



---

## ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN JOKOWI MINTA DIKRITIK DI MEDIA ONLINE TIMES INDONESIA DAN TEMPO.CO (ANALISIS FRAMING BERITA TIMES INDONESIA DAN TEMPO.CO PERIODE FEBRUARI 2023)

*Nursitawati<sup>1</sup>, Ari Suseno<sup>2</sup>*

*nursitawati@gmail.com<sup>1</sup>, ariseno23@unis.ac.id<sup>2</sup>*

*Prodi Studi Ilmu Komunikasi<sup>1,2</sup>, Universitas Islam Syekh Yusuf Kota Tangerang*

### *Abstract*

*This study, entitled “Analysis of Jokowi's news framing, asked for criticism in the online media Times Indonesia and Tempo.co.”. The purpose of this study is to find out how Times Indonesia and Tempo.co framed Jokowi's news coverage asking for criticism. This study analyzes 4 news units, consisting of 2 news units from Times Indonesia and 2 news units from Tempo.co. In this study, researchers use framing theory where this theory assumes that frames are the way the media and media gatekeepers regulate the presentation of an event and the issues they cover, especially researchers using the framing theory proposed by Zhongdang Pan and Kosicki. The paradigm used in this research is constructivism with qualitative research methods. The results of this study indicate that the two media have very different and even opposite frames. Like Times Indonesia in reporting on Jokowi asking to be criticized, Times Indonesia tending to be less objective in this report, Times Indonesia going too far to heed Jokowi's policies without looking at other aspects that are also related to Jokowi asking for criticism, in contrast to Times Indonesia, Tempo.co in reporting Jokowi asking for criticism tends to try to maintain objectivity but is still embellished with a tendency to accuse Jokowi of being a paradox, but the information provided by Tempo.co is closer to the actual reality.*

*Keywords: Framing, Online Media, Jokowi asks for criticism*

### **PENDAHULUAN**

Belakangan ini media diramaikan oleh pemberitaan mengenai ungkapan Presiden RI yang meminta masyarakat aktif memberikan kritik terhadap kinerja pemerintahan, hal tersebut disampaikan Presiden Jokowi pada hari Senin, 8 Februari 2021 saat acara peluncuran laporan tahunan Ombudsman RI, pada acara tersebut, Presiden Jokowi menyampaikan pesan untuk masyarakat Indonesia agar lebih aktif menyampaikan kritik, masukan atau potensi maladministrasi ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)).

Pernyataan tersebut menimbulkan banyak tanggapan mulai dari yang mendukung ajakan Jokowi dan ada juga pihak yang meragukan ajakan tersebut betul-betul bagian dari demokratis atau hanya sekedar paradoks untuk membangun citra baik Presiden Jokowi. Beberapa kalangan juga menilai pernyataan Jokowi tersebut bertolak belakang dengan kondisi kebebasan berekspresi dan kualitas demokrasi Indonesia belakangan ini.

Ruang kebebasan berpendapat semakin dibatasi, sebagaimana laporan The Economic Intelligence ini menepatkan indeks demokrasi Indonesia pada peringkat ke-64 dunia, dengan



skor 6,8. Yang artinya demokrasi Indonesia sudah turun semenjak 14 tahun terakhir. (www.dw.com). Karena seiring penurunan indeks demokrasi juga menjadi alasan peneliti tertarik meneliti mengenai media yang melakukan framing pemberitaan Jokowi minta dikritik ini.

Dalam kasus kontroversial ini semua media lokal maupun nasional mengangkat dan memberitakannya, media yang memiliki visi-misi dan tujuan yang berbeda, akan membuat pemberitaan Jokowi minta kritik ini diframing secara berbeda pula di berbagai media. Apalagi jika mengingat persoalan kritik sebagaimana yang dibahas Jokowi, merupakan hal yang krusial bagi masyarakat, karena bagian dari demokrasi, sehingga banyak media yang berusaha memberikan dukungan, menolak atau bahkan menengahi persoalan Jokowi minta kritik, begitupun pada media Times Indonesia dan Tempo.co yang melakukan framing yang berbeda dengan kasus yang sama yakni Jokowi minta kritik. (Alex, 2004 : 18).

