



## FRAMING MEDIA *ONLINE* PADA KONTESTASI "ALL THE PRESIDENT'S MEN" DAN KOALISI BESAR JELANG PILPRES 2024

A. Yuda Triantanto<sup>1</sup> Adhi Dharma Suriyanto<sup>2</sup>, Tuty Mutiah<sup>3</sup>, Arvin Hardian<sup>4</sup>, Fajar Kurniawan<sup>5</sup>  
Ilham Albar Pane<sup>6</sup>, Syarif Fitri<sup>7</sup>, Ali Imron Hamid<sup>8</sup>

### Abstrak

Kontestasi "*All the President's Men*" atau "*All Jokowi's Men*" jelang pemilihan presiden tahun 2024 semakin nyata. Beberapa partai (Golkar, PPP, PAN) yang semula berseberangan berkoalisi dengan PDIP, termasuk partai Gerindra. Konsekuensinya, beberapa kader partai koalisi menduduki berbagai jabatan menteri di Kabinet Indonesia Maju. Jelang pilpres 2024, beberapa menteri bersiap ikut andil di kontestasi capres dan cawapres 2024. Tingkat elektabilitas yang fluktuatif memunculkan tiga nama calon presiden 2024; Prabowo Subianto (Gerindra), Ganjar Pranowo (Gubernur Jawa Tengah/PDIP), dan Anies Baswedan (non partai). Namun, Anies didukung partai Nasdem pun partai Demokrat dan PKS. Dalam konteks ini, sebelum dan sesudahnya, tentu akan muncul manuver "Bandar Politik" sebagai modal (kapital) demi meraih kuota kursi di parlemen (legislatif). Terkait dengan fenomena "All the President's Men" dan Koalisi Besar, beberapa media online pun memberitakan. Pemberitaan tentang fenomena tersebut dibingkai (*framing*) dan dikonstruksi oleh media online (*web* portal berita). Menggunakan teori Framing Entman untuk memahami konstruksi yang disajikan media online dalam pembedingkaian berita. Hasilnya, pembedingkaian sengaja dilakukan oleh media pada jelang pilpres 2024 dengan mengubah judul berita menjadi "*All Jokowi's Men*" serta akan terbentuknya koalisi besar sebagai bandarmologi politik

**Kata kunci:** Kontestasi, All the President's Men, Bandarmology Politik, Framing, Media Online  
[tuty.ttt@bsi.ac.id](mailto:tuty.ttt@bsi.ac.id)

<sup>1</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [iuzyudo@gmail.com](mailto:iuzyudo@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [adhi.ais@bsi.ac.id](mailto:adhi.ais@bsi.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [tuty.ttt@bsi.ac.id](mailto:tuty.ttt@bsi.ac.id)

<sup>4</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [arvin.ahr@bsi.ac.id](mailto:arvin.ahr@bsi.ac.id)

<sup>5</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [fajar.fuw@bsi.ac.id](mailto:fajar.fuw@bsi.ac.id)

<sup>6</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [ilham.ilb@bsi.ac.id](mailto:ilham.ilb@bsi.ac.id)

<sup>7</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [syarif.syf@bsi.ac.id](mailto:syarif.syf@bsi.ac.id)

<sup>8</sup> Universitas Bina Saran Informatika, Email: [ali\\_iam@yahoo.com](mailto:ali_iam@yahoo.com)

### ***Abstract***

*The contest for "All the President's Men" or "All Jokowi's Men" ahead of the 2024 presidential election is increasingly evident. Several parties (Golkar, PPP, PAN) that were initially opposed to coalition with PDIP, including the Gerindra party. As a consequence, several coalition party cadres held various ministerial positions in the Advanced Indonesia Cabinet. Ahead of the 2024 presidential election, several ministers are preparing to take part in the 2024 presidential and vice presidential candidate contests. The fluctuating level of electability has led to three names of presidential candidates for 2024; Prabowo Subianto (Gerindra), Ganjar Pranowo (Governor of Central Java/PDIP), and Anies Baswedan (non-party). However, Anies is supported by the Nasdem party as well as the Democrat party and PKS. In this context, before and after, there will certainly appear maneuvers "Political Dealers" as capital (capital) in order to gain a quota of seats in the parliament (legislature). Related to the phenomenon of "All the President's Men" and the Grand Coalition, several online media also reported. Reporting on this phenomenon is framed and constructed by online media (web news portal). Using Entman's Framing theory to understand the construction presented by online media in news framing. As a result, the media deliberately framed it ahead of the 2024 presidential election by changing the headline to "All Jokowi's Men" and the formation of a grand coalition as a political bandarmology.*

