COMMUNICATION

p-ISSN 2086 - 5708
e-ISSN 2442 - 7535

Narasi Citra Presiden Jokowi Jelang Berakhir Masa Jabatan (Pembingkaian Detik.com Periode Juli-September 2024)

Indah Suryawati
e-mail: indah.suryawati@budiluhur.ac.id
Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260.

Submitted: 27 Januari 2025 **Revised:** 045 Februari 2025 **Accepted:** 21 April 2025
Accredited Sinta-4 by Kemdikbud: No. 0041/E5.3/HM.01.00/2023

Abstrak

Jelang berakhir masa jabatan Joko Widodo (Jokowi) sebagai presiden Republik Indonesia mengundang perhatian sejumlah media pemberitaan nasional, tidak terkecuali Detik.com. Media berita turut berperan dalam mengkonstruksi citra pemimpin negara di akhir masa jabatannya, baik atau buruk. Bagaimana media berita memotret dan mendefinisikan posisi dan citra personal dan politik Presiden Jokowi, menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini secara khusus menganalisis berita Detik.Com selama periode Juli-September 2024 terkait jelang masa jabatan Presiden Jokowi berakhir. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis bingkai dan konstruksi narasi citra Jokowi jelang masa berakhirnya jabatan sebagai presiden pada pemberitaan Detik.com dengan menggunakan metode framing Todd Gitlin. Metode framing ini menekankan pada cara-cara media dalam melakukan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jokowi di akhir masa jabatan sebagai presiden dinarasikan dengan citra positif oleh Detik.com. Narasi citra positif Jokowi lebih banyak dikaitkan dengan pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN), dikaitkan dengan jajaran kabinetnya dan dikaitkan juga dengan Prabowo sebagai pemegang tongkat estafet kepeberikutnya melalui program keberlanjutan.

Kata kunci: berita, citra presiden, framing Todd Gitlin, media online

Abstract

Towards the end of Joko Widodo's (Jokowi) term as president of the Republic of Indonesia, it attracted the attention of several national news media, including Detik.com. The news media plays a role in constructing the image of the country's leader at the end of his term, good or bad. How the news media photographs and defines personal Jokowi and political positions and images is interesting to research. This study specifically analyzes Detik.Com news during the July-September 2024 period related to the end of the president's term. The study uses the Todd Gitlin framing method to investigate the frame and narrative construction of Jokowi's image towards the end of his term as president in Detik.com news. This framing method emphasizes how the media selects, repeats, emphasizes, and presents certain aspects of reality. The study results show that Jokowi at the end of his term as president is portrayed positively by Detik.com. Jokowi's positive narrative is more associated with the Capital City of the Archipelago (IKN), his cabinet ranks, and Prabowo as the next baton holder through the sustainability program.

Keywords: *news, presidential image, Todd Gitlin framing, online media*

PENDAHULUAN

Citra seorang presiden di mata rakyat yang dipimpin adalah hal penting berkaitan dengan kepercayaan publik kepadanya selama memimpin. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan dukungan publik dan favoritisme publik terhadap sosok pemimpinnya. Dalam masa jabatan yang panjang yakni dua periode

atau selama 10 tahun menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia, citra dan kepercayaan publik terhadap Joko Widodo (Jokowi) mengalami pasang surut.

Naik turunnya citra dan kepercayaan Presiden Jokowi tidak dapat dilepaskan dari gaya kepemimpinan maupun gaya komunikasi yang ditunjukkan oleh presiden itu sendiri. Riset yang dilakukan Harahap (2023) menyebutkan, Jokowi terkenal dan dikenal dengan gaya kepemimpinan yang dekat dengan rakyat. Ini mulai melekat semenjak Jokowi menjadi walikota Solo, gubernur DKI Jakarta hingga menjadi presiden selama dua periode (2014-2024) (Harahap, 2023). Citra sebagai pemimpin yang merakyat dan sederhana dilekatkan pada sosok Jokowi antara lain karena seringnya Jokowi mengunjungi tempat-tempat tertentu secara mendadak ---disebut blusukan--- untuk berbincang langsung dengan rakyat setempat dan mendengarkan keluh kesah mereka.