Peneliti, memilih Times Indonesia dan Tempo.co bukan tanpa alasan, dipilihnya Times Indonesia, karena media ini memiliki 55,1RB pengikut di akun instagramnya, memiliki *viewers* hingga puluhan ribu tiap kali memposting berita, padahal Times Indonesia merupakan media baru. Maka dari hal-hal tersebut, peneliti memilih Times Indonesia sebagai media pertama yang akan peneliti teliti. Sedangkan dipilihnya Tempo.co karena ketika dikolom pencarian web internet saat mencari berita Jokowi minta dikritik, maka berita teratas adalah berita yang ditulis oleh Tempo.co jadi kemungkinan besar masyarakat yang mencari pemberitaan Jokowi minta dikritik memilih Tempo.co sebagai tulisan yang dibaca, maka dari itu web pencarian akan merekomendasikan Tempo.co teratas dalam pemberitaan ini.

Dengan beragamnya latar belakang media, membuat pembingkaiian atau framing pada masing-masing media berbeda meskipun memiliki konteks berita yang sama, hal tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan dari masing-masing kepentingan perusahaan media, dengan melakukan framing maka tujuan media mengkonstruksi dan menggiring opini publik akan terwujud. Media mampu menggiring opini lantaran dalam tulisannya media melakukan framing dan memilih bagian mana yang diliput bagian mana yang luput, bagian mana yang ditonjolkan dan bagian mana pula yang ingin dihilangkan dalam pemberitaan. Media seperti kita lihat, justru mengkonstruksi sedemikian rupa realitas, tidak mengherankan kalau kita tiap hari secara terus menerus menyaksikan bagaimana peristiwa yang sama bisa ditampilkan dan dikemas secara berbeda oleh media. (Biagi, 2010).

Maka penelitian ini mengangkat permasalahan, bagaimana media Times Indonesia dan Tempo.co melakukan framing dalam pemberitaan Jokowi minta dikritik?

## **KAJIAN LITERATUR**

Analisis framing merupakan analisis yang memusatkan perhatian pada bagaimana media mengemas dan membingkai berita. Proses itu umumnya dilakukan dengan memilih peristiwa tertentu untuk diberitakan dan menekankan aspek tertentu itu dari peristiwa lewat bantuan kata, aksentuasi kalimat, gambar, dan perangkat lainnya. Secara sederhana analisis framing dapat dimaknai sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana suatu realitas dibingkai dan dipublikasikan oleh media. Pada pembingkaiian tersebut, media tentunya melakukan konstruksi dimana nantinya realitas tersebut dapat dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu.



Sehingga dalam penelitian framing yang menjadi persoalan yakni bagaimana suatu realitas dikonstruksi oleh media, sehingga yang menjadi hasil nantinya bukan apakah media memberitakan suatu realitas secara positif atau negatif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media tersebut. (Alex, 2004: 172).

Penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2011: 291) mendefinisikan framing sebagai strategi konstruksi dalam proses pemberitaan. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konversi pembentukan berita. Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.

Perangkat framing model Zhongdang dan Kosicki, wartawan atau media dalam menunjukkan suatu pemaknaan atau penafsiran mereka atas suatu peristiwa dengan cara cara memakai strategis kata, kalimat, lead, hubungan antar kalimat, foto, grafik, dan perangkat lain untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Perangkat wacana itu dapat juga menjadi alat bagi peneliti untuk memahami Bagaimana media mengemas peristiwa. (Eriyanto, 2011: 293).

Sintaksis merupakan susunan kata atau frasa dalam kalimat. Dalam tulisan berita yang menyeluruh, sintaksis membahas mengenai headline, latar informasi, lead, sumber hingga pada penutup. Pada bagian tersebut tersusun dalam bentuk yang teratur sehingga nantinya membentuk skema yang merupakan pedoman bagaimana suatu fakta atau realitas hendak disusun oleh media. Bagian yang paling pertama ditampilkan salam berita merupakan bagian yang paling penting dibandingkan bagian lainnya. Sintaksis nantinya akan memberikan arahan bagaimana wartawan memaknai realitas dan hendak bagaimana berita tersebut akan dikemas. (Alex, 2004).

Media online merupakan salah satu saluran komunikasi massa yang dapat ditemukan di internet. (Nurudin, 2007:5) Media online sebagai media massa yang baru juga tetap menggunakan kaidah kaidah jurnalistik dalam melakukan sistem kerja mereka. Sebagai media massa yang berbasis teknologi, media online memiliki beberapa karakteristik, yang pertama tentunya media online berbasis teknologi, interaktif, fleksibel, berfungsi secara privat maupun publik, memiliki aturan yang sederhana dan saling berhubungan. Kini internet mampu menjadi pintu gerbang baru bagi suatu organisasi yang dapat diakses ke seluruh penjuru dunia.

