

JURNAL KAJIAN MEDIA

e-ISSN: 2579-9436, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>

Vol 3 No 2	Desember 2019	Halaman 54 - 64
------------	---------------	-----------------

Rekonsiliasi joko widodo dan prabowo subianto pasca pemilu 2019 dalam pemberitaan detik.com, cnnindonesia.com dan viva.co.id periode 13-27 juli 2019

Fitria Widiyani Roosinda¹, Ariyan Alfraita²

Universitas Bhayangkara Surabaya

fitria@ubhara.ac.id

English Title: Reconciliation of joko widodo and prabowo subianto post-election 2019 in the news coverage of Detik.com, CNNIndonesia.com and Viva.co.id PERIOD 13-27 July 2019

Abstrak - Indonesia baru saja menyelesaikan Pemilu serentak pertama dalam sejarah negeri ini, tak diragukan lagi perhatian masyarakat tersedot pada pemilihan presiden dan wakilnya. Dan setelah proses panjang yang melelahkan, dan rumit, termasuk tuntutan dari pihak Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno di Mahkamah Konstitusi. Akhirnya, sekali lagi Indonesia memilih Joko Widodo dan Ma'ruf Amin sebagai presiden dan wakil presiden terpilih periode 2019-2024. Kubu Prabowo sering dilaporkan masih belum menerima kekalahan ketiganya dalam Pemilu dan menolak untuk memberikan selamat kepada Jokowi atas kemenangan keduanya dalam Pemilu. Tapi akhirnya kedua pihak yang baru saja bertarung pada Pemilu kemarin ini bertemu di stasiun MRT Lebak Bulus, media menyebut pertemuan ini sebagai "rekonsiliasi". Studi ini menganalisis bagaimana sudut pandang *online* media terhadap peristiwa ini dan bagaimana 3 media *online* populer Indonesia Detik.com, CNNIndonesia.com, dan Vivanews.com mengkonstruksi berita pertemuan ini menggunakan analisis framing model Pan Kosicki. Dan hasilnya ketiga media *online* diatas memberitakan peristiwa ini secara berimbang, meskipun mereka mempunyai gaya unik sendiri dalam menyampaikan berita.

Kata kunci: Rekonsiliasi; Jokowi; Prabowo; Pemilu 2019; Media Online

Abstract - Indonesia just finished the very first simultaneous election in history of this country, without doubt the people attention of this election is concentrated to president and the vice president election. And after long, exhausting, and complicated election process, including appeal from Prabowo Subianto and Sandiaga Salahudin Uno side on Constitutional Court of Indonesia. Once again, Joko Widodo and Ma'ruf Amin has choosen as president and the vice of president for 2019-2024 period of Indonesia. Prabowo's side has been reported still hard to admit his third defeat on president election and refuse to congratulate Jokowi for his second win on election. But finally the two sides of candidates that just fight election met on Lebak Bulus MRT station and media call this meeting as "reconciliation". This study analyse the point of view of online media towards this event, and how media construct this event on 3 popular Indonesia online media, detik.com, cnnindonesia.com and vivanews.com using Pan Kosiciki

framing analysis model. And the result those 3 online media construct this event in balanced manner eventhough they have their unique style to deliver the news.

Keywords: Rekonsiliasi; Jokowi; Prabowo; Pemilu 2019; Media Online

PENGANTAR

Perkembangan teknologi komunikasi yang demikian cepat membuat masyarakat kini hidup di jaman yang serba instan. Termasuk dalam hal penyampaian dan penerimaan informasi yang kini bahkan bisa dilakukukan dengan tanpa waktu jeda. Di era yang disebut globalisasi ini kini kita dapat mengetahui hal yang terjadi di belahan dunia lain secara langsung. Peristiwa-peristiwa terkini yang menjadi santapan publik dapat disajikan hanya selang beberapa menit setelah peristiwa itu terjadi, kini para jurnalis khususnya jurnalis media *online*, tak harus berada di lokasi peristiwa untuk menulis berita. Banyak jurnalis yang hanya bermodalkan ponsel pintarnya, internet dan media massa *mainstream* seperti televisi sudah mampu melaporkan peristiwa terkini yang sekiranya menjadi perhatian pembaca.

