

ANALISIS ISI PEMBERITAAN ACARA DESAK ANIES PADA PILPRES 2024 DI TEMPO.CO DAN CNN INDONESIA.COM

Nugroho Dwi Yanto

Abstrak: Pilpres di Indonesia sendiri telah dilaksanakan pada Rabu 14 Februari 2024, yang diikuti oleh tiga pasangan calon presiden (Capres) dan calon wakil presiden (Cawapres). Masing-masing pasangan Capres dan Cawapres nomor urut 1, 2, dan 3 mempunyai program kampanye tersendiri yang dikemas sesuai dengan keinginannya untuk menyerap aspirasi pemilih. Pasangan Anies-Muhaimin (Amin) mengusung tagline “Desak Anies” sebagai salah satu cara memperkenalkan kepada Masyarakat. Desak Anies dikemas dengan suasana santai bertujuan menyerap aspirasi pemilih. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perbedaan framing media online Tempo.co dan CNNIndonesia.com terkait acara desak Anies. Metode yang digunakan analisis framing dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Framing berita berjudul “Anies Baswedan: Desak Anies Surabaya Pecahkan Rekor Terbesar” yang dibuat oleh Tempo.co, secara keseluruhan positif dan menguntungkan Anies Baswedan. Elemen-elemen framing seperti sintaksis, skrip, tematik, dan retorika bekerja sama untuk membangun citra Anies sebagai pemimpin yang populer dan disukai masyarakat, khususnya generasi muda. Pada media CNNIndonesia.com berita yang berjudul “Massa Desak Anies Surabaya Minta ada 'Tagih Anies' bila Terpilih”, framing berita ini netral dan informatif. Elemen-elemen framing seperti sintaksis, skrip, tematik, dan retorika saling melengkapi untuk menyampaikan aspirasi peserta Desak Anies di Surabaya dan komitmen Anies Baswedan untuk melanjutkan dialog dengan rakyat.

Kata Kunci: Pilpres, Desak Anies, Framing.

Abstract: *The presidential election in Indonesia itself was held on Wednesday 14 February 2024, and was attended by three pairs of presidential candidates (Capres) and vicepresidential candidates (Cawapres). Each presidential and vicepresidential candidate pair number 1, 2 and 3 has its own campaign program which is packaged according to their wishes to absorb the aspirations of voters. The Anies-Muhaimin (Amin) couple carries the tagline "Desak Anies" as a way of introducing them to the public. Anies' appeal is packaged in a relaxed atmosphere aimed at absorbing voters' aspirations. The aim of this research is to analyze the differences in the framing of online media Tempo.co and CNNIndonesia.com regarding Anies' urgent event. The method used is framing analysis using the Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki model. The news framing entitled "Anies Baswedan: Urges Anies Surabaya to Break the Biggest Record" made by Tempo.co, is overall positive and beneficial to Anies Baswedan. Framing elements such as syntax, script, thematic and rhetoric work together to build Anies' image as a leader who is popular and liked by the public, especially the younger generation. In the media CNNIndonesia.com, the news entitled "Mass Urge Anies Surabaya to Ask for 'Tagih Anies' if Elected", frames this news as neutral and informative. Framing elements such as syntax, script, thematic and rhetoric complement each other to convey the aspirations of the Desak Anies participants in Surabaya and Anies Baswedan's commitment to continuing dialogue with the people.*

Keywords: *Presidential Election, Anies urged, Framing.*

PENDAHULUAN

Pemilihan Presiden (Pilpres) adalah ajang memilih kepala negara yang bergelar resmi Presiden dan Wakil Presiden dalam negara yang menganut system demokrasi, seperti di Indonesia. Rakyat dapat menggunakan hak pilihnya secara langsung, hal ini berdasarkan amandemen Undang-Undang Dasar (UUD) 1945. Pasal 6A Ayat (1) UUD menyebutkan, Presiden dan Wakil Presiden dipilih secara langsung oleh rakyat.

