

TABLOIDISASI PEMBERITAAN PENJARAHAN RUMAH ANGGOTA DPR DI MEDIA *ONLINE* KOMPAS.COM

Tarisha Putri Ramadhanti¹, Nurul Hasfi²

tarishaputrir@gmail.com

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407
Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email: fisip@undip.ac.id**

ABSTRACT

Ideally, media coverage should prioritize public interest; however, it has increasingly shifted toward sensational and entertainment-oriented content. This trend is evident in Kompas.com's reporting on the looting of a Member of Parliament's house following the August 2025 demonstrations, which emphasizes emotional aspects, personal life, and trivial elements rather than substantive public issues. Such characteristics reflect tabloidization, understood as the transformation of hard news into infotainment-oriented content that may reduce public sensitivity to important issues. This study aims to identify elements of tabloidization using framing analysis based on Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki, integrated with tabloidization concepts from Carsten Reinemann. The analysis covers syntactic, script, thematic, and rhetorical structures, as well as dimensions of topic, focus, and style. Based on 11 selected articles (August 31–September 14, 2025), the findings show a strong tendency toward tabloidization, particularly through personalization and emotional coverage, indicating a shift toward infotainment practice. Nevertheless, informative aspects remained present although it remains inherently linked to the characteristics of tabloidization.

Keywords: *Looting of a Member of Parliament's house, Tabloization, Framing, Kompas.com.*

ABSTRAK

Idealnya, liputan media harus memprioritaskan kepentingan publik. Namun terdapat namun, pergeseran konten liputan ke arah sensasional dan berorientasi hiburan. Tren ini terlihat jelas dalam pemberitaan Kompas.com tentang penjarahan rumah Anggota DPR setelah demonstrasi Agustus 2025 dengan menekankan aspek emosional, kehidupan pribadi, dan elemen lain daripada isu-isu publik yang substansial. Karakteristik tersebut mencerminkan tabloidisasi, yang dipahami sebagai transformasi *hard news* menjadi konten berorientasi infotainment sehingga dapat mengurangi sensitivitas publik terhadap isu-isu penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen tabloidisasi menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang diintegrasikan dengan konsep tabloidisasi dari Carsten Reinemann. Analisis mencakup struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, serta dimensi topik, fokus, dan gaya. Berdasarkan 11 artikel terpilih (31 Agustus–14

September 2025), temuan menunjukkan kecenderungan kuat terhadap tabloidisasi, khususnya melalui personalisasi dan liputan emosional, yang mengindikasikan pergeseran ke arah praktik infotainment. Meskipun demikian, aspek informatif tetap ada meskipun secara inheren terkait dengan karakteristik tabloidisasi.

Kata Kunci: Penjarahan Rumah Anggota DPR, Tabloidisasi, *Framing*, Kompas.com

PENDAHULUAN

Pemberitaan pada jurnanisme yang dipublikasikan idealnya adalah isu penting, seperti topik mengenai politik, kebijakan negara, atau peristiwa besar (Popović & Popović, 2014). Namun, banyak pemberitaan yang diproduksi mengalami pergeseran fungsi menjadi berorientasi pada hiburan dan sensasi. Akhirnya, hal-hal nonsubstansial dianggap lebih menarik perhatian audiens (Franklin, 1997).

Salah satu pemberitaan yang tak luput dari perhatian media adalah peristiwa penjarahan rumah pejabat publik, khususnya Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Peristiwa tersebut didasari dari adanya unjuk rasa yang dilakukan masyarakat pada periode 25–30 Agustus 2025. Namun, selama rangkaian aksi berlangsung terjadi beberapa insiden yang mengakibatkan ketegangan antara demonstran dan aparat. Kemudian, pada 30 Agustus 2025 beredar kabar bahwa sejumlah anggota DPR berada di luar negeri dan memicu ratusan orang untuk mendatangi rumah salah satu anggota DPR, Ahmad Sahroni dan mengambil sejumlah

barang berharga yang disiarkan melalui TikTok. Perilaku tersebut memicu tindakan serupa yang menasar rumah pejabat publik lainnya seperti Eko Patrio, Uya Kuya, hingga Sri Mulyani (Tempo.co, 2025).

Kontroversi tersebut dipengaruhi dari respons anggota DPR yang menimbulkan sentimen negatif, seperti Uya Kuya dan Eko Patrio tertangkap berjoget pada sidang Paripurna MPR pada 15 Agustus silam. Selain itu, pernyataan Nafa Urbach mengenai kemacetan, dan Ahmad Sahroni yang menyebut “ide orang tolol sedunia” sebagai jawaban atas usulan pembubaran DPR. Hal di atas dianggap sebagai masyarakat sebagai perilaku tidak sensitif atas kondisi perekonomian masyarakat Indonesia (Detik.com, 2025).

Salah satu media *online* yang meliput peristiwa tersebut ialah Kompas.com. Dilansir dari situs Kompas.com, media ini menjadi pionir media *online* pertama di Indonesia. (Kompas.com, 2017).

PUBLIC OPINION ON BRAND TRUST

Only the brands listed were included in the survey.
It should not be treated as a list of the most or least
trusted brands, as it is not exhaustive.