Media online memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan media lainnya. Keunggulan ini disesuaikan dengan tuntutan dan perkembangan zaman. Adapun keunggulan dari media online adalah berita yang up to date. Artinya berita dalam media online dapat dengan cepat mendapatkan pembaruan dikarenakan tidak tergantung dari komputer, melainkan dapat melalui teknologi seperti smartphone. Media online memiliki keunggulan lain yaitu real time. Maksudnya adalah berita atau informasi yang ada langsung atau terjadi saat itu juga, sehingga berita atau informasi yang ada di media online tidak kadaluarsa. Selain itu media online juga memiliki keunggulan yaitu praktis. Berita dan juga informasi yang ada di media online dapat dicari lagi dan tersimpan dengan baik. Selain itu praktis karena dapat dibaca ataupun diakses dimanapun berada selama teknologi memadai.



Berita dalam bahasa Inggris disebut write, sedangkan berita berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu vrit Yang arti sebenarnya adalah ada atau terjadi. Vritta dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi berita atau warta. Menurut kamus besar bahasa Indonesia yang diterbitkan oleh Balai Pustaka, berita memiliki arti bahwa “laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.”. (Djuroto, 2004: 46).

Secara sederhana berita bisa dimaknai sebagai suatu laporan mengenai terjadinya peristiwa atau keadaan yang sifatnya umum dan baru terjadi, kemudian disampaikan oleh wartawan melalui media massa dan berita yang disampaikan oleh wartawan merupakan kejadian yang benar benar terjadi bukan suatu fiksi dari penulisnya. (Djuraid, 2006:12)

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang merupakan salah satu model penelitian humanistik, yaitu menempatkan manusia sebagai subyek utama dalam peristiwa sosial atau budaya. Sifat humanis terlihat dari pandangan tentang posisi manusia sebagai penentu utama perilaku individu dan gejala sosial. (Sugiyono, 2014).

Pendekatan analisis yang digunakan, yakni analisis framing model Zhongdan Pan dan Kosicki, Zhongdang dan Kosicki mendefinisikan framing sebagai suatu proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lainnya, sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. (Eriyanto, 2002).

Analisis framing merupakan analisis yang memusatkan perhatian pada bagaimana media mengemas dan membingkai berita. Proses itu umumnya dilakukan dengan memilih peristiwa tertentu untuk diberitakan dan menekankan aspek tertentu itu dari peristiwa lewat bantuan kata, aksentuasi kalimat, gambar, dan perangkat lainnya. (Eriyanto, 2002).

Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme, yaitu paradigma yang berbasis pada pemikiran umum tentang teori-teori yang dihasilkan oleh peneliti dan teori aliran konstruktivis. Alasan paradigma ini dipilih mengingat framing merupakan pengolahan realitas sosial yang sebelum disebarkan kepada khalayak, realitas tersebut sudah dibangun dan diarahkan pemberitaannya, proses pengolahan realitas tersebut guna mengkonstruksi pikiran pembaca sesuai dengan keinginan media tersebut, sebagaimana poin yang peneliti hendak teliti yakni frame media sehingga membutuhkan paradigma ini untuk melihat upaya-upaya konstruksi yang dilakukan oleh Times Indonesia dan Tempo.co. (Burhan, 2015).

Dengan digunakannya pendekatan framing, teori framing serta paradigma konstruktivis, maka penelitian ini nantinya akan menghasilkan penelitian yang menjawab bagaimana Times Indonesia dan Tempo.co melakukan framing pemberitaan yang sama, yakni Jokowi minta dikritik.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Analisis dilakukan secara langsung dengan melihat bagaimana Jokowi minta dikritik diberitakan di 2 media yakni Times Indonesia dan Tempo.co dalam kurung waktu satu bulan, selama bulan Februari (8 Februari – 28 Februari 2021). Times Indonesia dalam kurung waktu



satu bulan mengangkat pemberitaan Jokowi minta dikritik hanya lima pemberitaan, yang kemudian peneliti menganalisis seluruh pemberitaan Jokowi minta dikritik di Times Indonesia selama satu bulan. Sedangkan Tempo.co selama bulan Februari, memberitakan Jokowi minta dikritik sebanyak 17 berita namun Tempo.co kerap menggunakan kutipan yang sama dan isi yang hampir sama namun menggunakan *headline* yang berbeda, maka peneliti menarik salah satu sampel dari berita Tempo.co yang memiliki keseragaman isi.