Bila berbicara media *online*, tentu tak lepas dari peran salah satu penemuan terbesar manusia modern, yaitu internet, karena internet inilah kini manusia satu dengan yang lain meski terpisah jarak beribu-ribu kilometer jauhnya, tetap bisa saling bertukar informasi, *update* dengan pemberitaan terkini dari belahan dunia manapun, mulai dari bidang hiburan seperti informasi seputar seleb Korea idola, sampai berita tentang situasi terkini di Palestina semua bisa diakses oleh telapak tangan kita karena internet.

Ada banyak definisi internet, salah satunya adalah pengertian internet menurut Suprianto. Ia menjelaskan internet adalah suatu bentuk jaringan dari banyak jenis komputer yang terhubung di seluruh dunia meski berbeda secara sistem dan aplikasi, jaringan-jaringan tersebut terkoneksi dengan kecanggihan di bidang teknologi komunikasi dan menggunakan standar potokol dalam menyampaikan pesan atau komunikasi yang biasa disebut dengan protokol TCP/IP (*Transmission Control/Internet Protocol*)(Supriyanto, 2008). Dengan berbagai macam protokol inilah yang memungkinkan kita bisa terhubung dengan satu sama lainnya dan saling bertukar informasi meski berpisah dengan jarak ribuan kilometer jauhnya.

Lahirnya internet ini sehingga memunculkan apa yang disebut media *online*, segala hal yang disebut *online* mempunyai arti yang diambil dari kata bahasa Inggris yaitu *on* yang berarti berlangsung dan *line* yang artinya garis, jarak, barisan, dan tema. Secara singkat *online* bisa diterjemahkan sebagai suatu proses akses informasi yang sifatnya secara langsung atau berlangsung melalui internet (M. Jhon & Hasan, 2004).

Lalu setelah proses panjang Pemilu serentak 2019 yang untuk pertama kalinya, Indonesia akhirnya telah memilih Joko Widodo dan Ma'ruf Amin sebagai presiden dan wakil presiden Indonesia untuk lima tahun kedepan akan tetapi dinamika politik Indonesia tak berhenti sampai situ, pihak oposisi yang bertarung dengan sengit baik itu di media massa maupun sosial media, debat panjang antar pendukung yang tak henti-henti menghiasi halaman-halaman forum di media sosial masing sangat menarik diamati.

Pada hari Sabtu, 13 Juli 2019 yang lalu, untuk pertama kalinya, Prabowo Subianto pihak oposisi dalam Pemilu 2019 lalu, bertemu dengan petahana sekaligus calon presiden terpilih Indonesia Joko Widodo setelah Pemilu, tempat pertemuannya pun unik, di stasiun MRT (*Mass Rapid Transportation*) atau yang biasa dikenal dengan kereta bawah tanah, tepatnya stasiun Lebak Bulus, Jakarta Selatan.

Banyak pihak menyambut positif pertemuan dua tokoh yang bersaing dalam Pemilu lalu ini. Media ramai-ramai memberikan judul rekonsiliasi pada pertemuan ini, meskipun kedua pihak menyatakan pertemuan ini sebagai sebuah tradisi politik, yaitu silaturahmi antar dua tokoh yang menang dan kalah dalam Pemilu tanpa embel-embel apapun. Tetap saja membuat media berspekulasi tentang dinamika politik Indonesia ini yang tentu menarik sebagai santapan publik.

Tercatat hashtag #03PersatuanIndonesia menjadi *trending* pada jejaring sosial *Twitter* untuk wilayah Indonesia, tanggal 13 Juli 2019 atau saat pertemuan berlangsung, kurang lebih 5000 cuitan dari *netizen* Indonesia menyambut pertemuan kedua tokoh yang bersaing pada kontestasi Pemilu 2019 ini.

