

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan salah satu sumber sarana informasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat modern. Media massa memiliki fungsi yang diantaranya adalah menginformasikan, menginterpretasikan, serta mengarahkan opini publik (Saputri et al., 2022). Fungsi-fungsi tersebut menjadikan media massa bukan hanya saluran penghantar pesan atau informasi, melainkan aktor yang turut membentuk cara masyarakat memahami realitas melalui pemberitaan yang terus menerus diproduksi (Darmawan, 2022).

Berger dan Luckmann (1966) dalam (Dharma, 2018) menegaskan bahwa realitas sosial bukan sesuatu yang terjadi begitu saja secara objektif, melainkan dikonstruksi melalui proses komunikasi dan interaksi. Media massa menjadi salah satu aktor yang mengonstruksi realitas tersebut. Konstruksi realitas oleh media tidak berlangsung secara netral kendati media kerap mengusung prinsip objektif dan independen. Teks media tidak selalu menggambarkan realitas apa adanya (R. A. N. Aisyah et al., 2022). Teks media tidak hanya menampilkan realitas sosial, namun juga membentuk realitas tersebut di benak masyarakat (Tuchman, 1978, p. 184). Media mengonstruksi realitas lengkap dengan pandangan, bias, dan keberpihakannya (Rifa'i, 2024). Proses konstruksi ini terjadi melalui penyeleksian dan penonjolan ketika media memilih fakta mana yang ingin ditampilkan, narasumber mana yang dikutip, serta aspek tertentu mana yang akan ditonjolkan

dan mana yang disembunyikan. Kondisi ini dalam kajian komunikasi dikenal sebagai proses *framing*.

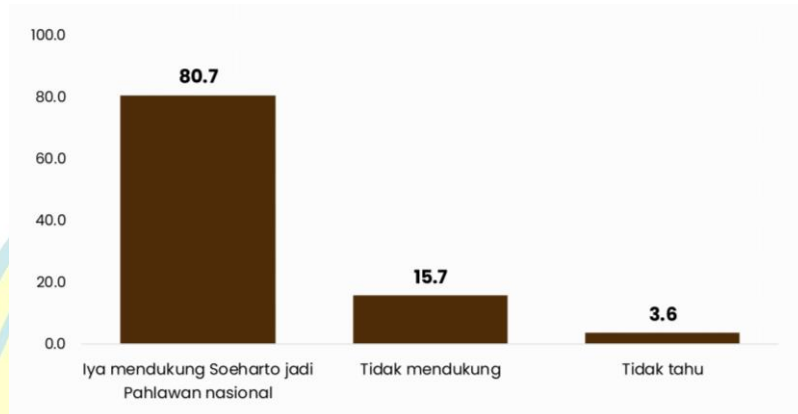
Fenomena *framing* oleh media tampak nyata dalam pemberitaan mengenai isu-isu yang bersifat kontroversial dan sarat kepentingan politik. Isu yang memiliki sensitivitas tinggi di masyarakat menjadi hidangan menarik bagi media (Meilandi, 2025). Salah satu isu tersebut adalah pemberitaan seputar penetapan Presiden ke-2 Republik Indonesia, Jenderal Besar TNI (Purn.) Soeharto, sebagai Pahlawan Nasional. Isu ini ditulis oleh berbagai media daring melalui beragam narasi yang berbeda dan penekanan aspek yang berbeda-beda pula. Isu pengusulan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional bukan merupakan fenomena yang muncul secara tiba-tiba. Isu ini telah bergulir sejak era pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, namun mengalami penundaan pada periode tersebut dan kembali mengemuka pada pemerintahan-pemerintahan berikutnya, hingga memperoleh perhatian publik yang lebih luas pada masa pemerintahan Presiden Prabowo (Kamil & Carina, 2025).

Respon publik terhadap isu terbagi dalam dua kubu. Kelompok pendukung yang datang dari kalangan akademisi, partai politik, hingga organisasi keagamaan, umumnya mendasarkan argumennya pada kontribusi Soeharto dalam bidang pembangunan ekonomi dan stabilitas nasional (Larasati, 2025). Hal ini diperkuat oleh hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Publik Indonesia atau KedaiKOPI (2025) yang mencatat bahwa 80,7 persen dari 1.213 responden menyatakan dukungan terhadap penetapan tersebut, dengan

keberhasilan program swasembada pangan dan pembangunan nasional sebagai alasan utama.

