

HEGEMONI GARUDA TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA MASSA

Diaz Naya Aditya, Farah Aqila Tsanny, Rio Syahputra, Naina Amalia Mahfirotul Kintani, Nurul Khotimah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Email: diazaditty12@gmail.com, Aqillafarah46@gmail.com, riosaputra65288@gmail.com, nainamahfirotul@gmail.com, nurulkhotimah@uinsaizu.ac.id

Abstrac

Public opinion is an important element in democratic life, which reflects people's views, attitudes and beliefs on social and political issues. As one of the main channels for disseminating information, mass media has a very important role in forming and influencing public opinion. This research uses a qualitative approach. Data was collected through analysis of Garuda TV content framing. Garuda TV, as a mass media, can utilize hegemony to influence public views, both through broadcasts and the way information is presented, which is then influenced by interactions on social media. Analysis of "Garuda TV Hegemony: Formation of Public Opinion", is motivated by social factors- economics and culture impact how people view media representations, as well as individual social and political circumstances impact how people receive and digest media information. Although the mass media provide a forum for exchanging information and developing opinions, they also present problems with the spread of misleading information.

Keywords: *Hegemony, Public Opinion, Garuda TV, Massa Media*

Abstrak

Opini publik adalah elemen penting dalam kehidupan demokrasi, yang mencerminkan pandangan, sikap, dan keyakinan masyarakat terhadap isu-isu sosial, politik. Sebagai salah satu saluran utama penyebaran informasi, media massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam membentuk dan mempengaruhi opini masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui analisis framing konten Garuda TV. Garuda TV, sebagai salah satu media massa, dapat memanfaatkan hegemoni untuk memengaruhi pandangan publik, baik melalui tayangan maupun cara penyajian informasi, yang kemudian dipengaruhi oleh interaksi di media sosial. Analisis terhadap "Hegemoni Garuda TV: Pembentukan Opini Publik", dilatar belakangi oleh faktor sosial-ekonomi dan budaya yang berdampak pada bagaimana orang memandang representasi media, serta keadaan sosial dan politik individu memengaruhi cara orang menerima dan mencerna informasi media. Meskipun media massa menyediakan wadah pertukaran informasi dan pengembangan opini, media massa juga menghadirkan masalah dengan penyebaran informasi yang menyesatkan.

Kata kunci: Hegemoni, Opini Publik, Garuda TV, Media Massa.

Pendahuluan

Opini publik adalah elemen penting dalam kehidupan demokrasi, yang mencerminkan pandangan, sikap, dan keyakinan masyarakat terhadap isu-isu sosial, politik. Sebagai salah satu saluran utama penyebaran informasi, media massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam membentuk dan mempengaruhi opini masyarakat. Opini publik sendiri adalah pendapat, gagasan, atau kritik yang disampaikan masyarakat melalui saluran media tertentu (Nuraliza *et al.*, 2024). (Rusmulyadi dan Hafiar, 2018) Kami juga melihat bahwa pemerintah dapat menggunakan opini publik sebagai alat politik atau sebagai alat strategis untuk menciptakan citra positif di mata masyarakat (Korniawan, 2020).

dinamika media massa dan opini publik semakin kompleks. Berbagai platform seperti radio, surat kabar, dan media sosial, memberikan tempat untuk mengekspresikan pandangan masyarakat. Namun, media juga memiliki tanggung jawab untuk menyajikan informasi yang akurat dan berimbang, sehingga masyarakat dapat membuat Keputusan. Di sisi lain, praktik jurnalisme yang bias atau tidak etis dapat berpotensi menciptakan kesalahpahaman dan polarisasi dalam masyarakat.

Bagaimana media massa membentuk opini publik sangat penting untuk menganalisis hubungan antara informasi, kekuasaan, dan partisipasi publik dalam proses demokrasi. Penelitian di bidang ini memberikan wawasan mengenai peran media dalam mendorong dialog publik dan bagaimana media dapat menjadi alat untuk memperkuat atau melemahkan nilai-nilai demokrasi. Melalui analisis kritis, kita dapat mengkaji makna opini publik yang dibentuk melalui media massa dan dampaknya terhadap kehidupan sosial dan politik.

