

TUGAS AKHIR

**ANALISIS *FRAMING* BERITA *SILENT MAJORITY* PADA MEDIA
ONLINE KOMPAS.COM, CNN INDONESIA.COM DAN DETIK.COM**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Disusun Oleh :

CAHYANI ZALSABILA PANGERANG

1201003180

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Cahyani Zalsabila Pangerang

NIM : 1201003180

Tanda Tangan : 

Tanggal : 5 Agustus 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cahyani Zalsabila Pangerang
NIM : 1201003180
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis *Framing* Berita *Silent Majority* pada Media
Online Kompas.com, CNN Indonesia.com, dan Detik.com

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

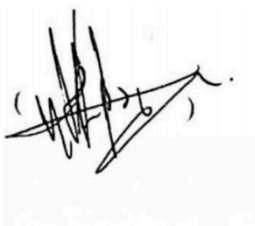
Pembimbing : Ari Kurnia S.Ikom, M.Ikom

()

Pembahas 1 : Anastasya Andriarti S.Sos., M.Si

()

Pembahas 2 : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si

()

Ditetapkan di Jakarta,

14 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Framing Berita Silent Majority pada Media Online Kompas.com, CNN Indonesia.com, dan Detik.com**”. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Masa perkuliahan hingga mencapai waktu Tugas Akhir ini cukup membutuhkan proses yang panjang, dengan segala warna-warni dan lika-likunya. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan mengungkapkan apresiasi kepada banyak pihak yang terlibat, antara lain :

1. Allah SWT

Terima kasih kepada Allah SWT atas segala hal baik yang terjadi di hidup penulis terkhusus pada proses penelitian ini. Dengan segala prasangka baik penulis kepada Allah, segalanya terasa lebih mudah dan lancar.

2. Keluarga Bahagia D3

Terima kasih kepada Bunda, Ayah, Kak Yan, Kakak Ucil, dan Kakak Tri yang merupakan alasan dan motivasi utama penulis ingin segera mendapatkan gelar S.I.Kom di tahun 2024 ini. Terima kasih atas segala doa, dukungan, kasih sayang, serta materi yang diberikan kepada penulis tanpa pamrih.

3. Keluarga Besar Mattola

Terima kasih kepada Om Irel, Om Fadlan, Wawa dalam Ludo Kuy yang membantu penulis baik secara moral dan materi, serta selalu membuat penulis tetap waras dengan segala tingkahnya yang aneh. Para om, tante, dan sepupu yang secara tidak langsung membuat penulis selalu semangat untuk menyelesaikan perkuliahan.

4. Dosen Pembimbing

Terima kasih kepada miss Ari Kurnia yang sangat membantu penulis dalam proses penelitian ini. Semua ilmu dan *insight* yang diberikan sangat

bermanfaat bagi penulis. Penulis juga merasakan bagaimana miss Ari selalu menjadi dosen yang perhatian terhadap anak bimbingannya.

5. Dosen Penguji 1 & 2

Terima kasih kepada mba Anas dan miss Ruth yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis untuk lebih detail dan memperhatikan segala aspek penelitian dengan baik. Semua ilmu dan *insight* yang diberikan sangat berharga untuk penulis.

6. Warga Ilkom 2020

Galih, Akbar, Gabriel dalam grup Roro Jonggrang yang selalu berjuang bersama sejak awal kuliah terkhusus pada saat mengambil peminatan Jurnalistik bersama-sama. Meyes, Princesa, Teteh, Awang yang selalu saling mendukung satu sama lain. Tasya, Keysha, Dilet, yang selalu ada untuk penulis. There, yang sangat membantu penulis dalam akademik termasuk dalam proses penulisan skripsi. Manusia Tim CGTS, HMILKOM, dan warga Jurnal yang mewarnai hari-hari penulis sejak awal perkuliahan, di kegiatan organisasi, maupun sehari-hari di kelas.

7. Kebo Sayang

Ailsa dan Nadila yang merupakan sahabat baik penulis sejak tahun 2008, yang selalu menjadi tempat dimana penulis berkeluh kesah sejak awal masuk dunia perkuliahan hingga proses menyusun skripsi dengan segala lika-likunya.

8. Sahabat IPS 1

Lewel, Maritza, Abigail, Tarisha, Uci, Erio yang merupakan *low-maintenance friendship* penulis sejak SMA dan terus berlanjut hingga sekarang. Jarang bertemu dan jarang berkomunikasi, tetapi selalu menjadi *support system* penulis.

9. Diri Sendiri

Last but not least, terima kasih diriku sendiri yang selalu berusaha kuat, selalu mengusahakan apapun dengan maksimal, selalu berusaha yakin di tengah banyak keraguan, selalu bersyukur dan selalu ingin berjuang atas apapun yang diinginkan. *Proud of you, Cani!*

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cahyani Zalsabila Pangerang
NIM : 1201003180
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS *FRAMING* BERITA *SILENT MAJORITY* PADA MEDIA
ONLINE KOMPAS.COM, CNN INDONESIA.COM, DAN DETIK.COM”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 5 Agustus 2024