Dari total empat paragraf, berita ini hanya menggunakan satu narasumber, sehingga pernyataan hanya dari Presiden RI Joko Widodo. Pada berita ini juga disampaikan bahwa sejauh ini pemerintah sangat butuh kritik dan evaluasi dari masyarakat, serta terdapat penggalan janji dari Jokowi bahwasannya pemerintah akan menindak lanjuti apa yang dievaluasi oleh masyarakat. Gambar yang dipilih pada berita ini yakni, foto raut wajah Jokowi yang cemberut, dengan tujuan mengkontruksi bahwasannya Jokowi sangat memohon pada masyarakat agar memberikannya kritik dan evaluasi untuk pemerintahan, dan dari raut tersebut Jokowi akan terlihat sangat terbuka dengan segala kritikan masyarakat.

Penulisan judul pada pemberitaan mengkonfirmasi bahwasannya presiden Jokowi beserta jajarannya tidak anti kritik, pemberian headline dipertegas dengan dipilihnya narasumber dari pihak Jokowi yakni juru bicara istana yaitu Fadjoel Rachman. Narasumber yang dipilih pun hanya satu yakni dari pihak Jokowi, padahal jika diperdalam judul tersebut menafsirkan suatu cerminan berbalik, pada judul terdapat kata “Presiden tidak punya buzzer” ini mengartikan terdapat tanggapan masyarakat bahwa presiden memiliki buzzer, namun sayangnya pada lead hingga penutup tidak tertulis bahwasannya terdapat ketakutan masyarakat berpendapat karna dianggap ada buzzer. Justru frame yang dibangun hanya mengulang pada ajakan Jokowi mengkritik pemerintah.

Times Indonesia menuliskan “persoalan kritik yang kini dinilai publik dibungkam oleh pemerintah Presiden RI Jokowi” ini merupakan opini penulis bukan ungkapan dari narasumber tunggal di pemberitaan ini yaitu SBY. Dengan lead yang kemudian ditulis demikian menggambarkan bahwa upaya Times Indonesia yang ingin menyampaikan kekecewaan terhadap tanggapan negatif masyarakat mengenai Jokowi. Penggunaan gambar sebagai pelengkap berita ini yakni foto Jokowi dan SBY yang sedang bersalaman sambil tersenyum, ini merupakan pendukung agar konstruksi yang dibangun pada isi berita semakin kuat, yakni menggambarkan bahwa SBY memiliki tanggapan baik dan turut menyuarakan ajakan Jokowi minta dikritik.

Headline yang dipilih pada pemberitaan ini yakni tanggapan positif Mahmud MD mengenai ajakan Jokowi untuk aktif mengkritik pemerintah, selain itu pada penutup, penulis mengklaim bahwa tanggapan masyarakat terkesan terlalu berburuk sangka pada Jokowi mengenai orang-orang yang ditangkap dan terjerat UU ITE setelah mengkritik pemerintah.

Pemberitaan ini memilih headline dengan menggunakan kata “yakinlah” penulis berusaha menyakini pembaca bahwasannya selama masa jabatan Jokowi, pemerintahannya tidak pernah anti akan kritikan, pemberian headline ini sebetulnya cukup menggambarkan bahwasannya Times Indonesia berusaha mengajak pembaca untuk percaya bahwasannya Jokowi dengan sangat terbuka menerima kritikan. Ajakan Jokowi agar masyarakat aktif kritik pemerintah dimaknai Times Indonesia sebagai hal yang baik dan tidak perlu mendapat tanggapan yang



negatif, hal itu tertuang pada paragraf terakhir atau penutup, dimana Times Indonesia menutupnya dengan mengajak masyarakat agar dapat berpikir jernih tidak melihat persoalan dengan satu sudut pandang saja, dan dipenutup juga Times Indonesia sampaikan bahwa di era modern ini membungkam kritik bukan lah hal yang mudah.

Pemberitaan ini memberikan headline yang hanya sekedar informatif, lead juga ditulis sebagai bentuk kutipan dari yang diucapkan presiden Jokowi. Tidak terlihat upaya framing yang asing, pemberitaan ini hanya sekedar berita informatif yang menyampaikan bahwa Jokowi butuh kritikan serta masukan dari masyarakat agar dapat membangun pemerintahan yang lebih baik. Penggunaan gambar dalam pemberitaan ini yakni foto Jokowi yang sedang menatap sedih sudut lainnya, ternyata foto dalam berita tersebut disertai caption bahwa foto tersebut adalah foto ekspresi sedih Jokowi ketika meninjau peristiwa banjir. Maka dapat diartikan penggunaan gambar tersebut mengidentifikasi raut Jokowi saat meminta masyarakat untuk aktif kritik pemerintah.