Saat ini, Pilpres di Indonesia sendiri telah dilaksanakan pada Rabu 14 Februari 2024,

yang diikuti oleh tiga pasangan calon presiden (Capres) dan calon wakil presiden (Cawapres) yakni Anies Rasyid Baswedan bersama Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto dengan Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo bersama Mahfud MD.

Ada tiga koalisi besar yang mendukung pasangan Capres dan Cawapres dalam Pemilu Presiden dan wakil presiden 2024. Koalisi Perubahan dan persatuan dari Partai NasDem, PKB, dan PKS yang mengusung pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar (Amin). Koalisi Indonesia Maju dari Partai Gerindra, Golkar, Demokrat, PAN, PSI, PBB, Garuda, Gelora yang mengusung pasangan Prabowo-Gibran, dan koalisi dari partai PDIP, PPP, Partai Hanura, dan Perindo mengusung pasangan Ganjar Pranowo-Mahfud MD.

Pada masa kampanye Pemilu berlangsung 75 hari, yakni sejak tanggal 28 november 2023 hingga tanggal 10 Februari 2024. Dalam masa kampanye tersebut, berbagai cara dilakukan oleh para calon kontestan termasuk pasangan Capres dan Cawapres melakukan aksi unjuk diri untuk dikenal dan dipilih oleh pemilih. Menurut Butler dan Collins (2001), marketing atau pemasaran politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah partai politik, aktor politik, atau kontestan dalam membangun kepercayaan citra publik.

Masing-masing pasangan Capres dan Cawapres nomor urut 1, 2, dan 3 mempunyai program kampanye tersendiri yang dikemas sesuai dengan keinginannya untuk menyerap aspirasi pemilih. Pasangan Anies-Muhaimin (Amin) mengusung tagline “Desak Anies” sebagai salah satu cara memperkenalkan kepada masyarakat. Adapun Desak Anies merupakan agenda kampanye kepada masyarakat dengan jadwal yang telah ditentukan di berbagai daerah di Indonesia. Kampanye ini menggunakan metode dialog dalam pertemuan terbatas dengan estimasi peserta hingga 500 orang.

Desak Anies juga merupakan salah satu program kampanye Anies dalam memaparkan visi misi dan program kerja yang digagasnya sebagai Capres dalam Pilpres 2024. Desak Anies dikemas dengan suasana santai bertujuan menyerap aspirasi pemilih. Agenda ini dilakukan dengan sistem jemput bola, Anies dan tim pada jadwal yang telah ditentukan mengunjungi lokasi atau daerah yang akan menjadi sasaran kampanye. Melalui program ini, Anies memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bertanya secara langsung atau tatap muka mengenai kondisi terkini kepada Anies. Kemudian, Anies akan menjawab pertanyaan dan persoalan yang diajukan kepadanya yang disaksikan oleh para masyarakat yang hadir maupun yang menyaksikan secara virtual.

Adapun berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) dana kampanye Anies-Muhaimin tercatat Rp 1 miliar berbentuk uang. Kemudian dana kampanye Prabowo-Gibran memiliki dana kampanye Rp 31,43 miliar yang berasal dari kantong pribadi pasangan calon Rp 2.000.000.000 dalam bentuk uang, partai politik atau gabungan partai politik: Rp 600.000 dalam bentuk barang, dan partai politik atau gabungan partai politik: Rp 28.838.800.000 dalam bentuk jasa. Sedangkan pasangan Ganjar-Mahfud memiliki dana kampanye Rp 23,32 miliar yang bersumber dari kantong pribadi paslon: Rp 100.000.000 dalam bentuk uang, partai politik atau gabungan partai politik Rp 2.950.000.000 dalam bentuk uang, sumbangan perseorangan Rp 1.670.999 dalam bentuk uang, sumbangan perusahaan dan/atau badan usaha nonpemerintah 20.324.250.000 dalam bentuk uang.