Gambar 1.1-1

Persentase Survei KedaiKOPI mengenai Penetapan Soeharto sebagai Pahlawan



Sumber: Kedai Kopi (2025)

Sementara, kelompok yang menolak penetapan tersebut didasari pada alasan adanya catatan pelanggaran hak asasi manusia, praktik korupsi, kolusi, dan neoptisme (KKN), serta pembungkaman kebebasan pers yang terjadi semasa pemerintahan Orde Baru. Survei KedaiKOPI mencatat sebanyak 15,7 persen responden menyatakan penolakan dengan alasan-alasan tersebut. Penolakan tersebut muncul dalam bentuk petisi *online* yang telah ditandatangani 30.994 orang serta penggunaan tagar #SoehartoBukanPahlawan di media sosial. Tidak hanya berlangsung di ruang digital, penolakan juga diwujudkan dalam bentuk pernyataan sikap dari kalangan politikus hingga aksi kolektif yang melibatkan ratusan aktivis dan akademisi (Sicca, 2025).

Gambar 1.1-2

Petisi Online Penolakan Gelar Pahlawan Nasional untuk Soeharto



Sumber: (Change.org, 2025)

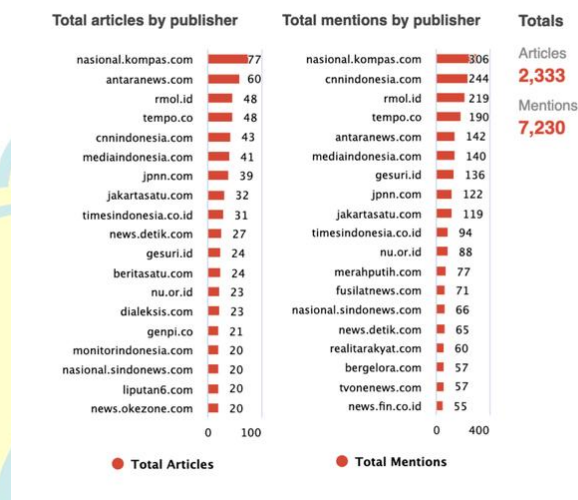
Perdebatan publik tersebut terus berlanjut, hingga pada 10 November 2025, Presiden Prabowo Subianto secara resmi menganugerahkan gelar Pahlawan Nasional kepada Soeharto beserta sembilan tokoh lain lewat Upacara Penganugerahan Pahlawan Nasional 2025 di Istana Negara. Keputusan tersebut didasarkan pada pertimbangan upaya negara untuk menghormati para pemimpin terdahulu bangsa.

Penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional menjadi perhatian luas media massa, khususnya media daring, dan memicu tingginya intensitas pemberitaan. Data pemantauan yang dilakukan oleh alat analisis media sosial berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dan *Natural Language Processing* (NLP), Drone Emprit, mencatat bahwa isu pemberian gelar Pahlawan Nasional untuk Soeharto telah diberitakan dalam 2.333 artikel dan menghasilkan 7.230 *mentions* selama periode 20 Oktober – 7 November 2025 (Fahmi, 2025). Sementara itu, data lain yang dicatat oleh alat pemantauan media, Newstensity, terdapat 11.760 artikel berita mengenai penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional yang terbit pada periode 5 – 11 November

2025, dengan jumlah pemberitaan tertinggi terjadi pada 10 November 2025 (Binomedia, 2025).