Sementara itu, pemberitaan media massa dan media berita *online* tak sedikit yang menyuarakan puja-puji terhadap program dan kebijakan Jokowi selama dua periode menjadi presiden. Sejumlah menteri kabinet di era Jokowi juga secara terang-terangan memuji kepemimpinan Jokowi. Seperti Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan yang dalam pidatonya memuji keberhasilan Jokowi mempertahankan neraca perdagangan yang surplus selama 52 bulan. Begitu pula Menteri Keuangan Sri Mulyani yang memuji kinerja Jokowi terkait APBN yang mampu melayani proyek-proyek infrastruktur berskala besar. Bahkan di media sosial, netizen ramai menggaungkan tagar ‘’TerimakasihJokowi’’ dengan kalimat-kalimat pujian terhadap sosok Presiden Jokowi (Tempo.co, 2024).

Namun munculnya kasus-kasus tertentu yang mendapat perhatian media, turut mempengaruhi citra dan kepercayaan masyarakat terhadap Jokowi. Misal, terkait perubahan struktur dan keanggotaan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Jokowi dipandang tidak memiliki *political will* yang kuat untuk menyelamatkan eksistensi KPK sebagai lembaga negara yang independen dalam menangani dan memberantas tindak pidana korupsi. Harusnya *political will* Jokowi diwujudkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan yang mendukung penguatan terhadap kelembagaan KPK itu sendiri, bukan justru sebaliknya KPK dikondisikan lemah (Akbar, 2021). Demikian pula dengan kasus *omnibus law*, IKN, dan rancangan Undang-Undang yang terkait dengan Pancasila, kasus Rempang hingga kasus dugaan intervensi atas keputusan Mahkamah Konstitusi terkait batasan umur untuk calon presiden dan wakil presiden dalam pemilihan umum yang terkait dengan pencalonan anak sulung Jokowi, Gibran Rakabuming Raka, sebaga calon wakil presiden mendampingi calon presiden Prabowo Subianto.

Jelang berakhir masa jabatan Jokowi sebagai presiden, studi yang melihat bagaimana media memotret dan mendefinsikan posisi dan citra personal dan politik Presiden Jokowi menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Dalam kajian komunikasi, studi yang dimaksud adalah analisis *framing*. Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi suatu realitas. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat yang bertujuan untuk menggiring inteprestasi khalayak sesuai perspektif media (Eriyanto, 2021). *Framing* dilihat pada pencantuman informasi-informasi dalam konteks yang khas, sehingga isu tertentu mendapat perhatian lebih besar daripada isu lainnya (Alrizki & Aslinda, 2022).

Penelusuran pun dilakukan dan belum menemukan penelitian terdahulu yang

menganalisis pembingkaian (*framing*) narasi citra Jokowi jelang masa berakhir jabatan sebagai presiden. Namun cukup banyak penelitian terkait citra Jokowi pada Pemilihan Presiden 2019 dengan menggunakan teori dan metode yang berbeda (Panilih, 2019; Panuju, 2017; Silviana, 2019). Seperti, penelitian Muhammad Ridwan dan kawan-kawan (2019) yang berjudul *The Image Of President Candidate Joko Widodo In Campaign Advertisement In The President Election* 2019. Penelitian citra Jokowi pada Pilpres 2019 ini menggunakan teori dan metode semiotika dengan objek penelitian iklan kampanye Jokowi dan KH Maruf Amin pada pemilihan presiden 2019. Hasil penelitian membuktikan bahwa iklan kempanye tersebut menampilkan citra Jokowi yang positif sebagai pemimpin yang sederhana, dekat dengan masyarakat kecil (merakyat), dan mampu membawa Indonesia lebih maju dan sejahtera melalui program, Kartu Indonesia Pintar Kuliah, Kartu Sembako Murah, dan Kartu Prakerja (Ridwan et al., 2020).

Penelitian lain dilakukan Putri Sari Ramadhani (2021) yang berjudul Analisis Framing Citra Jokowi Dalam Film Dokumenter Sexy Killers, justru membingkai citra Jokowi buruk. Hasil penelitian menunjukkan citra Jokowi cenderung tidak memberikan keberpihakan kepada rakyat. Film tersebut memframing Jokowi secara tidak langsung terlibat dalam bisnis pertambangan batubara yang tidak berpihak pada rakyat. Dengan kata lain, hasil penelitian Ramadhani kontra dengan hasil penelitian Ridwan dan kawan-kawan (Ramadhani, 2021).