Fokus pada penelitian ini adalah acara Desak Anies yang dilakukan oleh Anies Baswedan bersama tim kampanyenya. Acara Desak Anies menjadi perhatian banyak pihak karena menggunakan cara berbeda dari pasangan lainnya yakni tanya jawab langsung dengan masyarakat, terlebih seiring dengan tersebarnya informasi melalui internet tentang Pemilu dan Pilpres 2024, acara tersebut kian meramaikan ruang media sosial dan media massa. Acara Desak Anies sendiri berdasarkan channel YouTube Anies Baswedan

telah digelar 22 kali di berbagai kota di Indonesia dengan tema yang beragam.

Musman (2017) menyatakan "berita adalah sebuah uraian tentang fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan sudah disajikan melalui media massa yang dipublikasikan secara berkala (periodic)."

Dalam pemilu.tempo.co, Anies mengatakan bahwa pihaknya mengutamakan dialog langsung dengan masyarakat ketimbang memasang alat peraga kampanye (APK) secara berlebihan.

"Kami berkeliling, kami berdialog, dan kami ingin menghormati rakyat Indonesia. Cara menghormatinya dengan apa? Dengan memberikan kesempatan mereka untuk bertanya," ujar Anies Kamis, 4 Januari 2023, dikutip dari Tempo.co.

"Saya memilih hadir di acara Desak Anies karena warga bisa bertanya apa saja, supaya mereka bisa menilai dan merasa dihormati. Jadi calon (presiden) bukan sekadar memberikan foto dan video, tetapi juga siap berdialog dengan rakyat," lanjut Anies.

Heryanto (2018) mengatakan, internet kini menjadi saluran politik untuk mengekspresikan opini-opini politik dan menghubungkan aktivis, tokoh politik, organisasi non partai, orang yang berpartisipasi di partai politik, dan masyarakat.

Maka dari itu, media massa berperan penting untuk memberikan dan memenuhi kebutuhan informasi yang sedang terjadi dan hangat diperbincangkan dikalangan masyarakat. Lebih lanjut, fakta di lapangan yang sama kemudian diambil sudut pandangannya oleh wartawan atau media yang menghasilkan berita berbeda-beda. Hal ini dikarenakan wartawan atau media mempunyai cara dan karakter yang berbeda. Seperti Tempo.co dan CNNIndonesia.com merupakan dua dari banyaknya media di Indonesia yang turut memberikan sudut pandangnya masing-masing dalam mengolah informasi di lapangan menjadi berita yang dipublikasikan, khususnya dalam penelitian ini bagaimana media mengkonstruksikan acara desak Anies pada Pilpres 2024.

Peneliti memilih pemberitaan terkait acara Desak Anies sebagai bahan penelitian karena acara tersebut merupakan terobosan gaya baru kampanye Pilpres dan keterbaruan fenomena yang terjadi. Dalam pengamatan penulis, setidaknya ada dua berita dari Tempo.co dan CNNIndonesia.com yang memiliki kecenderungan framing membentuk realitas tersendiri terkait acara Desak Anies.

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perbedaan framing media online Tempo.co dan CNNIndonesia.com terkait acara desak Anies, menganalisis dinamika ruang redaksi Tempo.co dan CNNIndonesia.com dalam menentukan isi berita seputar acara desak Anies, serta untuk menganalisis pengemasan berita oleh Tempo.co dan CNNIndonesia.com melalui penyusunan fakta (skematis), pengisahan fakta (skrip), penulisan fakta (tematik), dan penekanan fakta (retoris).

Penulis ingin meneliti acara Desak Anies menggunakan metode analisis framing. Pemberitaan media massa tidak luput dari framing atau pembingkai. (Eriyanto, 2002) menyebut, framing pada dasarnya merupakan metode untuk melihat cara bercerita media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada 'cara melihat' terhadap realitas yang dijadikan berita yang berpengaruh pada hasil akhir dari kruksi realitas. Sementara itu, analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Realitas sosial dimaknai dan dikonstruksikan dengan makna tertentu, peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu oleh media.