Gambar 1.1-3

Portal Berita yang Memberitakan Penetapan Soeharto sebagai Pahlawan

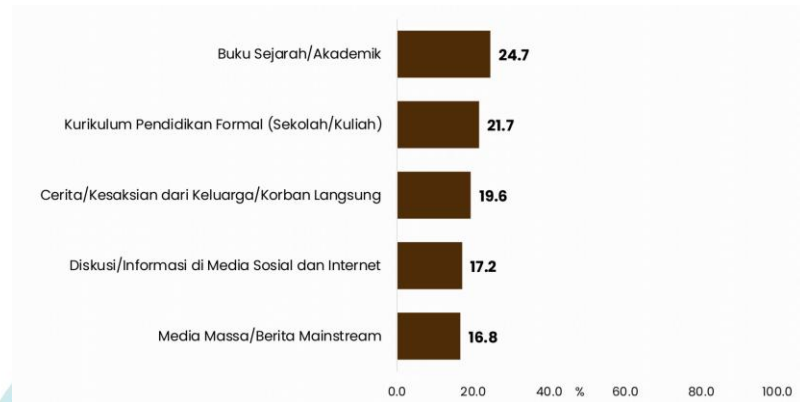


Sumber: Fahmi (2025)

Tingginya intensitas pemberitaan menempatkan media daring sebagai salah satu sumber yang berpengaruh dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap isu ini. Hal tersebut tercermin dalam survei KedaiKOPI yang menunjukkan bahwa pandangan responden mengenai Soeharto dipengaruhi oleh berbagai sumber informasi, mulai dari buku sejarah atau sumber akademik (24,7 persen), kurikulum pendidikan formal (21,7 persen), kesaksian langsung dari korban atau keluarga korban (19,6 persen), media sosial dan internet (17,2 persen) serta pemberitaan media massa (16,8 persen) (Kedai Kopi, 2025). Temuan tersebut memperlihatkan selain sumber-sumber formal, keterlibatan internet termasuk media daring menjadi salah satu kanal yang turut membentuk cara masyarakat memandang dan memaknai isu sejarah dan politik.

Gambar 1.1-4

Sumber Informasi yang Memengaruhi Pandangan Masyarakat terhadap Soeharto



Sumber: Kedai Kopi (2025)

Temuan tersebut juga didukung oleh hasil survei Edelman Trust Barometer 2026 yang menempatkan Indonesia pada posisi kedua sebagai negara dengan tingkat kepercayaan terhadap media tertinggi di dunia, dengan tingkat kepercayaan mencapai 76 persen, lebih tinggi dibandingkan rata-rata global yang hanya sebesar 54 persen (Yonatan, 2026). Hasil survei ini menunjukkan bahwa media masih memiliki kredibilitas sebagai sumber informasi di mata masyarakat Indonesia, sehingga apa yang disajikan oleh media akan memengaruhi pandangan publik terhadap isu yang diberitakan. Besarnya pengaruh media daring dalam membentuk pandangan publik menjadikan kajian terhadap *framing* pemberitaan media sebagai salah satu kebutuhan yang relevan secara akademis. Penelitian ini memilih Tempo.co dan Kompas.com sebagai objek penelitian karena keduanya dikenal sebagai media daring arus utama dengan jangkauan pembaca yang luas.

Tempo.co merupakan media daring yang dikenal dengan pemberitaan investigatif mendalam, gaya penulisan tajam, dan analitis (Safira et al., 2024). Tempo.co berada di bawah naungan Tempo Media Group, perusahaan media yang

telah berdiri sejak 1971 melalui penerbitan majalah Tempo. Tempo Media Group memiliki rekam jejak yang panjang dalam sejarah kebebasan pers Indonesia. Majalah Tempo dikenal sebagai media yang berani mengangkat isu-isu kritis terhadap kekuasaan, termasuk pada masa pemerintahan Orde Baru.

Puncaknya terjadi ketika pemerintah Orde Baru mencabut izin terbit majalah Tempo pada 21 Juni 1994 melalui Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 123/KEP/MENPEN/1994, yang dilatarbelakangi oleh pemberitaan investigatif Tempo mengenai dugaan korupsi dalam pembelian 39 kapal perang bekas dari Jerman Timur oleh Menteri Riset dan Teknologi, B.J. Habibie. Empat tahun kemudian, Tempo kembali terbit dan turut mendokumentasikan momen-momen bersejarah dari peristiwa 1998. Tempo tidak menghilangkan tradisi kritis dalam pemberitaannya meski telah mengalami peristiwa pembredelan. Pembredelan yang dialami Tempo justru menjadikannya sebagai media dengan simbol perlawanan kebebasan pers, berani, dan menjunjung prinsip jurnalisme yang kritis dan objektif (Fauzi & Trilaksana, 2025).