Karena alasan inilah, memicu penulis untuk meneliti bagaimana sudut pandang atau framing tiga media daring (dalam jaringan) atau *online* populer Indonesia memberitakan peristiwa pertemuan Joko Widodo dan Prabowo Subianto ini, yakni Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id dalam masa pemberitaan periode 13 Juli – 27 Juli 2019.

Penelitian analisis *framing* semacam ini pernah dilakukan sebelumnya oleh Tari Suprobo, jurnal ilmiah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Wacana yang meneliti analisis *framing* terhadap pemberitaan profil dan kebijakan menteri Susi Pudjiastuti dari Detik.com, Kompas.com dan Antaranews.com periode Oktober – Desember 2014. Hasil dari analisis penelitiannya menyatakan bahwa media *online* melakukan *framing* pada teks berita dengan berbagai cara diantaranya yaitu dengan melakukan pemilihan sumber berita, pemilihan kutipan, yang mendukung pernyataan dan latar informasi yang diberikan dalam teks. Pada umumnya media *online* tersebut saat memuat artikel berita, di dalamnya termuat kaidah keberimbangan berita, berprinsip *up to date* serta mempunyai kecenderungan memuat berita secara sepotong-sepotong dan dipecah-pecah yang berita satu saling terkait dengan berita sesudah atau sebelumnya (Suprobo, Siahainenia, & Sari, 2016).

Seperti yang telah dibahas diatas, lahirnya internet juga memunculkan media baru yang biasa disebut oleh media *online*. Online disini mempunyai arti segala hal yang berada di dalam jaringan internet atau sedang berlangsung dapat diartikan sebagai *online*. Dengan bantuan teknologi internet inilah semua orang dapat mengakses segala informasi terkini yang diinginkan secara instan, mudah dan akurat, selama penggunaannya memilih media kredibel sebagai sumber berita.

Sama, seperti media massa konvensional yang lebih dulu ada seperti koran, radio dan televisi, Indonesia mempunyai aturan baku untuk media *online*, sebuah media *online* dinyatakan kredibel apabila ia mempunyai badan hukum, kantor serta redaksi jelas, dan tunduk pada kaidah penulisan jurnalistik.

Ada 2 format pemberitaan media *online*, yang pertama media online berformat sebagai media informasi pelengkap dari media massa konvensional, media bersangkutan, sebagai contoh, kompas.com, adalah situs media online yang sering kali menampilkan pemberitaan yang dicetak pada koran Kompas pada hari itu.

Akan tetapi seiring berkembangnya waktu, semakin banyak media *online* yang hanya menyediakan informasi di internet atau dalam jaringan, dengan kata lain media-media *online* ini tidak mempunyai berita dalam bentuk *hard copy* atau cetak, mereka murni bekerja sebagai media *online*.

Media online yang seperti ini tentu memiliki beberapa keunggulan ketimbang media konvensional, diantaranya:

1. Informasi diterima selalu terbaru atau *up to date*, penyajian berita menjadi sederhana dan mudah serta termutakhir.
2. Informasi dalam media *online* bersifat *real time*, yang artinya informasi bisa disajikan secara langsung, dari lokasi peristiwa ke meja redaksi yang kemudian langsung disampaikan kepada publik.
3. Praktis, segala informasi yang disampaikan media *online* juga dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Sebelum membahas realitas media *online*, lebih tepat apabila lebih dulu membahas soal teori konstruksionisme yang pertama kali diperkenalkan Peter L. Berger, dalam bukunya *The Social Construction of Reality*, Peter L Berger menjelaskan pada dasarnya peristiwa yang sama persis bisa disampaikan dan dikonstruksi dengan cara berbeda, sesuai dengan cara masing-masing media, yang pada ujungnya membuat pembaca memahami pesan sesuai dengan yang ingin disampaikan oleh pembuat teks berita.