**Key word:** Contest, All the President's Men, Politic Bandarmology, framing, online media.

### **PENDAHULUAN**

Diskursus (wacana) pemberitaan - yang kerap pula dikonstruksi media seputar bakal calon Presiden dan Wakilnya pada 2024, sejumlah *web* portal berita, telah diberitakan secara masif dan berkelanjutan sejak awal tahun 2022-2023 yang termuat di *kompas.com*, *detik.com*, *tempo.com*, *suara.com*, dan *pintar politik.com*. Pemberitaan ini menegaskan bahwa, dominasi topik berita seputar calon presiden dan wakil presiden 2024 di sejumlah *web* portal berita akan menjadi *headline* atau berita utama hingga memasuki tahun 2024. *Web* portal berita atau media online yang dimaksudkan di sini adalah migrasi media konvensional surat kabar atau majalah versi cetak ke internet, termasuk media berformat berita dan informasi yang sejak semula telah hadir di ranah digital atau internet.

Dikutip dari situs *little flower college*, portal berita dimaknai sebagai bebasnya, portal berita adalah jalur akses ke berita; Ini umumnya dianggap sebagai koneksi internet ke sumber berita tapi definisi "Portal" akan mencakup surat kabar, majalah atau akses lain ke berita. Portal web adalah apapun yang menjadi titik akses ke Internet.

Berita politik di ranah media *online* atau *web* portal berita untuk selanjutnya istilah media *online* dan *web* portal berita ditulis secara bergantian disajikan dengan beragam judul dalam topik yang sama, yaitu pemberitaan pilpres 2024 yang diajukan oleh satu atau beberapa partai. Pemberitaan lazimnya berlangsung bertahap yang terbagi dalam dua kondisi; pra pemilu dan pasca pemilu. Pada tahap pra pemilu pemberitaan sekitar calon presiden dan wakilnya dari berbagai partai. Sedangkan untuk tahap pasca pemilu, berita yang akan disajikan mengenai koalisi sejumlah partai untuk meraih kuota kursi di parlemen (legislatif). Tahapan ini jauh sebelumnya dirancang dan diwacanakan sebagai koalisi besar, bergabungnya sejumlah partai untuk mengusung capres dan cawapres serta posisi di parlemen (bandar politik).

Pada tahap pra pemilu, partai Nasdem (Nasional Demokrat), pada 18 Oktober 2022, mendeklarasikan Anies Baswedan (non partai) sebagai bakal calon presiden untuk tahun 2024.

Sebelumnya, Partai Gerindra pada 12 Agustus 2022 telah menetapkan Gerindra, Prabowo Subianto sebagai bakal calon presiden 2024, pun beritanya menjadi topik utama. Perolehan tingkat elektabilitas ketiga nama yang dituliskan di atas sebagai calon presiden tahun 2024 - pra penolakan Tim Sepak Bola Israel U-20 oleh kepala daerah dan partai - memang telah menduduki posisi tertinggi (antara 16% - 28%) sebagai tiga besar bakal calon presiden, di samping posisi wakil presiden dengan tingkat elektabilitas di bawah 3 persen, antara lain, Puan Maharani, Ridwan Kamil, Eric Tohir dan lain-lain.