Sementara, Kompas.com merupakan media daring yang pertama kali diluncurkan pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Pada awalnya, platform ini menyajikan versi digital berita harian Kompas untuk memudahkan pembaca, terutama di daerah yang mengalami keterbatasan distribusi surat kabar. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi secara daring, Kompas Online kemudian berganti menjadi Kompas.com dan pada 6 Agustus 1998 resmi dikelola oleh PT Kompas Cyber Media (KCM) sebagai unit bisnis digital Kompas Gramedia.

Kompas.com dikenal dengan gaya penyampaian berita yang informatif dan berupaya menyajikan informasi secara objektif (Safira et al., 2024). Karakteristik tersebut tercermin melalui *tagline* "*Jernih Melihat Dunia*" yang digunakan sejak tahun 2017 sebagai komitmen Kompas.com untuk menyajikan informasi yang utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan, dan membantu masyarakat memahami berbagai peristiwa secara lebih jernih (Maulana & Prasetyowati, 2022)..

Selain memiliki karakteristik yang berbeda, Tempo.co dan Kompas.com juga merupakan media yang memiliki tingkat kepercayaan publik yang tinggi di Indonesia. Berdasarkan Digital News Report 2025 yang diterbitkan Reuters Institute, Kompas.com menempati peringkat pertama sebagai media berita yang paling dipercaya oleh publik Indonesia dengan tingkat kepercayaan sebesar 62 persen, sedangkan Tempo.co berada pada peringkat kedelapan dengan tingkat kepercayaan sebesar 53 persen (A, 2025).

Tak hanya itu, kedua media juga menunjukkan intensitas pemberitaan yang tinggi terhadap isu penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional. Berdasarkan data pemantauan Drone Emprit, Kompas.com merupakan media daring yang paling aktif memberitakan isu penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional, sementara Tempo.co menempati peringkat keempat (Fahmi, 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa kedua media memiliki tingkat kepercayaan publik yang tinggi sekaligus berperan aktif dalam menyebarluaskan informasi mengenai isu penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional. Oleh karena itu, Tempo.co dan Kompas.com relevan dipilih sebagai objek penelitian karena tidak hanya memiliki intensitas pemberitaan yang tinggi, tetapi juga karakteristik redaksional yang berbeda.

Perbedaan karakteristik kedua media tersebut berpotensi menghasilkan perbedaan proses seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu atau *framing* dalam pemberitaan. Hal ini dikarenakan proses penyusunan berita tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi produksi berita, mulai dari pengaruh organisasi media seperti kebijakan redaksi, pengaruh rutinitas organisasi media, nilai-nilai yang dianut media, pertimbangan jurnalis dalam memilih dan menonjolkan fakta tertentu, hingga pengaruh eksternal dari luar media (Kuncoro, 2022). Akibatnya, peristiwa yang sama dapat dikonstruksi dan disajikan dengan penekanan yang berbeda oleh masing-masing media.

Masyarakat pada umumnya mengharapkan media berfungsi sebagai sumber informasi yang *objektif* dan berpihak pada kepentingan publik. Harapan tersebut sejalan dengan fungsi jurnalisme yang dipaparkan dalam buku “*The Elements of Journalism*” karya Kovach & Rosenstiel (2014), media harus menjaga netralitas dan objektivitas dari berita yang ditulis, serta harus memperjuangkan kepentingan umum dalam pemberitaannya (Fianto et al., 2023). Namun dalam praktiknya, pemberitaan media tidak sepenuhnya bebas dari proses seleksi dan penonjolan informasi yang mencerminkan kecenderungan tertentu. Kesenjangan antara harapan akan media yang netral dengan kenyataan bahwa setiap pemberitaan melewati proses *framing* inilah yang menjadikan penelitian ini menarik untuk dilakukan.