Berangkat dari teori Berger diatas, dapat disimpulkan bahwa, berita, entah itu media massa konvensional dan media *online* dalam pandangan konstruksi sosial bukanlah sebuah fakta yang utuh atau fakta yang sesungguhnya dalam arti nyata. Berita dalam pandangan konstruksi sosial adalah sebuah produk dari interaksi wartawan atau jurnalis dengan realitas di lapangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media bukanlah saluran yang bebas melainkan ia adalah subjek yang membuat atau mengonstruksi sebuah realitasnya tak jarang ini bersifat bias dan memihak, meski tetap menyampaikan fakta.

Berita, adalah sebuah informasi yang layak untuk disampaikan kepada khalayak seperti informasi yang bersifat aktual, faktual, objektif, menarik dan penting bagi perhatian publik atau apa yang disebut *news value* (Suryawati, 2011).

Sebuah berita yang disampaikan kepada publik oleh media, harus mempunyai *news value*, tak terkecuali media *online* meskipun dalam prakteknya penilaian jurnalis dan editor media tersebut, yang tentunya membawa nilai-nilai dari pemilik media, akan menjadi acuan mutlak bagaimana berita diputuskan untuk disampaikan kepada pembacanya.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis framing terhadap 3 media *online* populer di Indonesia, analisis *framing* sendiri memiliki banyak sekali model, yang paling populer sebut saja ada model Robert N. Entman, M. Edelman, William A. Gamson, Zhong Dang Pan dan M. Kosicki. Namun pada dasarnya semua model tersebut mengacu pada satu isi, yaitu Framing adalah sebuah arah pada pemberian makna, evaluasi dan penjelesan serta rekomendasi dalam suatu bentuk wacana untuk memasukkan kerangka berfikir tertentu penulis terhadap peristiwa yang diwacanakan (Eriyanto, 2002).

Karena penelitian ini bertujuan untuk melihat *framing*, atau pembingkai media *online* terhadap pemberitaan rekonsiliasi Joko Widodo dan Prabowo Subianto sehingga menurut peneliti lebih tepat memakai model dari analisis *framing* Zhong Dang Pan dan M. Kosicki karena model ini salah satu model yang paling populer untuk menjelaskan dan menjabarkan dengan detail dalam melihat sebuah pembingkai berita.

Dalam pendekatan Zong Dang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam tulisannya yang berjudul "*Framing Analysis an Approach to News Discourse*" yang membagi menjadi 4 dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing, yakni sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Model ini mempunyai asumsi jika setiap berita mempunyai pembingkai yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Pembingkai dan *frame* berhubungan dengan definisi. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks.

Dalam pendekatan Zhing Dang Pan dan Gerald M. Kosicki ini membagi perangkat *framing* dibagi menjadi 4 struktur besar (Eriyanto, 2002).

1. Struktur Sintaksis

Struktur sintaksis adalah segala hal yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa (bisa berbentuk opini, pengamatan atas peristiwa, pernyataan, opini, kutipan) menjadi sebuah produk berita. Bagian dari sintaksis ini memberi petunjuk tentang bagaimana wartawan memberikan makna dari sebuah kejadian dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa, Bentuk sintaksis yang paling populer adalah piramida terbalik yang diawali dengan judul headline, lead, episode, latar dan penutup. Dalam bentuk ini bagian yang menjadi tampilan awal menjadi lebih penting daripada bagian bawahnya.

2. Struktur Skrip

Struktur ini memandang bagaimana jurnalis merangkai suatu peristiwa. Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini disebabkan karena 2 hal, yakni pertama untuk menunjukkan hubungan antara peristiwa satu dengan sebelumnya, dan kedua sebagai jembatan penghubung teks yang didokumentasikan dengan lingkungan sekitar pembaca. Bentuk yang umum dari struktur skrip ini adalah 5W+1H, *Who, What, When, Where, Why* dan *How*.

3. Struktur Tematik

Struktur tematik ini adalah cara bagaimana jurnalis memandang atas suatu kejadian kedalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta ditulis dalam bentuk berita.