Penelitian tentang citra politik juga dilakukan oleh M.A. Dewangga dan Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi (2023). Namun penelitian ini fokus pada citra politik Ganjar Pranowo. Adapun judul penelitiannya adalah Citra Politik Ganjar Pranowo di Youtube Podkaesang Depan Pintu: Analisis Semiotika John Fiske (Dewangga & Briyan Pratiwi, 2023). Dalam penelitian tersebut, subjek dan objek penelitian yang dipilih berbeda, begitu juga dengan penggunaan teori dan metode penelitiannya.

Belum adanya penelitian terpublikasi terkait tema narasi citra Presiden Joko Widodo jelang berakhir masa jabatan, hal utama yang menjadi pertimbangan adalah bahwa pencitraan yang ditampilkan media dan bagaimana media menarasikan Jokowi di akhir masa jabatannya, akan turut menentukan narasi dan cerita bagaimana Jokowi akan berkiprah dalam peran dan kehidupan yang lebih luas pada panggung politik dan kebangsaan pasca tak lagi menjabat sebagai presiden. Beberapa contoh telah diperlihatkan bagaimana mantan-mantan Presiden Republik Indonesia sebelumnya, telah beradaptasi dan terus berusaha menjaga jejak dan bekas kekuasaannya agar memiliki keberlanjutan (*legacy*).

Adapun pemilihan Detik.com sebagai objek penelitian dilatarbelakangi beberapa alasan. Pertama, Detik.com disebut oleh Ipang Wahid Stratejik (IPWS) sebagai media *online* paling sering diakses oleh sebagian besar publik (Detik.com, 2023). Kedua, Detik.com adalah satu satu situs web berita yang memberi perhatian lebih pada pemberitaan terkait Jokowi jelang berakhirnya masa jabatan sebagai presiden. Ketika media begitu intens mengangkat suatu realitas untuk diberitakan, maka dapat dimaknai bahwa media tersebut menganggap realitas tersebut penting. Namun perlu diketahui, dalam posisi ini sesungguhnya media dan wartawan dalam menyampaikan berita bukan hanya sekedar menyampaikan informasi yang dianggapnya penting. Lebih dari itu, media memposisikan diri sebagai aktor pembentuk konstruksi realitas. Dan realitas yang disampaikan sudah melalui proses seleksi yang ketat dari pihak media,

tak ada realitas yang digambarkan apa adanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Detik.com menyusun bingkai dan menarasikan citra Presiden Jokowi jelang berakhir masa jabatan kepresidenan selama periode penerbitan Juli-September 2024? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bingkai berita Detik.Com dalam menarasikan citra Presiden Jokowi jelang masa jabatan berakhir, selama periode penerbitan Juli hingga September 2024. Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk menambah penelitian terkait pembingkaian media berita dengan menggunakan teori dan metode penelitian analisis isi kualitatif (*framing*). Penelitian ini menyajikan kedalaman analisis bagaimana apresiasi media terhadap pengabdian Jokowi sebagai presiden dua periode dengan segala macam pro maupun kontra kebijakan dan program pembangunan yang selama ini dilakukannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *framing*. Menurut Todd Gitlin, *framing* ialah strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas. Dalam pengertian lain, *frame* media adalah bentuk yang muncul dari kognisi, penafsiran hingga kepada penyajian. Dimulai dari tahap seleksi, penekanan dan pengucilan melalui penggunaan simbol tertentu yang dilakukan secara teratur. Semua itu disusun dalam narasi yang terorganisir, baik itu dalam bentuk simbol verbal ---kata atau kalimat yang berulang— maupun visual --- penggunaan foto yang berulang--- (Eriyanto, 2021). Sesungguhnya penonjolan aspek dalam pemberitaan merupakan bagian penting dari fakta berita yang disampaikan media melalui teks berita dan mempengaruhi pesan yang disampaikan (Hafidli et al., 2023).