Media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang maupun sekelompok orang ataupun masyarakat (Waziz: 2012;21). Media mempengaruhi pandangan masyarakat dalam proses pembentukan opini atau sudut pandangnya. Media massa dapat dikatakan merupakan senjata yang ampuh bagi perebutan citra (image) (Bungin: 2001;31). Kaitannya dengan teori Agenda Setting, media massa memiliki fungsi agenda setting. Media massa memiliki hak untuk menyiarkan suatu peristiwa atau tidak menyiarkannya. Sehingga media massa mampu menggiring opini publik dalam suatu

diskusi. Output dari diskusi inilah yang akan menentukan agenda-agenda dalam politik pemerintahan, dengan cara mengangkat sebuah isu seolah-olah penting untuk dimunculkan sebagai opini publik. Media massa melakukan setting berita untuk diwacanakan penting, yang akhirnya bisa mempengaruhi masyarakat dan sependapat, dengan mudah saja mengikuti dan menyetujui apa yang disampaikan dalam media massa. Media massa membuat penting isu-isu yang diangkat walaupun tak sepenuhnya dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan demikian masyarakat seolah membutuhkan pesan dan informasi yang pada akhirnya mengubah pemikiran dan bahkan kebudayaan dalam masyarakat tersebut (Choiriyati, 2015).

Dalam konteks ini, fungsi-fungsi komunikasi massa menurut DeVito (1996) dikutip dari jurnal Shinta Hartini Putri and Shafira Afranisa Yusian, “Fungsi Media Massa Dalam Hegemoni Media,” menjelaskan lebih lanjut bagaimana media mempengaruhi publik. Fungsi meyakinkan mencerminkan kekuatan media dalam mempengaruhi sikap dan tindakan masyarakat, sementara fungsi menganugerahkan status memperlihatkan bagaimana media dapat memperkuat prestasi individu atau kelompok. Fungsi membius menggambarkan bagaimana media menciptakan urgensi terhadap isu tertentu, sedangkan fungsi menciptakan rasa kebersatuan membantu membangun solidaritas di antara masyarakat. Di sisi lain, fungsi privatisasi menunjukkan efek informasi berlebih yang bisa membuat individu menarik diri dari interaksi sosial (Hartini Putri and Afranisa Yusian, 2018). Dengan demikian, media massa tidak hanya menentukan isu mana yang penting, tetapi juga mengarahkan perhatian dan membentuk pandangan masyarakat terhadap isu-isu yang relevan.

Ketika membahas tema ”Hegemoni Garuda TV: Analisis dalam Pembentukan Opini Publik”, kita bisa menghubungkan peran Garuda TV sebagai salah satu media massa yang memiliki kekuatan dalam menentukan isu-isu mana yang akan mendapat perhatian lebih besar di masyarakat. Garuda TV, seperti media lainnya, tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga berperan dalam mengarahkan atau membentuk opini publik melalui penyajian berita dan program-program yang dipilih untuk disiarkan.

Dengan mengadopsi teori *agenda-setting*, Garuda TV dapat mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Misalnya, jika Garuda TV lebih sering menyoroti suatu isu tertentu, seperti politik, ekonomi, atau sosial, hal itu akan memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu tersebut. Media ini memiliki kekuatan untuk

mengarahkan diskursus publik dengan memilih isu-isu yang dianggap relevan atau penting untuk dikemukakan, sementara isu lain yang tidak mendapat perhatian bisa saja terlupakan atau kurang mendapat sorotan.

Hegemoni media, seperti yang terlihat pada Garuda TV, berkaitan dengan dominasi dalam mengendalikan wacana publik dan membentuk opini masyarakat. Dalam konteks Indonesia, hal ini terkait dengan kebijakan pembangunan Orde Baru yang mengadopsi model Barat. Garuda TV, sebagai media massa, berperan penting dalam membentuk persepsi publik dengan menyoroti isu-isu yang sesuai dengan agenda pemerintah atau kelompok tertentu. Media seperti Garuda TV tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi pandangan masyarakat, baik untuk mempertahankan atau menantang status quo sosial dan politik (Birowo, 2013).