4. Struktur Retoris

Struktur retorik berhubungan dengan cara jurnalis bagaimana melakukan penekanan pada gaya bahasa atau kata pilihan kata. Jurnalis ini biasanya menggunakan perangkat retorik untuk membuat pandangan, *image* pada sisi tertentu dan menandai atau menggambarkan peristiwa. Selain dari pemilihan gaya bahasa dan kata, penekanan jurnalis ini juga biasa dilakukan lewat ilustrasi berupa gambar, tabel, foto dll.

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis sebagai pendekatan. Penelitian ini akan melihat bagaimana 3 media *online* populer Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id mengkonstruksi dalam *framing* pemberitaan seputar rekonsiliasi Jokowi dengan Prabowo Subianto.

Penelitian ini menggunakan unit amatan adalah portal berita Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id. Lalu unit analisis penelitian ini adalah pemberitaan seputar rekonsiliasi Joko Widodo dan Prabowo Subianto yang dimuat oleh media *online* Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id. Data primer dari penelitian ini didapat dari pemberitaan pada Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id edisi yang dimuat antara periode 13 Juli – 27 Juli 2019. Dan data sekundernya diperoleh dari sumber lain seperti buku, artikel dan jurnal internet dsb.

DISKUSI

Pemberitaan tentang Rekonsiliasi Jokowi dan Prabowo

Tabel 1
Pemberitaan Tentang Rekonsiliasi Jokowi dan Prabowo rentang 13 Juli – 27 Juli 2019

Detik.com	CNNIndonesia.com	Viva.co.id
Jokowi – Prabowo Bertemu, ini 5 Manfaat Rekonsiliasi Bagi Kesehatan Sabtu, 13 Juli 2019 12:15 WIB	Prabowo Bertemu Jokowi, PKS Tegaskan Tetap Oposisi Sabtu, 13 Juli 2019 15:56 WIB	Ucapan Selamat Prabowo dan Ajakan Rekonsiliasi Sabtu, 13 Juli 2019 14:44 WIB
TKN: Pertemuan Lanjutan Jokowi-Prabowo akan Bahas Rekonsiliasi Minggu, 14 Juli 2019 18:16 WIB	Rekonsiliasi Jokowi, PAN Benarkan Surat Amien Rais Minggu, 14 Juli 2019 18:50 WIB	Pengamat LIPI: Rekonsiliasi Artinya Benahi Pola Relasi Minggu, 14 Juli 2019 21:03 WIB
Rekonsiliasi Hanya Repetisi Senin, 15 Juli 2019 12:20 WIB	Pertemuan Jokowi-Prabowo Nyaris Batal karena Isu Miring Selasa, 16 Juli 2019 11:55 WIB	Prabowo Surati Presiden PKS Sebelum Bertemu Jokowi Senin, 15 Juli 2019 18:28 WIB
Bicara Rekonsiliasi, Gerindra Ingin Kursi Ketua MPR Jumat, 19 Juli 2019 09:07 WIB	Rekonsiliasi Jokowi-Prabowo dan Nada Sumbang dari Tanah Abang Sabtu, 20 Juli 2019 10:15 WIB	Golkar Sindir Gerindra Bumbui Rekonsiliasi dengan Jatah Ketua MPR Jumat, 19 Juli 2019 16:18 WIB
Ide '55-45' ala Amien Rais Ditepis Minggu, 21 Juli 2019 22:49 WIB	Amien Sebut Rekonsiliasi Masuk Akal Jika Pembagian 55:45 Sabtu, 20 Juli 2019 16:54 WIB	Tanggapi Amien Rais, Demokrat: Rekonsiliasi Bukan Bagi-bagi Kekuasaan Senin, 22 Juli 2019 17:24 WIB
Amien Rais Bicara Rekonsiliasi Etok-Etok vs Rekonsiliasi Beneran Senin, 23 Juli 06:21 WIB	Kedok Politik Transaksional di Balik Syarat 55:45 Amien Rais Senin, 23 Juli 06:21 WIB	Ma'ruf Amin: Rekonsiliasi Bukan bagi-bagi Kursi