Langkah awal yang harus dikerjakan dalam analisis *framing* adalah melihat bagaimana media membangun realitas. Karena peristiwa yang hadir bukanlah sesuatu yang *taken for granted,* melainkan bagaimana media aktif dalam mengonstruksi realitas tersebut. Di sini, wartawan mengambil berbagai elemen seperti fakta dan orang, lalu mengabstraksikannya menjadi sebuah peristiwa yang layak disajikan kepada publik (Eriyanto, 2021). Oleh karena itu, fokus utama penelitian *framing* adalah bagaimana media menggunakan kerangka pemikiran tertentu dalam menyajikan suatu realitas atau peristiwa. Adapun yang menjadi sorotan bukanlah apakah media menyajikan berita dalam sudut pandang negatif atau positif, melainkan bagaimana *framing* menjadi kerangka berpikir media dalam proses konstruksi tersebut.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan mengumpulkan berita-berita Detik.com yang membicarakan Jokowi di masa akhir jabatan antara periode Juli hingga September 2024 yang jumlahnya mencapai 74 berita. Berita yan terkumpul tersebut kemudian diseleksi berdasarkan aspek/isu yang ditonjolkan. Berita yang lebih banyak menonjolkan aspek tertentu untuk selanjutnya dianalisis dengan metode *framing.* Sedangkan data sekunder diperoleh dari tinjauan Pustaka berupa uraian dan analisis kritis yang bersumber dari jurnal bereputasi, buku, dan juga pemberitaan media *online* yang memiliki keterkaitan argumen dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat awam memahami media berita *online* adalah cermin dari realitas. Atau dipahami sebagai saluran yang dapat memberitakan suatu peristiwa apa adanya secara cepat. Padahal sesungguhnya media bukanlah saluran yang bebas. Media justru mengkonstruksi sedemikian rupa realitas sebelum disajikan kepada khalayak. Media bahkan berperan mendefinisikan bagaimana realitas dijelaskan dengan cara tertentu kepada khalayak dan selanjutnya bagaimana realitas tersebut seharusnya dipahami oleh khalayak. Pendefinisian bukan hanya pada peristiwa, melainkan juga pada siapa aktor sosial yang hendak ditonjolkan terkait peristiwa tersebut. Pendefinisian suatu peristiwa inilah merupakan bagian dari strategi media dalam mem*framing*.

Karena itu, media dalam memproduksi berita-beritanya, yang menjadi dasar dari proses produksi berita adalah adanya semacam kesepakatan atau konsensus yaitu bagaimana suatu peristiwa dipahami dan dimaknai bersama. Di sini ada dua pemahaman: satu sisi media dengan sengaja menampilkan peristiwa yang dikehendakinya dan dengan aktor yang direstui. Di sisi lain, media bisa saja mengeluarkan peristiwa yang tidak dikehendaki dari pembicaraan namun masih berkaitan dengan aktor yang direstui. Ataukah media mengeluarkan peristiwa yang tidak dikehendaki dari pembicaraan dan juga mengeluarkan aktor yang tidak direstui untuk dibicarakan.

Tentu bukan hendak menekankan bahwa ada distorsi dari pemberitaan yang ditampilkan media. Ini untuk memberikan pemahaman bahwa media berita *online* yang dibaca khalayak setiap harinya adalah berita yang sudah melalui proses konstruksi, bukan sekedar berita yang menyajikan peristiwa apa adanya. Begitu halnya pada pemberitaan terkait Jokowi di masa akhir jabatannya sebagai presiden yang disajikan Detik.com.

Observasi pada pemberitaan Jokowi di akhir masa jabatan sebagai presiden Republik Indonesia selama periode penerbitan Juli hingga September 2024, menemukan bahwa Detik.com memproduksi sebanyak 74 berita. Seluruh berita dikaitkan dengan aktivitas Jokowi pada sejumlah peristiwa yang dikategorisasikan ke dalam beberapa aspek isu. Selengkapnya lihat tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Seleksi Detik.com
Sumber: Hasil olah data penelitian, 2025

No.	Aspek/Isu	Jumlah berita
1	Jokowi dan Ibu Kota Nusantara (IKN)	20
2	Jokowi dan keberhasilan	12
3	jajaran kabinetnya	9
4	Jokowi dan Prabowo	9
5	Jokowi dan minta maaf	5
6	Jokowi dan hubungan	4
7	dengan luar negeri	4
8	Jokowi dan kedekatan	4
9	dengan kepolisian	4
10	Jokowi dan konflik dengan	2
11	KPU	1
	Sisi lain Jokowi	
	Keberhasilan Jokowi	
	Kedekatan Jokowi dengan masyarakat	
	Sindiran untuk Jokowi	

Detik.com memberi porsi yang lebih besar pada aktivitas Jokowi yang berkaitan dengan Ibu Kota Nusantara (IKN). Sebanyak 20 berita yang mengangkat aspek tersebut dan ini terlihat jelas pada judul dan konstruksi isi berita yang disajikan. Disusul berita Jokowi yang berkaitan dengan keberhasilan jajaran kabinetnya (12 berita), meski Jokowi beberapa kali melakukan restrukturisasi pada kabinetnya menjelang akhir masa jabatan.