Secara keseluruhan, analisis hegemoni Garuda TV dalam pembentukan opini publik menunjukkan bagaimana media massa, dalam hal ini Garuda TV, tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai kekuatan yang membentuk persepsi, membimbing opini, dan mengarahkan perhatian masyarakat pada isu-isu tertentu yang dianggap penting, sesuai dengan prinsip *agenda-setting*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui analisis konten Garuda TV. Yang dilakukan secara semi terstruktur sehingga peneliti dapat menggali pandangan dan pengalaman partisipan mengenai pengaruh media massa terhadap pembentukan opini publik.

Metode analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi pola atau tema dalam media, seperti berita atau siaran Garuda TV, yang mempengaruhi pembentukan opini publik. Dengan menganalisis frekuensi dan konteks pesan yang disampaikan, peneliti dapat melihat bagaimana media membentuk pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu (Jumal Ahmad, 2018). Misalnya, dengan mengamati kata atau topik yang sering muncul, penelitian dapat mengungkap bagaimana Garuda TV mempengaruhi sikap dan persepsi publik, baik melalui makna pesan maupun hubungan sebab-akibat dalam pemberitaan, mendukung pembentukan opini publik.

Menggunakan survei untuk mengumpulkan data tentang pandangan masyarakat terhadap media dan isu-isu tertentu dapat memberikan wawasan tentang pengaruh media.

Wawancara mendalam juga dapat digunakan untuk memahami bagaimana individu menginterpretasikan informasi yang disajikan oleh media Garuda TV.

Penelitian yang berfokus pada kasus-kasus tertentu, seperti reaksi publik terhadap berita tertentu atau kampanye media, dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang dinamika hegemoni media. Misalnya, analisis tentang bagaimana media melaporkan isu-isu politik dapat menunjukkan bagaimana opini publik terbentuk dalam konteks tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Profil dan pengaruh pemilik media Garuda TV



GARUDA TV berkomitmen untuk menyediakan program-program yang menarik dan mendidik, termasuk berita-berita yang mendalam dan ide-ide hiburan yang menarik bagi semua pemirsa, baik muda maupun tua, perkotaan maupun pedesaan. Pendiri dan pencetus GARUDA TV yang berdiri pada 23 Agustus 2018 adalah Prabowo Subianto.

Visi Prabowo Subianto untuk menawarkan media alternatif sebagai solusi atas ketidakadilan informasi di media arus utama telah menjadikan Digdaya TV sebagai sumber informasi faktual dan hiburan yang layak menjadi cikal bakal lahirnya jaringan ini. Saluran Digdaya TV awalnya tersedia untuk streaming, tetapi mulai 23 Agustus 2018, saluran ini tersedia untuk ditonton melalui satelit. Siaran yang ditayangkan saat ini mencakup berbagai acara mulai dari berita (pagi, siang, dan malam di saluran 8), musik, kuliner, dan wisata, dan tentu saja, program khusus yang disebut Diskusi Bersama Prabowo. Hal ini tentu menjadi sebuah indikasi bahwa pemilik media memiliki pengaruh terhadap konten-konten pada media tersebut.



DigdayaTV resmi berganti nama menjadi Garuda TV pada 10 November 2021. Pada Rabu, 10 November, Digdaya TV resmi berganti nama menjadi Garuda TV setelah mendapat keterangan langsung dari Sudaryanto B.ENG., MM., dan MBA, Direktur Utama PT Digdaya Media Nusantara. Kehadiran Garuda TV di tengah masyarakat Indonesia diharapkan dapat membawa perspektif baru dalam dunia pertelevisian. Selain berbagai mata pelajaran lainnya, Sudaryanto meyakini Garuda TV akan menyuguhkan program-program edukasi di bidang Matematika, Bahasa Inggris, dan Bahasa Indonesia. "Ke depannya, Garuda TV diharapkan dapat menayangkan program-program edukasi, Matematika, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan mata pelajaran lainnya," ujarnya di Studio Garuda TV, Jalan HR Harsono, Ragunan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, Rabu, 10 November 2021.

Pengaruh bisnis dan politik

Prabowo Subianto, yang menjadi pencetus Garuda TV mengimplementasikan kepeduliannya terhadap kebebasan pers dan kecerdasan anak bangsa yang kemudian tercermin di Garuda TV. Pengetahuan yang luas dapat ditemukan di Garuda TV (sebelumnya Digdaya TV), dan kemampuan Prabowo Subianto dalam memecahkan berbagai masalah menunjukkan adanya jiwa kepemimpinan dan kenegarawanannya.