Rabu, 24 Juli 2019 16:03 WIB				Kamis, 25 Juli 2019 22:21 WIB
Sandiaga soal Ide '55-45': Koalisi Jokowi Sudah Banyak Sekali	PKS Sudah	Sebut Prabowo	Manuver sebagai Pembohongan Publik	Gerindra: Prabowo Buka Peluang Gabung Pemerintah
Jumat, 26 Juli 2019, 17:15 WIB	Sabtu, 27 Juli 2019 WIB	17:06	Sabtu, 27 Juli 2019	12:22 WIB

Perbandingan Analisis *Framing* Pemberitaan Rekonsiliasi Jokowi-Prabowo di Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id

Tabel 2
Perbandingan Analisis *Framing* Pemberitaan Rekonsiliasi Jokowi-Prabowo

STRUKTUR FRAMING	DETIK.COM	CNNINDONESIA.COM	VIVA.CO.ID
SINTAKSIS	<ul style="list-style-type: none"> • Lead dalam teks berita mewakili keseluruhan dari isi berita • Latar informasi yang dipakai dalam artikel berita Detik.com lebih banyak membahas tentang respon kubu Prabowo terhadap isu rekonsiliasi • Kutipan dan sumber rata-rata hanya satu setiap teks berita 	<ul style="list-style-type: none"> • Lead dalam teks berita merupakan ide utama dari isi teks berita dan paragraf berikutnya pemaparan dan penjelasan dari lead • Latar informasi yang dipakai lebih banyak membahas isu-isu kontroversial yang di keluarkan oleh kubu Prabowo seputar rekonsiliasi • Dalam setiap teks berita sering kali menggunakan setidaknya 2 sumber kutipan atau lebih 	<ul style="list-style-type: none"> • Lead berita mewakili ide utama keseluruhan isi teks berita • Latar informasi yang dipakai lebih banyak dari pernyataan-pernyataan tokoh-tokoh kubu Jokowi soal ide rekonsiliasi kubu Prabowo • Rata-rata hanya menggunakan satu sumber dalam mengutip di teks berita
SKRIP 5W+1H	Terdapat semua unsur 5W+1H dalam teks berita, dengan	Kurang memperhatikan aspek 5W+1H dalam memaparkan berita di teks berita, terutama	Terdapat aspek lengkap 5W+1H dalam teks berita, terdapat penekanan

	<p>penekanan pada aspek Who dan What</p>	<p>aspek where dan when yang kurang di akomodir, menekankan pada aspek Who, What dan How dalam menyampaikan isi berita</p>	<p>pada What dan Who dalam setiap artikel teks berita</p>
TEMATIK	<p>Teks berita terdiri dari 5-8 paragraf singkat dengan menampilkan pernyataan-pernyataan dari nara sumber sebagai salah satu isi utama dari teks berita.</p> <p>Dari 7 berita tentang rekonsiliasi Jokowi-Prabowo yang sudah dianalisis diatas diperoleh hasil tema yang digunakan adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secara garis besar Detik.com lebih memilih tema berita dari respon kubu Prabowo terhadap pertemuan Jokowi dan Prabowo lengkap dengan kutipankutipan pernyataan dari nara sumber • Detik lebih sering membahas upaya kubu Prabowo 	<p>Teks berita CNN Indonesia lebih mendalam dan panjang, sering kali lebih dari 10 paragraf, dan sering kali menggunakan banyak kutipan dari sumber yang lebih dari satu sebagai unsur utama dari isi berita agar terlihat liputan yang mendalam dan berimbang.</p> <p>Dari 7 berita tentang rekonsiliasi Jokowi-Prabowo yang sudah dianalisis diatas diperoleh hasil tema yang digunakan adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secara garis besar CNN Indonesia lebih variatif dalam membingkai peristiwa rekonsiliasi pertemuan antara Jokowi dan Prabowo • CNNIndonesia tak hanya fokus dengan pernyataan dari kubu salah satu kubu soal rekonsiliasi, tapi menyisipkan liputan soal apa yang terjadi dibalik pertemuan Jokowi-Prabowo 	<p>Serupa dengan Detik, Viva rata-rata hanya menyajikan teks berita singkat dengan 5-8 paragraf pendek, rata-rata menampilkan kutipan pernyataan dari tokoh yang saling respon satu sama lain terhadap isu rekonsiliasi,</p> <p>Dari 7 berita tentang rekonsiliasi Jokowi-Prabowo yang sudah dianalisis diatas diperoleh hasil tema yang digunakan adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tema yang digunakan viva lebih kepada respon antar tokoh kedua kubu baik itu Jokowi dan Prabowo dalam mengomentari seputar isu rekonsiliasi yang dibumbui dengan wacana kubu oposisi yang mendekat ke kubu pemerintah.