Penulis menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk melakukan penelitian ini. Pan dan Kosicki menyatakan framing adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan

berita (Eriyanto, 2002).

Proses framing dalam model Pan dan Kosicki didefinisikan sebagai proses membuat pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut, adapun perangkat framing model ini dapat dibedakan menjadi empat struktur besar yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik, (Wijaya, 2021: 14).

No	Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
1.	Sintaksis	Skema Berita	Headline, lead, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
2.	Skrip	Kelengkapan Berita	5W + 1H
3.	Tematik	Detil Koherensi Bentuk Kalimat Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan, antar kalimat.
4.	Retorik	Leksison Grafis Metafora	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan (library research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengeksplorasi berbagai literatur atau sumber lain yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dikaji dalam studi ini. Literatur pokok yang menjadi sumber utama dalam penelitian ini adalah berita politik di portal media Tempo.co dan CNNIndonesia.com yang berjumlah masing-masing satu berita atau totalnya dua berita. Keduanya adalah berita yang dipublikasikan pada akhir-akhir masa kampanye Pilpres 2024 yakni 9 dan 10 Februari 2024. Penulis mengkaji kedua berita tersebut sebagai pokok pembahasan untuk mengetahui framing pada media Tempo.co dan CNNIndonesia.com seputar acara desak Anies pada Pilpres 2024.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pisau bedah framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah dua berita dari Tempo.co dan CNNIndonesia.com edisi 9 dan 10 Februari 2024. Kemudian data sekunder dalam penelitian ini adalah data mengenai catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, dan sebagainya. Dengan demikian, penelitian ini termasuk studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

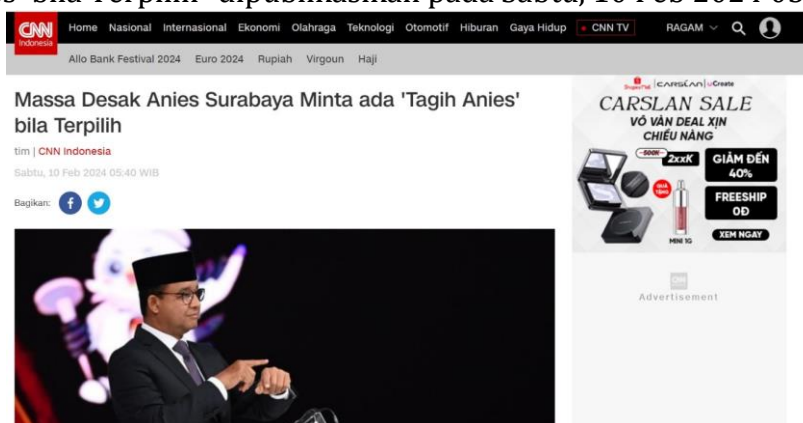
1. Berita Tempo.co berjudul “Anies Baswedan: Desak Anies Surabaya Pecahkan Rekor Terbesar” dengan reporter Hanaa Septiana dan editor Juli Hantoro Dipublikasikan pada Jumat, 9 Februari 2024 21:45 WIB



Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Sintaksis	Headline	Anies Baswedan: Desak Anies Surabaya Pecahkan Rekor Terbesa
	Lead	Surabaya menjadi tempat penyelenggaraan Desak Anies pada Jumat, 9 Februari 2024. Anies Baswedan sebut antusiasme peserta pecahkan rekor terbesar.
	Latar Informasi	Pantauan Tempo, peserta Desak Anies sudah memadati DBL Arena sejak pukul 15.30 WIB. Sementara, agenda baru dimulai pukul 20.15 WIB.
	Kutipan	<ul style="list-style-type: none"> • “Tadi saya tanya panitia, jumlahnya 13.500 orang, ini rekor terbesar,” ucap Anies saat memberi sambutan acara Desak Anies di DBL Arena Surabaya hari ini. • “Terima kasih atas antusiasme masyarakat Surabaya yang rela menunggu,” ucap calon presiden nomor urut 01 itu. • Peserta yang duduk di dalam tribun ada 6 ribu, di bawah 3 ribu. Lainnya tidak bisa masuk karena penuh,” kata Anies. • “Penasaran dari dulu, makannya bela-belain ke sini,” kata salah satu peserta Desak Anies, Dhella Arieska
	Pernyataan	Salah satu peserta Desak Anies, Dhella Arieska mengaku sudah mendatangi venue sejak pukul 15.00 WIB. Mahasiswi asal Kediri yang berkuliah di Universitas Airlangga Surabaya itu mengaku sengaja datang ke agenda ini karena ingin menyimak aspirasi dari pemuda Surabaya ke Anies.
	Penutup	“Penasaran dari dulu, makannya bela-belain ke sini,” kata salah satu peserta Desak Anies, Dhella Arieska
Skrip	Who	Anies Baswedan, Dhella Arieska
	When	Jumat, 9 Februari 2024
	What	Anies Baswedan sebut antusiasme peserta pecahkan rekor terbesar.
	Where	DBL Arena Surabaya
	Why	“Jumlahnya 13.500 orang, ini rekor terbesar,” kata Anies.
	How	Pantauan Tempo, peserta Desak Anies sudah memadati DBL Arena sejak pukul 15.30 WIB. Sementara, agenda baru dimulai pukul 20.15 WIB. Ribuan peserta bisa masuk ke dalam tribun. Sebagian lainnya duduk di luar, bahkan di area luar DBL Arena. Anies pun terlebih dahulu menyapa peserta di luar tribun. Dia mengapresiasi para peserta yang sudah menunggu berjam-jam.
Tematik	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu peserta Desak Anies, Dhella Arieska mengaku sudah mendatangi venue sejak pukul 15.00 WIB. Mahasiswi asal Kediri yang berkuliah di Universitas Airlangga Surabaya itu mengaku sengaja datang ke agenda ini karena ingin menyimak aspirasi dari pemuda Surabaya ke Anies. • Surabaya menjadi tempat penyelenggaraan Desak Anies pada Jumat, 9 Februari 2024. • Peserta Desak Anies sudah memadati DBL Arena sejak pukul 15.30 WIB. Sementara, agenda baru

		<p>dimulai pukul 20.15 WIB.</p> <ul style="list-style-type: none"> Anies pun terlebih dahulu menyapa peserta di luar tribun. Dia mengapresiasi para peserta yang sudah menunggu berjam-jam.
Retoris	Leksion	Desak, rekor, terbesar, antusiasme, mengapresiasi, dan luar biasa.
	Grafis	-
	Foto	Calon presiden Indonesia, Anies Baswedan saat mengunjungi food truck yang dihadirkan oleh Olppaemi Project saat acara Desak Anies di Hallf Pati Unus, Jakarta, Kamis, 18 Januari 2024. Mobil kiriman Olppaemi Project tersebut membawa bingkisan makanan yang nantinya dibagi-bagikan kepada para pendukung Anies. Tak hanya makanan, Olppaemi Project juga menyediakan souvenir berupa photocard, sticker, dan standing banner bergambar Anies.

2. Berita CNNIndonesia.com yang berjudul “Massa Desak Anies Surabaya Minta ada 'Tagih Anies' bila Terpilih” dipublikasikan pada Sabtu, 10 Feb 2024 05:40 WIB.



Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Sintaksis	Headline	Massa Desak Anies Surabaya Minta ada 'Tagih Anies' bila Terpilih
	Lead	Peserta Desak Anies di Surabaya, menginginkan capres nomor urut 1 Anies Baswedan meneruskan forum dialog serupa bila terpilih di Pilpres 2024.
	Latar Informasi	Diketahui, Desak Anies Surabaya merupakan edisi finale sebelum hari kampanye akbar di Jakarta International Stadium (JIS) Sabtu (10/2), dan masa tenang Pemilu 2024
	Kutipan	<ul style="list-style-type: none"> "Pak, saya mau bilang kalau ini memang Desak Anies yang terakhir, saya ingin ada Tagih Anies. Tolong, Pak, saya ingin Tagih Anies, kami semua ingin Tagih Anies," kata Faza, di DBL Arena, Surabaya, Jumat (9/2/2024). "Ini adalah Desak Anies ke-22, di hari kampanye ke 74 besok adalah hari terakhir kampanye," kata Anies. "Dan semua ingin Indonesia lebih baik, dan kita melihat kesempatan untuk melakukan perubahan itu ada. Kami memilih model Desak dan Gus Imin dengan model Slep, polanya dialog,

		<p>semuanya bisa bertanya apa saja," ucapnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Tadi dikatakan, 'Pak Anies kalau sekarang ada Desak Anies, kami menuntut nanti ada Tagih Anies'. Kalau pun bukan tagih atau lain-lain apa yang terjadi, pertanyaan itu dijawab, dan jawaban itu jadi komitmen untuk dikerjakan," katanya. • "Kita melihat demokrasi Indonesia harus berubah, demokrasi harus berisi dengan gagasan untuk dilaksanakan, demokrasi harus berisi dengan ide-ide yang diuji lalu dikerjakan, karena itu kami memilih [dialog] seperti ini," pungkasnya.
	Pernyataan	<ul style="list-style-type: none"> • Dia pun mengatakan ia menyanggupi akan menggelar forum Tagih Anies bila terpilih. Atau jika itu tak memungkinkan, Anies berjanji akan menjawab setiap pertanyaan masyarakat, dan menjadikannya komitmen untuk bekerja. • Mantan Gubernur DKI Jakarta ini pun mengatakan, ia ingin demokrasi Indonesia harus berubah ke arah yang lebih baik. Setiap gagasan, ide harus dikerjakan. Karena itulah Anies memilih jalan dialog dalam kampanyenya.
	Penutup	Desak Anies Surabaya merupakan episode finale rangkaian kampanye Anies di pelbagai daerah. Di Surabaya, acara ini diklaim dihadiri oleh 20 ribu orang.
Skrip	Who	Faza Aliya, salah satu mahasiswi yang hadir di forum Desak Anies, Anies Baswedan
	When	Jumat, 9 Februari 2024
	What	Peserta Desak Anies di Surabaya, menginginkan capres nomor urut 1 Anies Baswedan meneruskan forum dialog serupa bila terpilih di Pilpres 2024.
	Where	DBL Arena Surabaya
	Why	Mantan Gubernur DKI Jakarta ini pun mengatakan, ia ingin demokrasi Indonesia harus berubah ke arah yang lebih baik. Setiap gagasan, ide harus dikerjakan. Karena itulah Anies memilih jalan dialog dalam kampanyenya.
	How	"Kita melihat demokrasi Indonesia harus berubah, demokrasi harus berisi dengan gagasan untuk dilaksanakan, demokrasi harus berisi dengan ide-ide yang diuji lalu dikerjakan, karena itu kami memilih [dialog] seperti ini," pungkasnya.
Tematik	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat	<ul style="list-style-type: none"> • Peserta Desak Anies di Surabaya, menginginkan capres nomor urut 1 Anies Baswedan meneruskan forum dialog serupa bila terpilih di Pilpres 2024. • Selama masa kampanye, Anies mengatakan ia dan cawapresnya, Muhaimin Iskandar, telah berkeliling dan bertemu begitu banyak orang yang tak mengharapkan bekal material. • Mantan Gubernur DKI Jakarta ini pun mengatakan, ia ingin demokrasi Indonesia harus berubah ke arah yang lebih baik. Setiap gagasan, ide harus dikerjakan. Karena itulah Anies memilih jalan dialog dalam kampanyenya.