Aspek lainnya yang mendapat porsi sama adalah berita Jokowi terkait Prabowo yang saat itu maju sebagai calon presiden pada Pemilu 2024 bersanding dengan anak sulung Jokowi, Gibran Rakabuming Raka, sebagai cawapres (9 berita). Begitu juga berita

terkait Jokowi yang berulangkali meminta maaf kepada rakyat Indonesia sebelum resmi lengser sebagai presiden (9 berita). Sementara kedekatan Jokowi dengan negara lain (hubungan bilateral), kedekatan Jokowi dengan kepolisian dan bagaimana Jokowi menyelesaikan konflik di KPU turut menjadi aspek yang dibicarakan.

Bila memperhatikan secara seksama hasil seleksi aspek berita, terlihat Detik.com membingkai Jokowi di akhir masa jabatan sebagai presiden dalam narasi positif. Hanya satu aspek ----ditemukan hanya satu berita--- yang seolah-olah menempatkan Jokowi dalam narasi negatif, karena pemilihan judul berita bisa dimaknai sebagai sindiran untuk Jokowi. Berita yang dimaksud berjudul ‘’Relawan Jokowi Sindir PDIP soal Anak-Cucu Mungkin Disiapkan’’ (Detik.com, 2024a). Padahal isi berita itu sesungguhnya masih membingkai Jokowi dalam narasi positif. Jokowi mendapat pembelaan dari Ketua Umum Relawan Jokowi Solidaritas Merah Putih (Solmet) Silfester Matutina yang membantah keras pernyataan Ketua DPP PDIP Djarot Saiful Hidayat. Berikut kutipan beritanya :

> ‘’Menurut Djarot, hanya di era Presiden Jokowi yang memunculkan keturunannya untuk maju dalam kontestasi politik, mulai dari anak hingga menantu disiapkan untuk kontestasi politik, seiring majunya Bobby Nasution di Pilgub Sumatera Utara (Sumut).... Tapi Relawan Jokowi Solidaritas Merah Putih (Solmet) menilai pernyataan tersebut menunjukkan sikap dan ketakutan PDIP menghadapi pilkada serentak yang tak lama lagi bakal digelar..... Jokowi tak pernah mempersiapkan keluarga turunannya untuk maju berkontestasi politik. Dan tidak masalah juga jika hal itu dilakukan oleh pemimpin negara asalkan tak ada Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN).’’ (Detik.com, 2024a)

Meskipun menyajikan cukup banyak aspek penekanan, ada titik singgung utama dari realitas yang dibentuk dan dikonstruksi Detik.com dalam pemberitaan terkait Jokowi menjelang masa akhir jabatan sebagai presiden dua periode. Ini karena proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian-bagian tertentu dari realitas yang dengan sengaja lebih ditonjolkan agar khalayak mudah mengenal ke arah mana narasi yang dibangun Detik.com. Dengan menonjolkan bagian tertentu dari realitas ini, khalayak pun akan dengan mudah digiring untuk mengingat aspek-aspek tertentu tersebut.

Ini semakin menunjukkan *framing* adalah bagian dari strategi media, terutama media berita. Selain melakukan seleksi aspek/isu, yang perlu dilakukan media berita adalah bagaimana realitas dibentuk dan disusun sedemikian rupa, bagaimana realitas itu ditampilkan dan kemudian disederhanakan melalui pengulangan dan penekanan kata, kalimat dan juga pemilihan foto untuk melengkapi isi berita yang sudah dikontruksi. Di sini, media berita melalui wartawannya secara aktif membentuk realitas tersebut.