Paradigma di atas besar menjadi sebuah patokan dalam menentukan program-program konten yang disajikan. Sosok Prabowo yang memiliki jiwa kepemimpinan dan kenegarawanannya, menjadikan penempatan banyak konten yang memiliki kaitan dengan paradigma yang dimiliki oleh Prabowo Subianto. Ia yang berlatarkan sebagai militer membuat program konten di Garuda TV dihegemoni oleh konten militer. Di sisi lain, isu-isu strategis yang dimiliki setiap minggunya, seperti bidang politik, budaya, pendidikan, dan militer juga menjadi fokus konten yang ditayangkan.

Hal di atas juga divalidasi oleh kepala divisi news di Garuda TV, yakni Virgandhi Prayudantoro. Ia menyatakan bahwa pada dasarnya, mayoritas konten yang ditampilkan pada media ini adalah hal-hal yang berkaitan dengan bidang-bidang di atas. Khususnya terkait dengan bidang militer sendiri, ia juga menambahkan dari pihaknya memang memiliki jejaring terhadap pihak militer. Hal inilah yang membuat media Garuda TV mampu memberikan konten terkait kemiliteran sehari-harinya. Adapun, bentuk informasi yang ditayangkan juga merupakan filter dari prioritas-prioritas yang sejalan dengan paradigma Garuda TV (melalui gatekeeper).

Konten khusus tentang “Diskusi Bersama Prabowo”, juga menjadi bukti adanya pengaruh politik pada Garuda TV. Salah satu konten yang disajikan yakni diskusi antara Prabowo dan Cak Imin. Virgandhi prayudantoro menjelaskan bahwa konten tersebut dapat memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya pada bidang politik secara aktual.

Dampak Opini Publik

Opini publik memegang peranan penting dalam menentukan apakah suatu kelompok dominan bisa berhasil mendominasi pandangan masyarakat. Hegemoni, yang berarti pengaruh ideologi dan nilai dari kelompok kuat, digunakan untuk membentuk cara berpikir dan kesadaran kolektif masyarakat. Melalui hegemoni ini, kelompok yang berkuasa bisa mengarahkan persepsi publik agar sesuai dengan kepentingan mereka (Indrawan, 2017).

Media massa dan media sosial menjadi saluran utama dalam membentuk opini publik ini, masing-masing dengan cara dan dampaknya sendiri. Media massa, seperti televisi dan surat kabar, menjangkau audiens luas dan menginformasikan masyarakat dengan cara yang lebih terstruktur. Sedangkan media sosial memungkinkan interaksi langsung antar individu yang bisa mempercepat penyebaran informasi dan mempengaruhi pandangan masyarakat, baik tentang isu sosial, politik, maupun hukum. (Aldiva, Barca and Ferdinand, 2024)

Media massa, seperti surat kabar dan televisi, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik melalui proses kurasi dan verifikasi informasi yang ketat. Penelitian menunjukkan bahwa media massa dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu penting, seperti lingkungan dan keadilan sosial. Melalui framing berita dan agenda setting, media dapat mempengaruhi cara masyarakat memahami isu-isu tertentu. Misalnya, liputan yang konsisten mengenai kebijakan pemerintah dapat membentuk pandangan positif atau negatif terhadap efektivitas pemerintahan tersebut (Korniawan, 2020).

Dalam analisis "Hegemoni Garuda TV: Pembentukan Opini Publik," faktor sosial dan politik individu memainkan peran penting dalam bagaimana informasi dari media diterima dan diproses, karena latar belakang sosial dan budaya dapat mempengaruhi cara seseorang memahami representasi media. Di era digital, media sosial menjadi platform utama dalam berbagi informasi dan membentuk opini publik, memungkinkan masyarakat

terlibat aktif dalam diskusi. Namun, hal ini juga memunculkan tantangan terkait penyebaran informasi palsu atau hoaks yang bisa menyesatkan opini publik. Garuda TV, sebagai salah satu media massa, dapat memanfaatkan hegemoni untuk memengaruhi pandangan publik, baik melalui tayangan maupun cara penyajian informasi, yang kemudian dipengaruhi oleh interaksi di media sosial.