	<p>untuk mendapatkan kursi di pemerintahan baik itu kursi menteri maupun di DPR MPR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak teks berita yang menekankan pada pernyataan nara sumber sebagai ide utama dari isi berita 	
RETORIS	<p>Dalam pemilihan kata Detik sering kali memakai kata-kata yang tidak lazim sebagai lead berita, contoh kata “etok-etok” atau menggunakan kata “ditepis” untuk menggambarkan penolakan pernyataan yang dimana kata ini terdapat unsur majas personifikasi untuk lebih menguatkan sisi bombastis pada lead untuk memancing pembaca</p>	<p>Dalam pemilihan kata atau leksikonnya CNN Indonesia lebih memilih gaya bahasa formal disisipi dengan diksi-diksi unik seperti “nada sumbang” atau “isu miring” sebagai lead. Dan bahasa utama CNN Indonesia seringkali bermain pada gaya penyampaian berita yang seperti bercerita dengan unsur sub lead/jusul kutipan utama kemudian dibawahnya penjelasan detailnya</p>	<p>Dalam pemilihan kata Viva juga bermain-main dengan kata gaya bahasa yang lebih kuat secara karakter namun tetap dalam bahasa Indonesia secara EYD, hanya saja terkadang menggunakan kata-kata bernada majas personifikasi seperti “bumbui” atau perumpamaan seperti “bagi-bagi kursi” untuk menguatkan citra tentang isi berita yang disampaikan.</p>

Refleksi Hasil Analisis *Framming* Detik.com, CNNIndonesia.com dan Viva.co.id

Dari analisis dan pembahasan tentang analisis *framing* pemberitaan rekonsiliasi pertemuan antara Joko Widodo dan Prabowo diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga media *online* diatas mempunyai ciri khas dan keunikan masing-masing dalam menyajikan berita kepada khalayak. Detik.com memilih menggunakan gaya bahasa yang terkadang tidak baku namun menarik pada *lead*nya, dengan paragraf singkat pada isi teksnya, sedangkan CNNIndonesia, memilih gaya bahasa Indonesia baku tapi tetap menggunakan frase-frase yang membuat pembaca penasaran, pemilihan frase seperti “nada sumbang” atau “isu miring” menjadi ciri *lead* dari CNN Indonesia, gaya bercerita juga menjadi keunikan dari CNN Indonesia dalam memaparkan informasinya. Sedangkan Viva mempunyai gaya bahasa yang mirip seperti Detik.com dengan artikel-pendek minim paragraf.

Sedangkan dalam pemberitaan tentang rekonsiliasi Jokowi-Prabowo ketiganya memilih tema yang berbeda, meski ada kesamaan, kesamaan dari ketiganya adalah ketiga media *online* ini lebih suka menggunakan sumber dan kutipan langsung sebagai unsur utama isi berita, sedangkan pada tema, Detik.com lebih membahas sisi kontroversial dari kubu

Prabowo soal pernyataan seputar berita rekonsiliasi. CNN Indonesia lebih beragam dan variatif dalam pemberitaan rekonsiliasi dengan menyampaikan liputan-liputan sisi lain dari pertemuan kedua tokoh yang sempat bertarung pada Pemilu 2019 lalu ini. Dan Viva dalam memilih tema berlawanan dengan Detik, Viva lebih memilih tema yang lebih cenderung memberikan citra positif terhadap kubu Prabowo dengan mengumpulkan sumber-sumber kubu Prabowo yang merespon peristiwa rekonsiliasi Jokowi-Prabowo.

