

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN HASIL QUICK COUNT PEMILU 2019 DI MEDIA TVONE DAN METRO TV

ANDHIKA LIES PAMBUDI

Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan Konstruksi. Adapun metode analisis nya menggunakan teknik analisis framing. Objek penelitian dianalisis berdasarkan 7 perangkat *framing* menurut William A Gamson. Di dalamnya penulis berusaha menjawab bagaimana *framing* yang dilakukan oleh pada pemberitaan mengenai vonis TVOne dan Metro TV akan hasil *quick count* Pemilu 2019. Terdapat lima 3 berita yang sama dari kedua media tersebut, yaitu berita tentang: (1) Deklarasi Kemenangan Prabowo, (2) Deklarasi Kemenangan Jokowi, dan (3) Syukuran yang dilakukan oleh kedua kubu. Terdapat enam berita yang menjadi unit analisis penelitian ini. Hasil temuan dari penelitian ini adalah bahwa TVOne dan Metro TV mem-*framing* pemberitaan tentang Pemilu 2019. Di antara strategi konstruksi kedua media tersebut yang paling menonjol terlihat pada judul berita. TVOne mem-*framing* pemberitaan Pemilu 2019 dengan mengedepankan unsur – unsur *cover both side*, hal tersebut terlihat dari pemilihan judul yang sesuai dengan isi berita, sementara Metro TV mem-*framing* pemberitaan Pemilu 2019 isi berita yang ditanyakan tidak pas dengan judul berita tersebut..

Kata Kunci: Analisis Framing, Pemberitaan Hasil Quick Count 2019, Media Televisi, TVOne, Metro TV

ANALYSIS OF THE FRAMING OF INFORMATION ON THE RESULTS OF 2019 QUICK COUNT ELECTION AT TVONE AND METRO TV MEDIA

ANDHIKA LIES PAMBUDI

Abstract

This research is a type of qualitative research with a construction approach. The analysis method uses framing analysis techniques. The research object was analyzed based on 7 framing devices according to William A Gamson. In it, the author tries to answer how the framing carried out by reporting on TVOne and Metro TV verdicts will be the results of the 2019 Election quick count. There are five similar news from both media, namely news about: (1) Prabowo's Victory Declaration, (2) Jokowi's Victory Declaration, and (3) Thanksgiving carried out by the two camps. There are six news units that are the unit of analysis of this study. The findings of this study were that TVOne and Metro TV were framing the news about the 2019 Election. Among the most prominent construction strategies of the two media were the headlines. TVOne framing the 2019 Election news by emphasizing the elements of cover both side, it can be seen from the selection of titles that match the contents of the news, while Metro TV framing the 2019 Election news content that is asked is not right with the news title.

Keywords: Framing Analysis, News Counting Quick Count 2019, Media Television, TVOne, Metro TV