Memang, tak disangkal, sejak pertengahan 2022 seperti pemberitaan sejumlah media khususnya media online kontestasi nama-nama bakal calon di ajang Pilpres 2024 semakin mengerucut kepada nama Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, dan Anies Baswedan. Namun, pada 24 Maret 2023, Ganjar Pranowo salah satu kader PDIP saat ini sebagai Gubernur Jawa Tengah menolak kehadiran Tim Sepak Bola Israel U-20 untuk bertanding di Indonesia. Hasilnya, berdasarkan hasil lembaga survei per 20 April 2023 versi Indikator Politik Indonesia serta lembaga survei lainnya (SMRC, LSI, PRC), ternyata cukup signifikan menurunkan elektabilitas Ganjar yang semula mencapai 30,8% merosot menjadi 19,8%, sehingga berdampak positif terhadap posisi Prabowo Subianto yang semula berada di urutan kedua kemudian naik di peringkat pertama dengan persentase 22,2%. Sedangkan Anies Baswedan tetap berada di urutan ketiga meraih persentase sebanyak 15,9%. Meski demikian, hasil survei kerap mengalami angka yang fluktuatif sesuai dengan situasi dan kondisi suhu politik yang terjadi.

Untuk jabatan wakil presiden yang meraih persentase angka cukup signifikan sekitar 1% - 5% tercatat nama Ridwan Kamil (Golkar), Puan Maharani (PDIP), Erlangga Hartarto (Golkar), Mahfud MD, Agus Harimurti Yudhoyono (Partai Demokrat), Sandiaga Uno (PPP/Partai Persatuan Pembangunan), Cak Imin (PKB/Partai Kebangkitan Bangsa), Eric Tohir (non partai), serta Khofifah Indar Parawansa (PKB).

Munculnya nama-nama tersebut berdasarkan hasil persentase berbagai lembaga survei dari sejumlah sampel di beberapa daerah di wilayah Nusantara. Walau demikian, nama-nama tersebut masih terkondisi dinamis dan belum final untuk diusung sejumlah partai dalam membentuk koalisi yang solid sebagai calon presiden dan wakil. Sebab, lazimnya penyelenggaraan Pilpres dan Wapres, hal ini pun terkait dengan mekanisme dan kesepakatan di antara masing-masing partai yang menyangkut urusan logistik, aktivitas kampanye, jumlah kursi di legislatif, urusan transaksional, yang tersimpul dalam praktik politik *market makers* atau bandar politik dan koalisi besar.

Terkait dengan itu, penulis mencoba meminjam istilah "Bandarmologi" yang berasal dari dunia investasi saham – pun dapat diterapkan di ranah politik – yang pernah diwacanakan oleh seorang penulis dan pengamat politik, Josef H. Wenas, di kanal youtube *Analisis Intelijen* berjudul "Presiden 2024 dan Bandar Politik", yang memiliki subscriber 28,1 ribu dan *viewer* sebanyak 30 ribu. Nama-nama yang muncul sebagai capres maupun cawapres bukan serta-merta tanpa entitas yang melekat pada dirinya. Mereka tentu atau setidaknya perlu didukung kapital atau modal sebagai syarat dalam ajang kontestasi pilpres dan wapres 2024. Meski demikian, nama-nama yang muncul sebagai kontestasi nama di antaranya bakal calon presiden dan wakil dapat dicermati sebagai *All the President's Men* mirip dengan judul film tentang "Skandal Watergate" yang dibintangi Robert Redford dan Dustin Hoffman pada 1976 – sebagai "orang-orang terdekat" presiden Jokowi. Artinya, nama Prabowo Subianto (Gerindra), Airlangga Hartarto (Golkar), Eric Tohir (non-partai), Sandiaga Uno (PPP), dan Zulkifi Hasan (PAN) tercatat sebagai menteri dalam Kabinet Indonesia Maju pada pemerintahan Presiden Jokowi, pun partainya telah menjadi koalisi pemerintahan Presiden Jokowi.