Implikasi Temuan Terhadap Teori Hegemoni Media.

Dalam konteks "Hegemoni Garuda TV: Analisis dalam Pembentukan Opini Publik," implikasi hasil temuan mengenai teori hegemoni media sangat relevan untuk memahami bagaimana media, seperti Garuda TV, dapat memainkan peran dominan dalam membentuk pandangan masyarakat. Teori hegemoni yang dikemukakan oleh Antonio Gramsci menjelaskan bagaimana kelompok dominan menggunakan media untuk mengukuhkan ideologi dan nilai-nilai mereka di dalam masyarakat. Garuda TV, sebagai saluran media massa, berpotensi menjadi alat yang digunakan oleh kelompok dominan untuk membentuk opini publik dan memperkuat posisi mereka dalam struktur sosial dan politik yang ada. Dengan menggunakan media untuk menyebarkan ideologi tertentu, Garuda TV dapat mempengaruhi cara masyarakat berpikir dan bertindak, memperkuat kekuasaan kelompok dominan dalam berbagai bidang, seperti politik dan budaya (Hartini Putri and Afranisa Yusian, 2018).

Wawasan mengenai representasi media juga dapat menjelaskan bagaimana Garuda TV berperan dalam memperkuat atau bahkan menantang hegemoni yang ada. Sebagai contoh, jika Garuda TV secara berulang kali menampilkan representasi yang bias terhadap kelompok tertentu, seperti kelompok minoritas, prasangka terhadap mereka bisa diperkuat. Hal ini akan memperkuat dominasi kelompok mayoritas dan memperburuk ketidaksetaraan sosial. Sebaliknya, jika Garuda TV mulai memberi ruang bagi suara-suara yang terpinggirkan, seperti kelompok minoritas atau perspektif yang beragam, hal ini bisa berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih inklusif dan pergeseran dalam struktur kekuasaan yang sudah mapan. Media, melalui cara mereka merepresentasikan realitas, memiliki kekuatan untuk mengubah atau mempertahankan hegemoni yang ada dalam masyarakat (Puspianto, 2022).

Analisis terhadap konten yang disajikan oleh Garuda TV juga dapat mengungkap bagaimana media berfungsi sebagai alat pembentukan opini publik. Jika hasil analisis menunjukkan pemberitaan yang bias atau ketidakseimbangan dalam representasi

berbagai kelompok, maka hal ini dapat mengindikasikan bahwa Garuda TV beroperasi dalam kerangka hegemoni yang menguntungkan kelompok dominan. Misalnya, pemberitaan yang lebih banyak menyoroti kepentingan politik atau ekonomi dari kelompok tertentu, sementara mengabaikan atau meremehkan isu-isu yang penting bagi kelompok lain, bisa menunjukkan bagaimana media memperkuat posisi kelompok yang sudah kuat. Implikasi dari hal ini adalah pentingnya kesadaran masyarakat untuk mengkritisi media dan memahami bagaimana pemberitaan dapat dimanipulasi untuk mendukung agenda tertentu.

Di sisi lain, perubahan perilaku konsumsi media di era digital, termasuk meningkatnya penggunaan media sosial, turut mempengaruhi teori hegemoni. Munculnya platform media sosial memberikan ruang yang lebih besar bagi individu dan kelompok yang sebelumnya terpinggirkan untuk berbagi pandangan dan mempengaruhi diskursus publik (Napitupulu, 2023). Dalam konteks ini, Garuda TV mungkin menghadapi tantangan besar dari media sosial, yang bisa mengurangi dominasi narasi yang mereka sampaikan dan membuka peluang bagi pembentukan narasi alternatif yang lebih beragam dan inklusif. Kehadiran platform baru ini menggeser kekuatan yang sebelumnya terpusat pada media massa tradisional dan memberikan suara lebih kepada masyarakat untuk ikut serta dalam pembentukan opini publik.