Pemilihan narasumber yang pertama yakni Rocky Gerung selaku aktivis atau pengamat politik yang tidak percaya dengan ajakan Jokowi untuk mengkritik pemerintah yang semakin membuat berita ini sangat terlihat kritis. Lalu Tempo.co tetap berusaha mengimbangi berita ini dengan menghadirkan satu narasumber yang mendukung ajakan Jokowi untuk aktif mengkritik pemerintah yaitu Sekretaris Kabinet, Pramono Anung yang didalam kutipannya mengajak masyarakat mengkritik pemerintah agar pemerintahan tetap terus berkembang. Meskipun Tempo.co memiliki keseimbangan dalam meminta pendapat mengenai Jokowi minta dikritik ini, namun Tempo.co juga terlihat berusaha mengkritisi ungkapan Jokowi tersebut dengan pemberian headline yang lebih fokus pada sosok yang menganggap Jokowi hanya paradoks. Dan hingga pada penutup yang tertulis adalah kalimat dari Rocky Gerung yang sangat memanas mengangap omongan Jokowi tersebut hanyalah omong kosong.

Keseluruhan berita ini terdapat 9 paragraf, pendapat dan data-data dari KontraS terurai sebanyak 5 paragraf kebawah, ini dilakukan untuk menekankan dan menyampaikan secara langsung dari isi headline tersebut. Peletakan narasumber KontraS paling teratas juga merupakan upaya konstruksi Tempo.co agar sajian pembaca langsung kepada deretan-deretan kasus tertangkapnya aktivis oleh Jokowi, dan kalimat pendapat KontraS juga membangun frame bahwa Jokowi sejauh ini tidak melihat kondisi bagaimana kebebasan sipil tidak terjamin namun Jokowi justru meminta masyarakat untuk aktif kritik pemerintah. Pada headline menggunakan kata "Ironis" menurut KBBI ironis merupakan situasi yang bertentangan. Upaya framing pada headline ini menggambarkan bahwa Jokowi bertentangan dengan ajakannya sendiri, yakni mengajak masyarakat aktif kritik pemerintah.

Seluruh isi pemberitaan ini merupakan upaya menurunkan citra Jokowi, bagaimana tidak, sejak pembuka hingga pada penutup hanya tertera satu narasumber yakni Pangi selaku pengamat politik, upaya konstruksi melalui dipilihnya satu narasumber membuat pemberitaan ini terlihat hendak menggoyahkan citra Jokowi. Upaya framing juga terlihat dari bagaimana Tempo.co mengemas hasil narasumber, Tempo.co berkali-kali mengulang perkataan Pangi mengenai era Jokowi yang dianggap kurang apik dalam penanganan kritik dari masyarakat, dicantumkan perbandingan dalam berita ini juga termasuk usaha Tempo.co untuk mengajak masyarakat untuk paham bahwa saat ini bukanlah kondisi aman untuk berpendapat, karena Pangi menyebutnya Jokowi bawa perasaan.



Dalam pemberitaan ini terdapat deskripsi kasus-kasus yang dicapkan kepada aktivis, namun terlihat jelas mulai pada headlinenya yang dimana Tempo.co menyamaratakan kasus kasus tersebut intinya akibat dari mengkritik pemerintah. Pemilihan narasumber yang hanya dari pihak KontraS menggambarkan Tempo.co yang membangun framing pemberitaan yang ramah untuk para aktivis yang tertangkap. Selain tiga unsur diatas, penggunaan gambar pada berita ini yakni gambar tangan diborgol yang semakin membuat dramatisasi bahwasannya mengkritik sama dengan berbuat kriminal dan bisa berakibat dipolisikan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, pada masing- masing dua berita disetiap medianya, sudah cukup menggambarkan bagaimana media hendak melakukan framing yang ingin ditonjolkan, dengan dipilihnya frame A ataupun frame B itu merupakan hal dasar sebagai wujud dari visi atau misi media tersebut, Selain itu bagaimana konstruksi yang mereka ingin bangun dan mereka harapkan juga akan mempengaruhi hasil berita.