Sedangkan khusus untuk Ganjar Pranowo, meski tak tergabung dalam kabinet Presiden Jokowi, tetapi merupakan kader PDIP yang separtai dengan Presiden Jokowi. Hal ini yang memungkinkan mereka

menjadi *All the President's Men* atau *All Jokowi's Men*, seperti diberitakan [kompas.com](http://kompas.com), [detik.com](http://detik.com), [cnn.com](http://cnn.com), [tempo.co.id](http://tempo.co.id), melalui opini dari para pakar politik dan komunikasi serta kader partai yang dikutip media *on-line* untuk menjadi berita yang dikonstruksikan. Pada konteks ini, Jokowi pun telah dikukuhkan oleh pengamat dan media sebagai *King Maker* dan *Game Changer* dalam mekanisme "Bandarmologi Politik". Pemberitaan yang disampaikan media digital pun tidak lepas dari ideologi dan agenda media isu yang dianggap penting untuk dijadikan berita utama - yang tentunya memberi pengaruh dan membentuk opini publik (khalayak) (Changara, 2018)

Mengacu dari pemaparan di atas, memfokuskan penulis melakukan penelitian pada kontestasi pemberitaan Pilpres dan Wapres pada 2024 sebagai *All the President's Men* yang telah dikonstruksi pemberitaannya di beberapa media online, serta manuver "Bandarmologi Politik" yang dilakukan PDIP – pada konteks ini PDIP belajar dari strategi "Bandarmologi Politik" dari partai Golkar - untuk menguasai kursi dan posisi tertinggi di parlemen.

Pemaparan tentang "Bandarmologi Politik" hanya sekadar latar dalam mencermati terbentuknya "All the President's Men" dan Koalisi Besar. Maka utamanya, dalam penelitian ini, portal berita atau media online yang menjadi sampel penelitian adalah pemberitaan yang memuat opini dari para pakar dan ulasan wartawan mengenai fenomena *All the President's Men* di [kompas.com](http://kompas.com), [tempo.co](http://tempo.co), [detik.com](http://detik.com), dan [cnn.com](http://cnn.com), serta menyingkap fenomena terbentuknya "All the President's Men" dalam mekanisme bandarmologi politik (*market makers* politik) menjelang pilpres 2024 pun pemilu calon legislatif sebagai pemberitaan di media online. Pemilihan media online ini didasarkan dari intensitas dan frekuensi berita politik yang menyangkut tentang *All the President's Men* atau *All Jokowi's Men* dan "koalisi besar" dalam pemberitaan edisi April 2023, yang dianggap oleh penulis masih cukup aktual, meski isu pemberitaan tentang *All Jokowi's Men* sudah viral sejak pertengahan tahun 2022 mengingat menuju tahun politik jelang Pilpres 2024 dan semakin masif pada 2023.

Pemberitaan media online merupakan diskursus yang telah dikonstruksi dan dibingkai (*framing*) untuk disampaikan kepada publik. Pada konteks ini, setiap berita yang diterbitkan oleh media tidak lepas dari ideologi media dan diskursus dari media yang bersangkutan. Untuk itu, dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis tentang pemberitaan *All the President's Men* yang dikonstruksi oleh media dengan Analisis Framing dan beberapa teori penunjang; Teori Konstruksi Media Massa, Ideologi Media, dan Komunikasi Politik. (Eriyanto, 2021)

Maksud dan tujuan penggunaan padanan atau penggabungan beberapa konsep dan teori tersebut adalah untuk menelusuri cikal-bakal munculnya fenomena "All the President's Men" dan Koalisi Besar pada tahap pra pemilu jelang Pilpres dan Wapres sebagai konstruksi berita atau *framing* di media online, masa pemilu, serta situasi pasca pemilu yang memunculkan kelumrahan terbentuknya bandar politik atau *market makers* politik menuju Koalisi Besar dalam perpolitikan di Indonesia. Merujuk dari ulasan di atas, maka penulis ingin mengetahui dan mengungkap tentang kontestasi "All President's Men dan Koalisi Besar melalui pemberitaan media online dalam mem-*framing* atau membingkai berita terhadap isu "All Jokowi's Men". Selain itu, untuk menyingkap kapital politik terbentuknya "All the President's Men" dan Koalisi Besar di kancah perpolitikan Indonesia menjelang Pilpres 2024.