Implikasi dari temuan ini terhadap teori hegemoni media menunjukkan perlunya pendekatan kritis terhadap konsumsi dan produksi media. Masyarakat harus disadarkan tentang bagaimana hegemoni beroperasi melalui media, termasuk Garuda TV, dan diberdayakan untuk berpartisipasi dalam menciptakan konten yang lebih adil dan representatif. Dengan begitu, perubahan dalam hegemoni media dapat tercipta, yang pada gilirannya akan mempengaruhi struktur sosial dan politik yang lebih luas. Jika masyarakat aktif dalam menantang dominasi media dan memperjuangkan keberagaman dalam pemberitaan, hal ini dapat membuka jalan bagi terciptanya media yang lebih inklusif, yang tidak hanya memperkuat kelompok dominan, tetapi juga memberi ruang bagi suara-suara yang terpinggirkan untuk didengar.

Kesimpulan

Analisis terhadap hegemoni Garuda TV dalam pembentukan opini publik, dilatarbelakangi oleh faktor sosial-ekonomi dan budaya yang berdampak pada bagaimana orang memandang representasi media, serta keadaan sosial dan politik individu memengaruhi

cara orang menerima dan mencerna informasi media. Meskipun media massa menyediakan wadah pertukaran informasi dan pengembangan opini, media massa juga menghadirkan masalah dengan penyebaran informasi yang menyesatkan. Konsekuensi temuan untuk teori hegemoni media menunjukkan bagaimana media massa, seperti Garuda TV, dapat secara signifikan memengaruhi opini publik dan berpotensi membentengi status kelompok kuat dalam tatanan sosial dan politik saat ini.

Memahami bagaimana media dapat mendukung atau melemahkan hegemoni saat ini membutuhkan pengetahuan publik tentang representasi media, dan pergeseran pola konsumsi media di era digital juga berdampak pada teori hegemoni. Sementara kesadaran publik akan hegemoni media dapat membantu menciptakan media yang lebih inklusif dan representatif, Garuda TV mungkin menghadapi kesulitan dari media sosial yang dapat mengurangi dominasi narasi mereka gambarkan.

Pendekatan kritis terhadap konsumsi dan produksi media sangat penting untuk mempertanyakan dominasi media dan memperjuangkan keragaman dalam pelaporan, untuk membangun media yang lebih inklusif yang menawarkan suara kepada semua kelompok dalam masyarakat.

Bibliografi

Teori Hegemoni oleh Antonio Gramsci : Antonio Gramsci dalam karya *Prison Notebooks* (1971) mengemukakan bahwa hegemoni adalah proses di mana kelompok dominan mempertahankan kekuasaannya tidak hanya melalui kekerasan atau paksaan, tetapi juga melalui kontrol terhadap ideologi dan budaya. Media massa, menurut Gramsci, berperan penting dalam menyebarkan ideologi yang mendukung kepentingan kelas penguasa. Media, dalam hal ini, tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang masyarakat yang cenderung mendukung status quo. Hegemoni media menciptakan konsensus sosial di mana masyarakat menerima nilai-nilai tertentu sebagai "normal," tanpa mempertanyakan dominasi tersebut (Puri *et al.*, 2024).

Sebagai salah satu media massa yang memiliki afiliasi dengan kepentingan tertentu, Garuda TV seringkali dituding menggunakan kekuatan hegemoniknya untuk membentuk opini publik. (Hidayat, 2021) mengungkapkan bahwa Garuda TV cenderung memprioritaskan isu-isu yang mendukung agenda politik tertentu, sementara menyingkirkan isu-isu yang bertentangan. Dengan teknik framing, media ini mampu

membentuk persepsi publik bahwa isu-isu yang diangkat adalah yang paling relevan. Penelitian Bayu (2024) yang meneliti berita pembatalan kenaikan uang kuliah tunggal (UKT) dari media Garuda TV menggunakan analisis framing mengungkapkan bahwa berita yang dikemas dari media Garuda TV terkait pembatalan kenaikan UKT yang diberi judul “Hore! Kenaikan UKT Dibatalkan” menggambarkan keputusan yang dilakukan oleh kemendikbud sebagai pencapaian besar yang telah dalam dinanti. Berita ini menggunakan metafora, catchphrase, dan contoh konkret untuk memberikan kesan positif terhadap keputusan tersebut. Dengan menggunakan framing yang didukung oleh penggunaan visual image yang memperlihatkan menteri kemendikbud dengan ekspresi yang positif, memberikan nuansa bahwa keputusan ini adalah hasil dari masukan konstruktif dan kerja keras bersama (Pamungkas, Bayu Aji, 2024).