Framing yang dilakukan media merujuk pada cara media menyajikan peristiwa dengan menekankan atau menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas atau peristiwa. Bentuk penonjolan tersebut dapat berupa menempatkan satu aspek

informasi lebih menonjol atau mencolok dibandingkan yang lain, serta melakukan pengulangan informasi yang dianggap penting (Eriyanto, 2022, p. 220). Adanya proses tersebut membuat khalayak menjadi lebih mudah mengingat aspek yang ditonjolkan oleh media. Sementara, aspek-aspek lain yang tidak ditonjolkan atau bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan tidak diperhatikan oleh khalayak (Eriyanto, 2022, p. 77).

Selain itu, perbedaan narasi antar media dalam meliput suatu isu juga bukan sesuatu yang terjadi secara kebetulan. Perbedaan narasi tersebut merupakan cerminan dari proses *framing* yang dilakukan masing-masing media, sebab setiap media memiliki sistem redaksi yang akan berpengaruh pada pembingkaiian tertentu atas isu yang sama. Menurut Weiss dalam (Sharma & Pokharel, 2025), meskipun seorang jurnalis berupaya bersikap objektif, namun cara mereka menonjolkan aspek tertentu dan mengesampingkan aspek lainnya tetap dapat memengaruhi bagaimana publik memahami realitas.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *framing* pemberitaan Tempo.co dan Kompas.com mengenai penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional dengan menggunakan model analisis *framing* Robert N. Entman. Model Entman dipilih karena memiliki empat elemen analisis, yaitu *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (identifikasi penyebab), *make moral judgement* (membuat penilaian moral), dan *treatment recommendation* (memberi saran atau solusi) yang memungkinkan peneliti dapat mengidentifikasi cara media mengarahkan pandangan khalayak.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penetapan Presiden ke-2 Republik Indonesia, Soeharto, sebagai Pahlawan Nasional menimbulkan pro dan kontra dari berbagai kelompok masyarakat dan memicu tingginya intensitas pemberitaan di media daring.
2. Masyarakat pada umumnya mengharapkan media berfungsi sebagai informasi yang objektif, namun realitanya setiap pemberitaan melewati proses seleksi dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas yang mencerminkan kecenderungan media dalam mengonstruksi suatu isu.
3. Tempo.co dan Kompas.com berpotensi memiliki perbedaan dalam membingkai isu penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional.

1.3 Keunikan Penelitian

Keunikan penelitian ini terletak pada kebaruan konteks isu yang dikaji, yaitu pemberitaan penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional pada periode 10 November 2025 yang merupakan peristiwa aktual dan menimbulkan perdebatan di ruang publik. Analisis *framing* kerap digunakan untuk mengkaji pemberitaan media terhadap isu yang menyangkut kebijakan pemerintah dan tokoh politik, namun penelitian yang meneliti bagaimana media daring seperti Tempo.co dan Kompas.com membingkai penetapan tokoh sejarah sebagai Pahlawan Nasional melalui model *framing* Entman masih terbatas.

1.4 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis *framing* model Robert N. Entman yang meliputi empat elemen, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Analisis difokuskan pada teks pemberitaan tanpa melibatkan analisis visual, komentar dari pembaca, maupun konten media sosial Tempo.co dan Kompas.com yang terkait, sehingga pembahasan diarahkan sepenuhnya pada teks artikel berita.

Objek penelitian berupa pemberitaan mengenai penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional yang diterbitkan oleh Tempo.co dan Kompas.com pada 10 November 2025, yaitu tanggal ketika gelar Pahlawan Nasional secara resmi dianugerahkan. Artikel berita diseleksi berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian, yakni membahas penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional sebagai isu utama pemberitaan. Berita yang berfokus pada usulan atau rencana penetapan maupun artikel lain yang tidak menjadikan Soeharto sebagai fokus utama pemberitaan tidak disertakan dalam penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 11 berita dari Tempo.co dan 20 berita dari Kompas.com. Selanjutnya, berita yang dianalisis dipilih dengan mempertimbangkan isu-isu yang muncul dalam pemberitaan, seperti proses penetapan resmi, dukungan terhadap penetapan, penolakan terhadap penetapan, respon keluarga terkait, serta isu lain yang relevan dengan pemberitaan mengenai penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional. Pemilihan ini dilakukan untuk memperoleh data yang representatif sekaligus memungkinkan analisis *framing*

dilakukan secara mendalam. Berikut merupakan lima berita Tempo.co dan lima berita Kompas.com yang dipilih oleh peneliti terkait dengan penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional.