		<ul style="list-style-type: none"> Mantan Gubernur DKI Jakarta ini pun mengatakan, ia ingin demokrasi Indonesia harus berubah ke arah yang lebih baik. Setiap gagasan, ide harus dikerjakan. Karena itulah Anies memilih jalan dialog dalam kampanyenya.
Retoris	Leksion	Forum dialog, tagih, pertanyaan, gagasan, ide, demokrasi, berubah, dikerjakan, dan komitmen.
	Grafis	-
	Foto	Peserta 'Desak Anies' di Surabaya, Jumat (9/2) meminta diadakan 'Tagih Anies' jika capres nomor urut 1 itu terpilih.

Dalam pemberitaan tentang wacana acara desak Anies, Tempo.co dan CNNIndonesia.com mbingkai dalam sudut pandang yang berbeda. Pada elemen sintaksis, tematik, dan retorik Tempo.com menekankan:

1. Sintaksis:

- Headline:** Judul berita ("Anies Baswedan: Desak Anies Surabaya Pecahkan Rekor Terbesar") secara eksplisit memuat nama Anies Baswedan dua kali dan menekankan antusiasme peserta Desak Anies di Surabaya. Hal ini memicu perhatian pembaca dan mengarahkan fokus pada Anies dan kesuksesan acaranya.
- Lead:** Kalimat pertama ("Surabaya menjadi tempat penyelenggaraan Desak Anies pada Jumat, 9 Februari 2024. Anies Baswedan sebut antusiasme peserta pecahkan rekor terbesar.") langsung menyampaikan informasi inti, yaitu lokasi acara, waktu, dan pernyataan Anies tentang antusiasme peserta.
- Latar Informasi:** Memberikan konteks tentang waktu kedatangan peserta dan waktu dimulainya acara.
- Kutipan:** Menghadirkan pernyataan langsung Anies dan peserta yang menunjukkan antusiasme dan tingginya jumlah peserta.
- Pernyataan:** Memberikan informasi lebih detail tentang motivasi salah satu peserta untuk menghadiri acara.
- Penutup:** Mengulangi pernyataan peserta tentang antusiasmenya, memperkuat kesan positif tentang acara.

2. Tematik:

- Tema utama: Antusiasme tinggi peserta Desak Anies di Surabaya, dengan jumlah rekor.
- Kalimat-kalimat dalam berita mendukung tema tersebut, seperti:
 - "Anies Baswedan sebut antusiasme peserta pecahkan rekor terbesar."
 - "Peserta Desak Anies sudah memadati DBL Arena sejak pukul 15.30 WIB."
 - "Anies pun terlebih dahulu menyapa peserta di luar tribun. Dia mengapresiasi para peserta yang sudah menunggu berjam-jam."

3. Skrip:

- Leksikon: Penggunaan kata-kata seperti "desak", "rekor", "terbesar", "antusiasme", "mengapresiasi", dan "luar biasa" memperkuat kesan positif tentang acara dan Anies.

Sedangkan CNNIndonesia.com pada elemen sintaksis, tematik, dan retorik menekankan:

1. Retorik:

- Headline:** Judul berita ("Massa Desak Anies Surabaya Minta ada 'Tagih Anies' bila Terpilih") secara jelas menyampaikan aspirasi peserta Desak Anies di Surabaya kepada Anies Baswedan.

- Lead: Kalimat pertama ("Peserta Desak Anies di Surabaya, menginginkan capres nomor urut 1 Anies Baswedan meneruskan forum dialog serupa bila terpilih di Pilpres 2024.") secara ringkas menjelaskan inti berita.
- Latar Informasi: Memberikan konteks tentang acara Desak Anies dan posisinya dalam rangkaian kampanye Anies.
- Kutipan: Menghadirkan pernyataan langsung dari peserta dan Anies tentang keinginan untuk melanjutkan forum dialog dan komitmen Anies untuk menjawab pertanyaan rakyat.
- Pernyataan: Memberikan informasi lebih detail tentang tanggapan Anies terhadap aspirasi peserta.
- Penutup: Menyampaikan informasi tentang jumlah peserta dan posisi acara dalam rangkaian kampanye Anies.