Nyatanya benar, kata Zhongdang Pan dan Kosicki (dalam buku Eriyanto, Analisis Framing) bahwasannya Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Seperti halnya pada pemberitaan di Times Indonesia, dalam penguraian beritanya, Times Indonesia terlihat sangat agresif dalam memberitakan Jokowi, Times Indonesia selalu menggunakan kalimat indah untuk menggambarkan kinerja Jokowi yang diframing sangat baik, pemilihan narasumber yang mendukung Jokowi pun turut memperjelas arah framing Times Indonesia pada pemerintahan Jokowi. Ini terlihat dari lima headline dari Times Indonesia yang peneliti teliti.

Nampaknya Times Indonesia hendak mengkonstruksi masyarakat untuk percaya pada Jokowi, tidak berpikiran negatif terutama pada persoalan ajakan Jokowi untuk aktif mengkritik pemerintah. Apalagi jika menengok salah satu pemberitaannya yang berjudul "Yakinlah, Presiden Jokowi Bukan Anti Kritik" tentu saja bagi para oposisi Jokowi ini merupakan judul yang menjengkelkan, namun jika dilihat dari kaca mata kode etik jurnalistik, maka pemberitaan ini dianggap sebagai pemberitaan yang jauh dari kata netral. Padahal ketika peneliti dalam Times Indonesia bukanlah media yang dimiliki oleh golongan politik tertentu, namun aura keberpihakan terhadap Jokowi sangat terasa pada setiap pemberitaan Jokowi ditulis dan dipublikasikan dilaman Times Indonesia.

Beralih kepada Tempo.co, kumpulan kata-kata yang disusun oleh Tempo.co membawa nuansa kritisme, yang terus mencari bukti atas ucapan Jokowi yang terbuka akan kritikan, disetiap pemberitaannya Tempo.co berusaha menggunakan narasumber dari 2 pihak namun tetap frame yang ditujukan fokus pada mengkritisi pemerintah. Namun penghakiman Tempo.co kepada Jokowi disertakan data-data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Sejauh ini memang Tempo.co dikenal sebagai media yang kerap mengkritisi kebijakan pemerintah, tentu apa yang dilakukan Tempo.co merupakan bagian dari kontrol kinerja pemerintahan. Penggunaan bahasa yang sengit menjadikan Tempo.co terlihat garang menyikapi ungkapan Jokowi yang meminta masyarakat aktif mengkritik, terutama pada salah satu pemberitaannya yang berjudul "Jokowi Minta Dikritik, Rocky Gerung: Paradoks, Permainan Dua Muka" Tempo.co terlihat gamblang atas keresahan dan geram atas ungkapan tersebut belum lagi didukung dengan narasumber Rocky Gerung yang dikenal lancar dalam menanggapi kinerja pemerintah.



## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian pada media online Times Indonesia dan Tempo.co mengenai pemberitaan Jokowi minta dikritik dan analisis menggunakan framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki melalui empat strukturnya, maka dapat disimpulkan bahwa, Times Indonesia membingkai Jokowi dengan sangat apik. Times Indonesia memberikan kesan kepada pembacanya bahwa Jokowi merupakan pemimpin yang bijaksana dan selalu memberika keputusan yang tepat. Begitupun dengan ajakannya untuk mengkritik pemerintah, Times Indonesia dalam pemberitaannya menyambut baik ungkapan tersebut tanpa mengindahkah bagaimana saat ini ruang kebebasan tanpa sadar mulai dibatasi.

Sedangkan tempo membingkai Jokowi sebagai sosok pemimpin yang ucapannya hanya dianggap paradoks, terutama saat Jokowi mengajak masyarakat aktif mengkritik kinerja pemerintah. Tempo memberikan kesan kepada pembacanya bahwa jangan mudah percaya dengan ungkapan Jokowi tersebut, lantaran beberapa kejadian dimana pengkritik justru dipolisikan usai mengkritik pemerintahan Jokowi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Alex Sobur (2015) Analisis Teks Media. Jakarta, Rosda.

Ardianto: Drs. Elvinaro Ardianto, M.si, Dra. Lukiati Komala, M.si, Dra. SitiKarlinah, M.si (2007) Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jawa Barat. Simbiosis Rekatama Media.

Burhan, B. (2015). Konstruksi Sosial Media Massa. Jakarta. Prenada Media.

Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua). Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.

Eriyanto (2002) Analisis Framing Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta, Lkis.

Shirley Biagi (2010) Media/Impact Pengantar Media Massa. Jakarta. Salemba Humanika.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Jawa Barat. Alfabeta