Bila dicermati, narasi positif yang ditampilkan Detik.com adalah dengan pengulangan dan penekanan dalam bentuk kalimat-kalimat pujian untuk proyek IKN. Seperti ‘’IKN adalah sebuah kanvas yang mengukir masa depan’’; ‘’IKN menjadi simbol kemajuan peradaban, pemerataan pembangunan, dan pemersatu bangsa’’; ‘’IKN adalah kota masa depan’’; ‘’IKN berarti membeli masa depan’’; ‘’IKN adalah kota hijau dengan emisi rendah karena banyak ruang terbuka hijaunya’’; ‘’IKN dipandang sebagai simbol kualitas dan potensi investasi

yang dapat menarik lebih banyak pengusaha dan investasi lainnya''; ''IKN adalah kota yang ramah''; dan masih banyak lagi. Sejumlah kalimat pujian ini seringkali mendapat pengulangan tiga kali hingga lebih dalam pemberitaan Detik.com berdasarkan aspek/isu Jokowi dan IKN.

Selain dalam bentuk kalimat, narasi positif IKN juga ditonjolkan Detik.com dalam bentuk pemilihan istilah, seperti kota baru, *smart city,* kota ramah, kota masa depan, dan lain-lain. Dalam pemberitaan selama periode Juli hingga September 2024, Detik.com tidak pernah menyebut kata ''Nusantara'' atau kalimat ''Kalimantan Timur'' untuk memperkenalkan nama ibukota baru. Apalagi sebelumnya khalayak lebih mengenal nama ibukota Indonesia yaitu ''Jakarta''. Penyebutan IKN dilakukan Detik.com hingga 145 kali di dalam 20 berita terkait Jokowi dan IKN.

Penggunaan kata ''IKN'' oleh Detik.com bukan tanpa maksud. Ini strategi sederhana Detik.com untuk menggiring khalayak agar senantiasa ingat bahwa IKN identik dengan sosok Jokowi, begitu sebaliknya sosok Jokowi identik dengan IKN. Ini untuk mempresentasikan bahwa IKN adalah salah satu wujud keberhasilan Jokowi di akhir masa jabatan sebagai presiden hingga dua periode. Dan untuk mempertegas aspek tertentu ini, Detik.com juga berulang kali menuliskan bahwa IKN adalah bagian dari program keberlanjutan.

Sebagaimana diketahui program keberlanjutan adalah program yang diusung pasangan calon presiden Prabowo Subianto dan calon wakil presiden Gibran pada Pemilihan Presiden 2024 lalu. Pesan keberlanjutan selalu dibawa pasangan Prabowo-Gibran dalam setiap kampanye maupun debat capres-cawapres yang diliput khusus beberapa media massa. Bahkan Prabowo dalam pidato politiknya di beberapa kesempatan seringkali berjanji akan melanjutkan program-program yang telah dirintis Presiden Jokowi. Personifikasi Prabowo dan Jokowi ketika masa kampanye berlangsung di tahun 2024 terlihat jelas, bahkan Prabowo sejak awal mengaku siap melanjutkan tongkat estafet kepemimpinan Jokowi yang bernama program berkelanjutan, meski Prabowo di sisi lain tidak menampik bahwa nantinya ada program perubahan yang akan dijalankan jika terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia ke-8.

Tak heran jika aspek aktivitas Jokowi dengan Prabowo yang kala itu masih sebagai capres pada Pemilu 2024 menjadi aspek lain yang mendapat porsi lebih untuk ditonjolkan. Narasi yang digunakan untuk mendukung narasi citra positif Detik.com pada sosok Jokowi, seperti IKN sebagai sebagai simbol persatuan dan kemajuan, IKN sebagai bagian dari investasi besar untuk masa depan, IKN mampu menyediakan *venue* dan *dining* skala dunia, dan masih banyak lagi sebagaimana dipaparkan pada paragraf sebelumnya.

Selain pengulangan dan penekanan kalimat, Detik.com juga menggunakan foto-foto yang mempresentasikan citra positif Jokowi. Detik.com seringkali dalam setiap beritanya menyertakan foto-foto Jokowi dengan pakaian kemeja putih lengan panjang yang digulung hingga di bawah siku atau dibiarkan memanjang, dipadu padankan dengan celana panjang hitam yang menjadi ciri khas Jokowi sebagai sosok pemimpin sederhana. Berikut beberapa foto yang melengkapi narasi citra positif Jokowi menjelang masa akhir jabatan sebagai presiden pada pemberitaan Detik.com selama periode Juli hingga September 2024 :