2. Tematik:

- Tema utama: Aspirasi peserta Desak Anies di Surabaya dan komitmen Anies untuk melanjutkan dialog dengan rakyat.
- Kalimat-kalimat dalam berita mendukung tema tersebut, seperti:
 - a. "Peserta Desak Anies di Surabaya, menginginkan capres nomor urut 1 Anies Baswedan meneruskan forum dialog serupa bila terpilih di Pilpres 2024."
 - b. "Anies pun mengatakan ia menyanggapi akan menggelar forum Tagih Anies bila terpilih. Atau jika itu tak memungkinkan, Anies berjanji akan menjawab setiap pertanyaan masyarakat, dan menjadikannya komitmen untuk bekerja."
 - c. "Mantan Gubernur DKI Jakarta ini pun mengatakan, ia ingin demokrasi Indonesia harus berubah ke arah yang lebih baik. Setiap gagasan, ide harus dikerjakan. Karena itulah Anies memilih jalan dialog dalam kampanyenya."

3. Skrip:

- Leksikon: Penggunaan kata-kata seperti "forum dialog", "tagih", "pertanyaan", "gagasan", "ide", "demokrasi", "berubah", "dikerjakan", dan "komitmen" menunjukkan fokus berita pada aspirasi rakyat untuk didengar dan dilibatkan dalam proses demokrasi, dan komitmen Anies untuk mewujudkannya.

KESIMPULAN

Framing berita berjudul "Anies Baswedan: Desak Anies Surabaya Pecahkan Rekor Terbesar" yang dibuat oleh Tempo.co, secara keseluruhan positif dan menguntungkan Anies Baswedan. Elemen-elemen framing seperti sintaksis, skrip, tematik, dan retorika bekerja sama untuk membangun citra Anies sebagai pemimpin yang populer dan disukai masyarakat, khususnya generasi muda.

- Headline dan lead yang menarik perhatian dan menekankan pencapaian Anies.
- Kutipan langsung dari Anies dan peserta yang menunjukkan antusiasme.
- Pemilihan kata yang positif dan membangkitkan semangat.
- Kurangnya perspektif lain selain dari pendukung Anies.

Kemudian pada media CNNIndonesia.com berita yang berjudul "Massa Desak Anies Surabaya Minta ada 'Tagih Anies' bila Terpilih", framing berita ini netral dan informatif. Elemen-elemen framing seperti sintaksis, skrip, tematik, dan retorika saling melengkapi untuk menyampaikan aspirasi peserta Desak Anies di Surabaya dan komitmen Anies Baswedan untuk melanjutkan dialog dengan rakyat.

- Berita tidak memihak kepada salah satu pihak dan menyajikan informasi secara objektif.
- Pernyataan dari berbagai pihak dihadirkan untuk memberikan gambaran yang

utuh.

- Bahasa yang digunakan netral dan tidak memanipulasi opini pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Eriyanto. (2002). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.

Heryanto, Gun Gun. (2018). Media Komunikasi Politik. Yogyakarta: IRCiSod

Musman dan Mulyadi. (2017). Jurnalisme Dasar Panduan Praktis Para Jurnalis. Yogyakarta: Komunika

Jurnal

Wijaya, Kristina. (2021). Konstruksi beritasatu tentang tagar moeldoko save demokrat bukti dukungan warganet: analisis framing perspektif zhongdang pan - gerald m kosicki. Intelektiva: jurnal ekonomi, sosial & humaniora vol.2.no. 08 – maret 2021

Internet

<https://www.youtube.com/@aniesbaswedan>

<https://nasional.tempo.co/read/1831713/anies-baswedan-desak-anies-surabaya-pecahkan-rekor-terbesar>

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240210052359-617-1060666/massa-desak-anies-surabaya-minta-ada-tagih-anies-bila-terpilih>