Dari penjelasan diatas, media Garuda TV memframing berita tersebut dengan menonjolkan keberhasilan pihak tertentu seperti pemerintah atau lembaga pendidikan dalam pembatalan kenaikan UKT, hal ini dapat menciptakan persepsi positif terhadap pihak tersebut. Tidak hanya itu, Media Garuda TV juga dapat mengatur narasi sehingga pembatalan kenaikan UKT terlihat sebagai hasil keputusan bijaksana dari pihak pemerintah atau lembaga pendidikan, alih-alih sebagai respon terhadap tekanan mahasiswa atau masyarakat. Media Garuda TV merupakan media yang memiliki afiliasi dengan pemerintah, pemberitaan dapat diarahkan untuk memperkuat legitimasi pemerintah dengan mengatakan keputusan pembatalan kenaikan UKT sebagai keberpihakan kepada masyarakat. Hal ini juga dapat mencerminkan praktik hegemoni media, dimana ideologi dominan dipromosikan sehingga dapat membangun citra positif. Media yang hegemoni cenderung mengurangi atau menghilangkan sudut pandang kritis, seperti aksi mahasiswa atau masyarakat yang memungkinkan menjadi penyebab utama pembatalan kenaikan UKT. Hal ini, membuat masyarakat menerima versi cerita yang sudah dibingkai sesuai agenda media.

Daftar Pustaka

- Aldiva, C.K., Barca, H. El and Ferdinand, J. (2024) ‘Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik dan Pengaruhnya Terhadap Politik Suatu Negara’, *Studi Krisis Hukum dan Masyarakat*, 1(1).
- Birowo, Y.A. (2013) ‘Melawan Hegemoni Media dengan Strategi Komunikasi Berpusat

- pada Masyarakat’, *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(2), pp. 127–143. Available at: <https://doi.org/10.24002/jik.v2i2.246>.
- Choiriyati, S. (2015) ‘Peran Media Massa Dalam Pembentukan Opini Publik’, p. 6.
- Hartini Putri, S. and Afranisa Yusian, S. (2018) ‘Fungsi Media Massa Dalam Hegemoni Media’, *ArtComm : Jurnal Komunikasi dan Desain*, 1(2), pp. 91–97. Available at: <https://doi.org/10.37278/artcomm.v1i2.120>.
- Indrawan, R.M.J. (2017) ‘Dampak Komunikasi Politik Dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat’, *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), p. 171. Available at: <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.14>.
- Jumal Ahmad (2018) ‘Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)’, *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), pp. 1–20.
- Korniawan, R. (2020) ‘Opini publik media massa terhadap masalah penghindaran pajak: perbandingan Indonesia dan Irlandia.’, *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 4.2 [Preprint].
- Napitupulu, A.W.R. (2023) ‘Analisis Peran Media Massa Dalam Pemilu: Implikasi Terhadap Proses Demokrasi’, *Literacy Notes*, 1(2), pp. 1–11.
- Nuraliza, V. et al. (2024) ‘Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024’, *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*, 4(1), pp. 245–261. Available at: <https://doi.org/10.55606/cendikia.v4i1.2514>.
- Pamungkas, Bayu Aji (2024) ‘Komparasi Framing Berita Pembatalan Kenaikan Uang Kuliah Tunggal Perguruan Tinggi Negeri Pada Media Garuda TV dan Tempo’, *urnal Studi Jurnalistik* 6.1 [Preprint].
- Puri, D.R. et al. (2024) ‘Analisis Penggunaan Diksi dan Framing Pada Media massa BBC News: Teori Hegemoni Gramsci’, ... , *Humaniora dan ...*, 2(3), pp. 438–441. Available at: <http://www.jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1730%0Ahttps://www.jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/download/1730/1485>.
- Puspianto, A. (2022) ‘Media Massa dan Pembentukan Opini Publik (Kajian Agenda Setting Theory)’, *An-Nida: Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*, X(1), pp. 1–22.