## METODE

Metodologi kualitatif mengetahui serta memahami pembingkai berita mengenai "All the President's Men" dan Koalisi Besar pada beberapa media online, antara lain, [kompas.com](http://kompas.com), [cnn.com](http://cnn.com), dan [tempo.co.id](http://tempo.co.id). "Sebagai prosedur penelitian Metodologi kualitatif berupa kata-kata tertulis maupun lisan

dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati yang menghasilkan data deskriptif". Bogdan dan Taylor (Moleong, 2012) Selain itu penelitian kualitatif memiliki langkah-langkah penganalisisan data yang unik tergantung pada data teks atau gambar kemudian mengambil kesimpulan berdasarkan desain yang berbeda. (Creswells, 2018)

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruksionisme. Pendekatan paradigma konstruktivisme merupakan pengetahuan dapat digambarkan sebagai konsekuensi dari aktivitas manusia, sebagai kebenaran yang tidak pernah dipertanggung jawabkan tetapi merupakan permasalahan dan selalu berubah. (Guba, 2015) Paradigma konstruksionisme memiliki pandangan bagaimana media, wartawan, berita dilihat. (Eriyanto, 2021) Asumsinya, fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi.

Penelitian ini menggunakan dua data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari media online *kompas.com*, *cnn.com*, dan *tempo.co.id*. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari data dan informasi yang diakses melalui media sosial, youtube dan twitter.

Untuk teknik analisis data, langkah-langkah yang diambil penulis adalah

1. Mengumpulkan pemberitaan tentang *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar yang diberitakan di media online
2. Memilih dan memilah pemberitaan yang ada di media online terkait dengan pemberitaan *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar sebagai data primer
3. Membaca dan Mencermati pemberitaan tentang *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar di media online yang telah diseleksi sebagai sampel yang dianalisis menggunakan analisis framing.
4. Melakukan pemilahan dan pemilihan data sekunder mengenai data dan informasi yang terkait informasi *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar di media sosial (youtube).

## HASIL & PEMBAHASAN

Penulis menggunakan dua sumber data, primer dan sekunder. Sumber data primer merupakan sampel penelitian yang dijadikan kajian menggunakan Analisis Framing, yaitu berita dari *kompas.com*, *detik.com*, *cmm.com*, dan *tempo.co.id*. Sedang data sekunder diperoleh dari beberapa opini (non berita) yang juga terkait dengan *All Jokowi's Men*, Koalisi Besar, dan Bandarmology Politik melalui media online dan media sosial (youtube). Berikut beberapa sampel penelitian dari pemberitaan media online.

### Analisis Framing

Analisis framing dapat dimaknai sebagai analisis yang bertujuan untuk memahami bagaimana realitas; peristiwa, aktor, kelompok, dan lainnya, yang dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami dengan bentuk tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan. (Eriyanto, 2021) Namun, pada perkembangan media online, pemberitaan tidak hanya hasil wawancara dari narasumber kompeten, tetapi juga melibatkan opini atau komentar pengamat untuk menunjang pembingkaiian mengenai wacana *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar.

Dalam Analisis Framing, pertama kali dilakukan adalah, mencermati bagaimana media mengkonstruksi realitas. Wartawan dan media secara aktif membentuk realitas. Khususnya, bagaimana media memframing peristiwa dalam konstruksi tertentu sehingga menjadi pusat perhatian. Dalam hal ini, bukan masalah apakah media memberitakan secara negatif atau positif, melainkan bagaimana framing dikembangkan oleh media.

Terkait dengan Analisis Framing, mencermati framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan merupakan proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti atau lebih diingat oleh khalayak. Entman (Eriyanto, 2021)

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis tiga sampel pemberitaan dari media online; kompas.com, cnn.com, tempo.co.id dalam menyajikan berita yang sama terfokus pada wacana "All Jokowi's Men" melalui kontruksi berita dan framing media.

