [22] P. Berger and T. Luckmann, "The social construction of reality," in *Social theory re-wired*, Routledge, 2023, pp. 92–101.
- [23] L. S. (n. d. . Rahayu, "TKN Heran dengan Slepset Ala Cak Imin: Kok Seperti Olok-olok," Detik.com. Accessed: Mar. 20, 2024. [Online]. Available: <https://news.detik.com/pemilu/d-7108862/tnk-heran-dengan-slepset-ala-cak-imin-kok-seperti-olok-olok>
- [24] T. (n. d. . detikcom, "Saling Serang TKN Vs Timnas AMIN soal 'Slepset' Cak Imin," Detik.com. Accessed: Mar. 20, 2024. [Online]. Available: <https://news.detik.com/pemilu/d-7109907/saling-serang-tnk-vs-timnas-amin-soal-slepset-cak-imin>
- [25] Ihsanuddin, "Cak Imin: Revolusi Mental Gagal, Kami Kasih Istilah Lebih Mudah, Slepset!," Kompas.com. Accessed: Mar. 20, 2024. [Online]. Available: <https://nasional.kompas.com/read/2023/12/24/20383531/cak-imin-revolusi-mental-gagal-kami-kasih-istilah-lebih-mudah-slepset>
- [26] S. S. Yendra, *Mengenal Ilmu Bahasa (Linguistik)*. Deepublish, 2016.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.