Gambar 1. Foto-foto Jokowi dalam bingkai Detik.com

Foto lain yang sering melengkapi narasi citra positif Jokowi menjelang masa akhir jabatan adalah foto Jokowi dengan latar belakang ikon IKN yaitu Istana Garuda dan Istana Negara yang merupakan bagian Istana Kepresidenan Nusantara yang dibangun di atas lahan seluas 55,7 hektar dengan luas tapak 334.200 meter persegi. Posisi Istana Garuda berada tepat di belakang Istana Negara pada dataran lahan yang lebih tinggi. Bangunan tersebut menjadi tempat Jokowi berkantor di akhir masa jabatan. Sedang Istana Negara IKN berwujud bangunan megah yang nanti menjadi kediaman resmi Presiden Indonesia. Bentuk desain Istana Negara di IKN berupa burung Garuda yang sedang mengepakkan sayap, hasil karya Nyoman Nuarta (Detik.com, 2024c). Berikut foto yang dimaksud :

Gambar 1. Foto-foto icon IKN dalam bingkai Detik.com

Cara Detik.com yang berulang kali menggunakan foto ikon Istana Garuda dan Istana Negara di IKN dapat diartikan sebagai cara media memunculkan citra positif dari pemberitaan Jokowi di akhir masa jabatan. Detik.com menyebut Istana Garuda dan Istana Negara yang secara simbolik mengandung makna bahasa keindahan, keramahtamahan, keteduhan kemandirian, serta kewibawaan sebagai pemimpin bangsa yang besar.

Di sisi lain, pengulangan tampilan foto ikon dapat diartikan sebagai strategi penggunaan suatu simbol yang ditujukan kepada khalayak agar mampu mengingat kontekstualisasi dari segala aktivitas Jokowi di akhir masa jabatan. Dengan menampilkan ikon secara berulang memungkinkan ikon tersebut akan tertanam kuat dalam benak khalayak, meski Jokowi tak lagi menjabat sebagai presiden. Bingkai citra positif akan benar-benar tertanam pada benak khalayak.

Namun bisa jadi, penggunaan latar belakang megahnya Istana Garuda dan Istana Negara adalah bentuk simplifikasi dari realitas yang sesungguhnya kompleks, bukan gambaran apa adanya. Karena proyek pembangunan kedua istana ini sejak awal menimbulkan pro dan kontra yang tajam di masyarakat dan mengundang perhatian media massa maupun media berita *online* untuk memberitakannya. Sebagian menyatakan takjub dengan kemegahan desain Istana Garuda dan Istana Negara di IKN. Sebagian lagi mencibir karena akan menghabiskan biaya yang sangat besar yaitu 48,8 triliun rupiah.

Meskipun banyak media massa maupun media berita *online* yang masih memunculkan pro dan kontra terkait IKN, Detik.com justru konsisten membingkai Jokowi dan IKN dalam narasi positif.

> ‘’**...** membangun ibu kota dari nol adalah kesempatan langka dan membanggakan, yang tidak dimiliki semua negara. Jokowi menegaskan membangun ibu kota dari nol adalah pencapaian luar biasa yang mencerminkan kemampuan dan visi besar bangsa. Tak semua negara memiliki kesempatan membangun ibu kota dari awal. IKN adalah sebuah kanvas yang mengukir masa depan dan tak semua orang, tak semua negara dan tak semua negara memiliki kesempatan, memiliki kemampuan untuk bangun ibu kotanya yang dimulai betul-betul dari nol" (Detik.com, 2024b)

KESIMPULAN

Framing, seperti yang dikatakan Todd Gitlin adalah strategi media membentuk dan menyederhanakan suatu realitas yang ditampilkan untuk khalayak berdasarkan prinsip seleksi, pengulangan, penekanan dan presentasi dari realitas tersebut. Terkait pemberitaan Jokowi di akhir masa jabatan sebagai presiden Republik Indonesia, Detik.com mempresentasikannya dalam narasi positif.

Narasi positif Jokowi ditampilkan Detik.com dalam seleksi peristiwa atau realitas yang membahas Jokowi dengan IKN. Meski realitas IKN adalah realitas yang kompleks karena sejak awal menimbulkan pro dan kontra yang tajam di masyarakat, namun Detik.com berusaha membingkainya menjadi

peristiwa yang dapat dipahami dengan perspektif tertentu dan disajikan sedemikian rupa agar lebih menarik perhatian khalayak.