Secara konseptual, framing merupakan pendekatan untuk memahami bagaimana perspektif yang dimanfaatkan jurnalis, ketika ia menyeleksi isu dan menulis berita. Perspektif tersebut hasilnya menentukan fakta apa yang dipilih, dan pada bagian manakah yang ditonjolkan pun dihilangkan, serta ke arah mana berita tersebut bertujuan.

Elemen dasar seluruh isi media massa, entah itu hasil liputan seperti berita, laporan pandangan mata, atau hasil analisis berupa artikel opini, adalah bahasa (verbal dan non verbal). Dengan bahasa para pekerja media mengkonstruksikan setiap realitas yang diliputnya. (Hamad, 2018)

Perspektif jurnalis dalam menyajikan berita, pada akhirnya pun merefleksikan bagaimana jurnalis mengemas beritanya, baik secara judul maupun isi berita, serta menggambarkan ideologi media di mana jurnalis itu bekerja. Ideologi media dimaknai sebagai sebuah institusi landasan hidup media. (Rusadi, 2015)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berita di media online tak lepas dari cara pandang subjektif dari wartawan. Menurut Paul De Maeseneer dalam Olii (2007: 25), berita adalah informasi aktual mengenai peristiwa yang baru, penting, dan berarti, serta berdampak. Selain itu berita ialah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia. Selanjutnya, ditinjau dari penggolongannya, berita dapat diklasifikasikan berdasarkan berita fakta dan penjelasan mengenai fakta, berita fakta bercampur pendapat wartawan, dan berita bohong. (Soehoet, 2003)

Mencoba merujuk dari pernyataan Hoeta Soehoet tentang berita seperti yang tertulis di atas, berita bisa saja memuat kandungan fakta yang bercampur dengan pendapat wartawan atau jurnalis sehingga fakta tidak disajikan sebagaimana adanya (subyektif). Berita yang diterbitkan media, tentu mempunyai maksud dan tujuan. Entah itu berkaitan dengan tujuan politik, ideologi, sosial, maupun bisnis. Demi mewujudkan tujuan tersebut, tak jarang media pun mem-framing berita untuk menstimuli, mempengaruhi, dan membentuk persepsi di benak pikiran khalayak sebagai penggiringan opini agar sesuai dengan maksud dan tujuan media tersebut.

Terkait dengan berita, analisis ini akan menyoroiti pemberitaan tentang wacana *All the President's Men* dan Koalisi Besar, yang didahului praktik Bandarmology Politik, yang diupayakan oleh parta-partai yang memandang penting suatu strategi untuk memperoleh kuota di parlemen sehingga dapat menentukan arah kebijakan yang akan diberlakukan melalui peraturan atau undang-undang.

Dalam lintasan historis pada masa pemilu (pilpres dan pileg), "Bandarmologi Politik" bukanlah strategi baru dalam perpolitikan di Indonesia. Tercatat, "Bandarmologi Politik" yang diterapkan partai Golkar di era Reformasi, Golkar selalu di posisi tiga besar DPR-RI. Dalam hal ini, kader Golkar, dapat menjabat posisi ketua DPR RI; Akbar Tanjung (1999-2004) dan Agung Laksono (2004-2009). Sedangkan untuk periode 2014-2019 dijabat secara bergantian antara Setya Novanto, Ade Komarudin, dan Bambang Soesatyo. Bahkan di lembaga eksekutif, Jusuf Kalla (JK) dua kali menjadi Wakil Presiden pada periode pertama Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dan periode pertama Presiden Joko Widodo (Jokowi).

Maka, pada periode pertama pemerintahan Presiden Jokowi (2014-2019), Jokowi telah memiliki saham politik yang terdiri dari PDIP, PKB, Nasdem, dan Hanura (Hati Nurani Rakyat). Selanjutnya, pada periode kedua (2019-2024) pemerintahan Presiden Jokowi, saham politik Jokowi terdiri dari koalisi partai yang memiliki sejumlah kursi di parlemen, antara lain, PDIP (128), Golkar (85), Gerindra (78), Nasdem (59), PKB (58), PAN (44), dan PPP (19). Sedangkan Demokrat (54) dan PKS (50) sebagai partai oposisi. Pada prinsipnya, bentuk kerjasama politik koalisi terjadi di tahap pra pemilu dan pasca pemilu. Inilah yang disebut Bandarmology Politik.