Tabel 1.4-1

Artikel Berita Tempo.co dan Kompas.com yang Menjadi Objek Penelitian

Nama Media Daring	Judul Berita	Tanggal Publikasi Berita
Tempo.co	Prabowo Resmi Anugerahkan Soeharto Sebagai Pahlawan Nasional	10 November 2025 pukul 10.33 WIB
	Soeharto Jadi Pahlawan Nasional, PKS: Perannya dalam Peristiwa G30S Krusial	10 November 2025 pukul 18.14 WIB
	Soeharto Jadi Pahlawan Nasional, ICW: Simbol Kematian Reformasi	10 November 2025 pukul 12.59 WIB
	Masyarakat Sipil Tolak Gelar Pahlawan Soeharto, Tutut: Kami Tidak Dendam	10 November 2025 pukul 11.21 WIB
	Rekam Jejak Pelanggaran HAM Soeharto yang Dianugerahi Pahlawan Nasional oleh Prabowo	10 November 2025 pukul 12.34 WIB
Kompas.com	Soeharto Dapat Gelar Pahlawan Nasional, Ini Jasanya	10 November 2025 pukul 10.46 WIB
	Soeharto Resmi Pahlawan Nasional, Golkar: Terima Kasih Prabowo	10 November 2025 pukul 12.31 WIB
	GUSDURian: Gelar Pahlawan untuk Soeharto adalah Pengkhianatan Demokrasi	10 November 2025 pukul 14.37 WIB
	Soeharto Jadi Pahlawan Nasional, Keluarga Cendana Terima Kasih ke Prabowo	10 November 2025 pukul 13.23 WIB

Nama Media Daring	Judul Berita	Tanggal Publikasi Berita
	Soeharto Jadi Pahlawan, PDIP Nilai Pemerintah Abaikan Suara Penolakan	10 November 2025 pukul 13.43 WIB

Sumber: Data hasil olah peneliti (2026), diambil dari Tempo.co dan Kompas.com

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Tempo.co dan Kompas.com membingkai pemberitaan mengenai penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional pada periode 10 November 2025 serta bagaimana perbandingan kedua media tersebut berdasarkan model analisis *framing* Robert N. Entman?

1.6 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis *framing* pemberitaan mengenai penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional yang dipublikasikan oleh Tempo.co dan Kompas.com pada 10 November 2025. Analisis menggunakan model *framing* Robert N. Entman yang meliputi empat elemen, yaitu *define problem* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (identifikasi penyebab), *make moral judgement* (membuat penilaian moral), dan *treatment recommendation* (memberi saran atau solusi). Fokus penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi serta membandingkan cara kedua media membingkai isu penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional.

1.7 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan *framing* pemberitaan penetapan Soeharto sebagai Pahlawan Nasional pada Tempo.co dan Kompas.com periode 10 November 2025 berdasarkan analisis *framing* model Robert N. Entman.

1.8 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis.

1.8.1 Manfaat Penelitian Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam studi analisis *framing* pada bidang komunikasi massa. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji *framing* media terhadap isu-isu politik dan sejarah Indonesia.

1.8.2 Manfaat Penelitian Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi pemberitaan, khususnya generasi muda yang banyak memperoleh informasi mengenai isu politik dan sejarah melalui media daring. Kesadaran tersebut penting mengingat berita yang dikonsumsi sehari-hari telah melewati proses seleksi dan penonjolan yang tidak selalu mencerminkan realitas secara apa adanya. Bagi praktisi media, penelitian ini diharapkan menjadi bahan refleksi mengenai tanggung jawab etis dalam proses produksi berita,

mengingat apa yang diproduksi oleh media dapat memengaruhi cara masyarakat memaknai suatu isu yang beredar di ruang publik.