Detik.com membungkus realitas Jokowi dan IKN dengan menggunakan kalimat-kalimat pujian untuk IKN dan kalimat tersebut dimunculkan secara berulang sepanjang periode terbit Juli hingga Oktober 2024. Detik.com juga memberikan penekanan berupa penggunaan foto-foto Jokowi dengan gaya berpakaiannya yang khas. Selain itu, Detik.com menggunakan ikon IKN yaitu foto Istana Bogor dan Istana Negara secara berulang yang dapat dipresentasikan sebagai simbol kesuksesan pembangunan ibukota baru. Detik.com menyebut IKN sebagai sebuah kanvas yang mengukir masa depan dan tak semua orang, tak semua negara dan tak semua negara memiliki kesempatan, memiliki kemampuan untuk bangun ibu kotanya yang dimulai betul-betul dari nol.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M. (2021). Political Will terhadap Kelembagaan KPK Era Presiden Jokowi. *Jurnal Syntax Idea*, *3*(6). https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/1273/778

Alrizki, D., & Aslinda, C. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Indonesia Tidak Lockdown di kompas.com dan detik.com. *Journal of Political Communication and Media*, *1*(01).

Detik.com. (2023, July 18). *Survei IPWS: detikcom Media Online Paling Sering Diakses Jelang Pilpres 2024*. https://news.detik.com/berita/d-6830168/survei-ipws-detikcom-media-online-paling-sering-diakses-jelang-pilpres-2024

Detik.com. (2024a, July 14). *Relawan Jokowi Sindir PDIP soal Anak-Cucu Mungkin Disiapkan*.

Detik.com. (2024b, August 12). *Jokowi: Tak Semua Negara Miliki Kemampuan Bangun Ibu Kota dari Nol*. https://news.detik.com/berita/d-7485129/jokowi-tak-semua-negara-miliki-kemampuan-bangun-ibu-kota-dari-nol

Detik.com. (2024c, September 25). *Jokowi Groundbreaking Hutan Kota Plataran di IKN: Sediakan Venue Kelas Dunia*. https://news.detik.com/berita/d-7556871/jokowi-groundbreaking-hutan-kota-plataran-di-ikn-sediakan-venue-kelas-dunia

Dewangga, M., & Briyan Pratiwi, R. (2023). Citra Politik Ganjar Pranowo di Youtube Podkaesang Depan Pintu: Analisis Semiotika John Fiske. *Jurnal Buana Komunikasi*, *4*(2). https://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi/article/view/3065

Eriyanto. (2021). *Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media)*. LKiSYogyakarta.

Hafidli, M., Sasmita, R., Nurazhari, L., & Putri, N. (2023). Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Kasus Kanjuruhan di Detikcom dan BBC NEWS. *JIS: Jurnal Ilmu Sosial*, *3*(1). https://ejournal.penerbitjurnal.com/index.php/socialscience/article/view/85

Harahap, I. (2023). Analisis Gaya Kepemimpinan Presiden Joko Widodo di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, *06*(01). https://journal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/2419

Panilih, S. S. (2019). *Analisis Wacana Kritis Citra Politik Jokowi Dalam Kampanye Pilpres 2019 di Twitter* [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta]. http://eprints.upnyk.ac.id/21549/

Panuju, R. (2017). Komunikasi Politik Jokowi: Antara Pencitraan dan Jejaring Politik. Komunikatif Volume 6 No 2. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, *6*(2).

Ramadhani, P. (2021). *Analisis Framing Citra Jokowi dalam Film Dokumenter Sexy Killers* [Thesis]. Universitas Sumatera Utara.

Ridwan, M., Priyatna, A., & Meilinawati, L. (2020). The Image Of President Candidate Joko Widodo In Campaign Advertisement In The President Election 2019. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, *11*(2).

Silviana, N. (2019). *Media Dan Politik (Studi Kasus Konstruksi Citra Politik Jokowi-Maruf dan Prabowo-Sandiaga di Koran Jawa Pos Dalam Pemilu 2019)* [Universitas Airlangga]. https://repository.unair.ac.id/94780/

Tempo.co. (2024, October 14). *Operasi Memoles Citra Jokowi*. https://www.tempo.co/newsletter/operasi-memoles-citra-jokowi--82098