Menurut Josef H. Wenas - penulis dan pengamat politik - dalam kanal youtube-nya, Bandarmology Politik dapat dimaknai sebagai strategi *positioning* kekuasaan untuk terus menjadi bagian dari kekuasaan dengan memanfaatkan modal politik yang cukup dan kemampuan menggalang kerjasama politik secara nasional.

Cara pandang Bandarmology Politik terdiri dari Tiga Tahapan: (1) Tahapan Pra Pemilu, yaitu, dinamika koalisi berakhir saat paslon (pasangan calon) ditetapkan oleh KPU pada 19 Oktober – 25 November 2023; (2) Tahap Pemilu, tidak ada dinamika koalisi lagi, fokus kampanye dan pencoblosan (14 Februari 2024); (3) Tahap Pasca Pemilu, dinamika koalisi dimulai saat Presiden dan Wakilnya serta DPR sudah definitif berlangsung sampai mereka mengakhiri masa jabatannya selama 5 tahun.

Strategi kekuasaan atau Bandarmology Politik, pada dasarnya, sesuai apa yang diamanatkan Undang-Undang pasal 222: Pasangan Calon diusulkan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik Peserta Pemilu yang memenuhi persyaratan perolehan kursi paling sedikit 20% dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% dari suara sah secara nasional pada Pemilu anggota DPR, pun merupakan syarat Presidential Threshold pada ambang batas mencalonkan Presiden. Dalam hal ini, PDIP telah memenuhi syarat untuk mencalonkan presiden dan wakil tanpa harus atau berkoalisi. Pemberitaan tentang fenomena *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar di media online [kompas.com](http://kompas.com), [pinterpolitik.com](http://pinterpolitik.com), [tempo.co.id](http://tempo.co.id), memiliki penonjolan. Merujuk dari masalah penelitian ini – menjadi unit analisis penelitian – adalah teks yang termuat dalam pemberitaan tentang *All Jokowi's Men*, penulis memanfaatkan sumber data dari pemberitaan [kompas.com](http://kompas.com), [cnn.com](http://cnn.com), dan [tempo.co.id](http://tempo.co.id).

Diluar tiga media online tersebut, dalam penelitian ini, penulis pun mengambil beberapa berita yang dimuat media online mengenai pemberitaan *All Jokowi's Men*, yang terkait dengan sumber berita berasal dari komentar atau opini para pakar kompeten sebagai materi utama berita media online; [detik.com](http://detik.com), [cnbc.com](http://cnbc.com), [pinterpolitik.com](http://pinterpolitik.com), serta beberapa kanal youtube politik.

Berita tentang wacana *All the President's Men* dan Koalisi Besar dimuat di media online [kompas.com](http://kompas.com), [cnn.com](http://cnn.com), dan [tempo.com](http://tempo.com). Pada prinsipnya, penelitian ini mencoba menelusuri proses framing media online dalam pemberitaan *All the President's Men* dan Koalisi Besar. Penelitian ini mencermati bagaimana media online menginterpretasi wacana *All the President's Men* dan Koalisi Besar, mendalami aktor utama yang ditonjolkan dalam proses pemberitaan, opini dan argumentasi yang digunakan dalam menunjang pemberitaan dan menemukan solusi yang diajukan. Melalui ke-4 unsur analisis framing ini dapat mengindikasikan secara utuh dalam pembingkai pemberitaan mengenai wacana *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar yang ditulis secara subyektif dengan perbedaan perspektif.