Yang menyatakan



Cahyani Zalsabila Pangerang

**ANALISIS *FRAMING* BERITA *SILENT MAJORITY* PADA MEDIA
ONLINE KOMPAS.COM, CNN INDONESIA.COM DAN DETIK.COM**

Cahyani Zalsabila Pangerang

ABSTRAK

Proses adaptasi media bisa dibuktikan dengan hadirnya media *online* yang berperan dalam menyebarkan berita. Salah satu topik pemberitaan media *online* yang berhasil menarik perhatian masyarakat pasca pemilu 2024 adalah munculnya istilah *silent majority* setelah kemenangan Prabowo-Gibran dalam pemilihan capres-cawapres. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana Kompas.com, CNN Indonesia.com, dan Detik.com sebagai media *online* yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia melakukan *framing* terhadap topik *silent majority* berdasarkan konsep Robert N. Entman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis 2 berita dari masing-masing media. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa media Kompas.com membingkai *silent majority* untuk menjawab kebutuhan audiens dan menyajikan berita informatif, sedangkan CNN Indonesia.com membingkai *silent majority* sebagai fenomena penting untuk mengedukasi masyarakat, dan Detik.com membingkai *silent majority* sebagai isu dengan unsur ketokohan dan fokus pada *standpoint* politik.

Kata kunci : *silent majority*, analisis *framing* Robert N. Entman

**ANALISIS *FRAMING* BERITA *SILENT MAJORITY* PADA MEDIA
ONLINE KOMPAS.COM, CNN INDONESIA.COM DAN DETIK.COM**

Cahyani Zalsabila Pangerang

ABSTRACT

The process of media adaptation can be evidenced by the presence of online media that plays a role in disseminating news. One of the news topics on online media that has successfully attracted public attention after the 2024 election is the emergence of the term "silent majority" following the victory of Prabowo-Gibran in the presidential election. This study focuses on how Kompas.com, CNN Indonesia.com, and Detik.com, as the most widely accessed online media in Indonesia, frame the topic of the silent majority based on Robert N. Entman's concept. This research uses a qualitative descriptive approach by analyzing two news articles from each media. The final results of this study show that Kompas.com frames the silent majority to meet the needs of the audience and presents informative news, while CNN Indonesia.com frames the silent majority as an important phenomenon to educate the public, and Detik.com frames the silent majority as an issue with elements of key figure and focuses on political standpoint.

Keyword : *silent majority, framing analysis Robert N. Entman*

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II.....	11
2.1 Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1 Media Online.....	11
2.1.2 Berita Online.....	12
2.1.3 Silent Majority.....	13
2.1.4 Analisis Framing.....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	19
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III.....	24
3.1 Desain dan Pendekatan.....	24
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	24
3.2.1 Objek Penelitian.....	24
3.2.2 Subjek Penelitian.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Analisis Data.....	29
3.5 Triangulasi Data.....	30

3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu.....	31
BAB IV.....	33
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Media.....	33
4.2 Penyajian Data.....	36
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	64
4.3.1 Analisis Framing Robert N. Entman pada Media Kompas.com.....	64
4.3.2 Analisis Framing Robert N. Entman pada Media CNN Indonesia.com.....	69
4.3.3 Analisis Framing Robert N. Entman pada Media Detik.com.....	72
4.3.4 Analisis Framing Berita Silent Majority Berdasarkan Data Triangulasi.....	75
BAB V.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	82
5.3 Saran dan Implikasi.....	82
5.3.1 Saran Untuk Peneliti Berikutnya.....	82
5.3.2 Saran Untuk Industri.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
DAFTAR LAMPIRAN.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sumber Utama Masyarakat Indonesia Memperoleh Berita.....	10
Gambar 1.2 Responden Indonesia percaya akan berita di media online.....	10
Gambar 1.3 Perusahaan media yang dikonsumsi masyarakat Indonesia.....	11
Gambar 1.4 Berita di Media Online Viva.co.id.....	14
Gambar 1.5 Berita di Media Online Sindonews.com.....	15
Gambar 4.1 Logo Media Kompas.com.....	38
Gambar 4.2 Logo Media CNN Indonesia.com.....	39
Gambar 4.3 Logo Media Detik.com.....	40
Gambar 4.4 Objek Berita 1 dari Kompas.com.....	41
Gambar 4.5 Objek Berita 2 dari Kompas.com.....	45
Gambar 4.6 Objek Berita 1 dari CNN Indonesia.com.....	46
Gambar 4.7 Objek Berita 2 dari CNN Indonesia.com.....	53
Gambar 4.8 Objek Berita 1 dari Detik.com.....	59
Gambar 4.9 Objek Berita 2 dari Detik.com.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	29
Tabel 3.1 Objek Berita dari Media Detik.com.....	31
Tabel 3.2 Objek Berita dari Media Kompas.com.....	32
Tabel 3.3 Objek Berita dari CNN Indonesia.com.....	33
Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 4.1 Hasil Pengamatan Framing Berita 1 Kompas.com.....	43
Tabel 4.2 Hasil Pengamatan Framing Berita 2 Kompas.com.....	47
Tabel 4.3 Hasil Pengamatan Framing Berita 1 CNN Indonesia.com.....	51
Tabel 4.4 Hasil Pengamatan Framing Berita 2 CNN Indonesia.com.....	56
Tabel 4.5 Hasil Pengamatan Framing Berita 1 Detik.com.....	63
Tabel 4.6 Hasil Pengamatan Framing Berita 2 Detik.com.....	67
Tabel 5.1 Kesimpulan Analisis Framing Robert N. Entman.....	85