KESIMPULAN

Dari analisis pembahasan terhadap pemberitaan 3 media *online* di atas yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Detik.com dalam memframing atau mbingkai pemberitaan tentang rekonsiliasi Jokowi-Prabowo setelah Pemilu 2019 usai, lebih menonjol tentang pernyataan-pernyataan dari kubu Prabowo seputar isu rekonsiliasi. CNNIndonesia.com lebih variatif dalam mengkonstruksi pemberitaan seputar rekonsiliasi Jokowi-Prabowo, tidak hanya menonjol pernyataan tokoh-tokoh yang terlibat dalam kontestasi politik kemarin, tapi juga membahas soal isu-isu miring dibalik pertemuan tersebut, hingga reaksi masyarakat sekitar lokasi pertemuan. Viva.co.id mirip seperti Detik.com tapi mengkonstruksi berita yang sedikit berlawanan dengan apa yang diberitakan oleh Detik.com, apabila Detik lebih membahas sisi kontroversial yang bisa menimbulkan pro kontra dari kubu Prabowo, Viva lebih membahas sisi positif dari komentar-komentar kubu Prabowo.

Ketiga media *online* mempunyai persamaan maupun ciri khas masing-masing, persamaannya, ketiga media *online* ini mempunyai kecenderungan untuk membahas respon dari tokoh masing-masing kubu dalam mengkonstruksi pemberitaan seputar rekonsiliasi Jokowi-Prabowo pasca Pemilu 2019, namun dalam penulisannya, Viva dan Detik mempunyai kecenderungan memegang teguh asas 5W+1H dalam penyampaian berita. Sedangkan CNNIndonesia lebih bergaya *storytelling* seperti menyampaikan berita dalam bentuk dokumenter yang terdapat sub lead agar memudahkan atau menarik pembaca yang penasaran.

Ketiga media *online* tersebut memegang prinsip keberimbangann berita, dan berita yang dimuat media *online* juga mempunyai kecendrungan tidak lengkap, terputus-putus, dipisah dan saling berkaitan dengan artikel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, M. F. S., Nugraha, A. R., & Sumartias, S. (2019). Analisis framing pemberitaan korupsi massal di media online detik. com. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 253-271.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta.
- Istiqomah, I. (2019). Pengaruh Pemberitaan Bencana Alam di Harian Serambi Indonesia Terhadap Kesadaran Masyarakat. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(1), 57-67.
- M. Jhon, E., & Hasan, S. (2004). *English Indonesia Dictionary*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyo, I. J. (2017). Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 159-169.
- Prasetyo, I. J. (2017). Brand Image Tri Rismaharini dalam Pilkada Serentak 2015 di Media Jawa Pos Edisi Oktober–Desember 2015. *Jurnal kajian media*, 1(1).

- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1).
- Supriyanto. (2008). *Pengantar Teknologi Komunikasi*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Suryawati, I. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suprobo, T., Siahainenia, R., & Sari, D. K. (2016). Analisis Framing Media Online Dalam Pemberitaan Profil dan Kebijakan Menteri Susi Pudjiastuti (Studi Pada Situs Berita Detik.com, Kompas.com dan Antaranews.com periode Oktober - Desember 2014). *Cakrawala*, 5(1), 119–138. Retrieved from <http://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/499>
- Susilo, D. (2016). Perempuan dan Korupsi: Wacana Media Dalam Berita Tindak Pidana Korupsi Perempuan. *Jurnal Perempuan*, 2016, 1416-1441.