Penggunaan Model Entman menekankan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dari pada aspek lain. Entman juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain. (Eriyanto, 2021)

Terkait dengan analisis framing mengenai pemberitaan wacana *All the Jokowi's Men* dan Koalisi Besar, maka dapat dikaji secara kategorial sebagai berikut:

Pertama, adanya indikasi bahwa Presiden Jokowi terlalu mengintervensi proses Pilpres 2024. Kedua, Presiden Jokowi menggalang koalisi besar melalui partai-partai yang telah berkoalisi pada pemerintahannya di periode kedua. Indikasi bahwa Presiden Jokowi mengintervensi proses demokrasi pada Pilpres 2024. *Make Moral Judgment*, terbentuknya wacana *All the President's Men* atau *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar dikhawatirkan oleh pengamat dan masyarakat akan mengganggu proses demokrasi yang sehat. Proses demokrasi tidak berlangsung melalui mekanisme yang lazim dan layak sehingga membuat masyarakat menjadi apatis dan krisis kepercayaan kepada KPU (Komisi Pemilihan Umum). *Treatment Recommendations*, solusi yang ditawarkan, sebaiknya Jokowi tidak *cawe-cawe* atau ikut campur dalam proses *pencapresan* dan koalisi partai agar terjadi demokrasi yang sehat. Hal ini telah disampaikan oleh Jusuf Kalla dalam berita [tribunenews.com](http://tribunenews.com) edisi Jumat, 12 Mei 2023, berjudul "Jusuf Kalla Nilai Jokowi Terlalu Ikut Campur Pilpres 2024: Presiden Harus Berada di Tengah". Sedangkan Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 pun menyindir Presiden Jokowi melalui pernyataannya yang dimuat [kaltimpost.jawapost.com](http://kaltimpost.jawapost.com) berjudul "Anies Baswedan Minta Pemerintahan Jokowi Tak Intervensi Gelaran Pemilu" edisi Senin, 8 Mei 2023.

## KESIMPULAN

Mengacu dari uraian di atas yang dikaji secara kategorial, penulis menyimpulkan, pemberitaan yang terkait *All Jokowi's Men* dan Koalisi Besar merupakan berita yang telah bercampur dengan opini. Baik opini dari wartawan maupun opini pakar atau pengamat yang sengaja ditampilkan pada bagian isi berita. Pendapat yang menyatakan Presiden Jokowi jangan terlalu ikut campur justru menandakan pernyataan tersebut bukan atas demokrasi, tetapi demi lancarnya calon presiden dari partai oposisi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Jumal. 2018. *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Alfian, M. Alfian. 2018. *Demokrasi Digital: Manusia, Teknologi, Kontestasi*. Penjuru Ilmu: Jakarta
- Bogdan dan Taylor, 2012 J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Cangara Hafied, 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi* Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th Edition ed.). California: Sage Publishing.
- Eriyanto. 2021. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKis : Yogyakarta.
- Guba, Egon G., and Lincoln, Yvonna S. 2015. "Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences." In *The Sage Handbook of Qualitative Research*, edited by Norman K. Denzin, and Yvonna S. Lincoln, 191-215. London: Sage Publication.
- Hoeta Soehoet, A.M. 2003. *Dasar-dasar Jurnalistik*. Yayasan Kampus Tercinta: Jakarta.
- Rusadi, Udi. 2015. *Kajian Media*. Rajagrafindo: Jakarta.
- Sudibyo, Agus. 2022. *Dialektika Digital: Kolaborasi dan Kompetisi Antara Media Massa dan Platform Digital*. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia): Jakarta.



Olii, Helena. 2007. Berita & Informasi. Indeks: Jakarta.

Sumber Lain

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230413103559-617-937151/pejuang-pdip-ke-koalisi-besar-dan-potensi-all-jokowis-men-di-pilpres>.

<https://nasional.kompas.com/read/2023/04/11/08060091/koalisi-besar-all-jokowis-men-kian-menguat-partai-pemerintah-seriusi>

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230413103559-617-937151/pejuang-pdip-ke-koalisi-besar-dan-potensi-all-jokowis-men-di-pilpres>

[https://littleflowercollege.edu.in/upload/pdf\\_upload/f362961fd8c4f41c3defd7ef2ea525aa.pdf](https://littleflowercollege.edu.in/upload/pdf_upload/f362961fd8c4f41c3defd7ef2ea525aa.pdf)