Brand	Trust	Neither	Don't Trust
CNN Indonesia	61%	33%	6%
Detik.com	59%	34%	7%
Jawa Pos	50%	41%	8%
Kompas	62%	31%	7%
Kumparan.com	47%	43%	10%
Local television news	52%	40%	7%
Merdeka.com	48%	44%	8%
RCTI	57%	35%	8%
SCTV (Liputan6)	59%	35%	7%
Sindonews.com	48%	43%	9%
Suara.com	45%	45%	10%
Tempo	53%	37%	10%
Tribunnews	53%	38%	9%
TVOne	60%	31%	9%
TVRI	58%	35%	7%

Gambar 1.1. Survei tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media di Indonesia.

Menurut survey yang dilakukan oleh (Newman dkk., 2025)” menunjukkan bahwa Kompas menjadi media *online* yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia. Selanjutnya, Kompas *online* menduduki posisi kedua sebagai media yang sering dikonsumsi oleh masyarakat dalam seminggu.

Namun, sayangnya Kompas.com memiliki kecenderungan menonjolkan mengenai aspek personalisasi dan emosi, seperti pada pemberitaan terkait penjarahan rumah Uya Kuya yang bertajuk “Uya Kuya dan Istri Menanti Kucing Kesayangan Pulang Usai Rumahnya Dijarah”. Seharusnya, jika dilihat dalam konteks fenomena yang terjadi belakangan, penjarahan rumah pejabat publik menjadi imbas dari isu seperti kemiskinan struktural dan kesenjangan sosial-politik sehingga memicu warga melakukan aksi penjarahan. Akan tetapi, diksi yang ditulis pada pemberitaan ini bergeser menjadi

masalah personal, layaknaya konten *infotainment*. Padahal, dalam pemberitaan ini Uya Kuya dan Astrid Kuya seharusnya diposisikan sebagai pejabat publik dan bukan publik figur.

Selain itu, berita yang ditampilkan oleh Kompas.com juga menekankan pada isu sentimental dengan menyoroti kesedihan pejabat, dalam pemberitaan penjarahan rumah Eko Patrio dengan artikel berjudul “Kemunculan Eko Patrio Usai Diterpa Badai: Rumah Dijarah, Karier Tersandung.” Kompas.com cenderung membingkai peristiwa tersebut tersebut dalam bentuk personalisasi dan emosi untuk untuk mengundang empati publik, dan hanya sedikit menyinggung asal muasal mengapa anggota DPR nonaktif tersebut bisa menjadi sasaran jarahan. Hal ini menggambarkan adanya komersialisasi pejabat dengan mengeksploitasi ranah privat mereka, sehingga seakan-akan menghilangkan esensi awal sebab adanya penjarahan tersebut.

Seringkali media mengkonstruksi suatu isu atau fenomena melalui pembingkai. Hal ini dapat disebut sebagai *framing*. Analisis ini dapat diartikan sebagai bagaimana media membingkai suatu realitas, sehingga dapat dimaknai dan ditunjukkan melalui suatu peristiwa yang ditampilkan dan ditonjolkan (Eriyanto, 2002). Selanjutnya bahwa di beberapa isu sosial ditonjolkan hanya sebatas peristiwa saja dan tidak dibingkai dalam

konteks yang lebih luas, sehingga jika media hanya fokus untuk menyederhanakan suatu isu dengan kisah yang bersifat anekdotal dibandingkan hal kompleks akan membuat masyarakat tidak dapat paham mengenai isu publik dan sosial secara menyeluruh (Iyengar dalam Vreese, 2005).

Seiring berjalannya waktu dan persaingan antar media, banyak perusahaan yang menggeser arah liputannya dalam bentuk hiburan atau dalam kata lain *infotainment* dan *soft news* sebab dinilai lebih menarik audiens. Berita tersebut dikaitkan dengan tabloid, karena dianggap sensasional dan menggeser berita serius serta menyebabkan perubahan makna mengenai fenomena (Patterson, 2000). Sering meningkatnya permintaan konsumen terkait informasi dan hiburan pada akhirnya membuat industri media mengutamakan pemberitaan yang berbasis profit dibandingkan etika jurnalistik (Muzhaffar Shidqi & Kn, 2024).

Fenomena pergeseran pemberitaan ini dikenal dengan istilah *tabloid journalism* yang bermakna penyajian berita dengan langkah tertentu, seperti sensasionalisme, mengutamakan emosi, menyederhanakan isu-isu kompleks, dan hanya menuruti selera pasar saja meskipun pada akhirnya praktek seperti ini berhasil menarik perhatian publik dengan cara yang dianggap lebih mudah dipahami (Örnebring & Jönsson, 2004).

Padahal, pers bertanggung jawab untuk memberitakan suatu isu secara utuh, mengutamakan kejujuran, menyeluruh, cerdas, dan memiliki makna. (Hutchins dalam McQuail, 2010). Selain itu, merujuk pada pasal 3 UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers, termaktub bahwasanya terdapat salah satu fungsi pers, yakni fungsi pendidikan dalam artian sebagai medium pendidikan massa, maka seharusnya tulisan atau berita yang dibuat menambah pengetahuan atau wawasan pembaca atau mengandung ilmu pengetahuan (Suherdiana, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, media idealnya berorientasi kepada rakyat, seperti yang dikemukakan oleh (McQuail, 2010) terkait kewajiban dan tujuan media yang mengutamakan masyarakat dibandingkan kepentingan pribadi seperti menjadikan isu tertentu layak konten hiburan serta tujuan finansial. Namun, dengan adanya tabloidisasi justru bertentangan dengan tujuan dan kewajiban media dalam menjalankan tanggung jawabnya. Media *online* Kompas.com sebagai *brand* yang tingkat memiliki kepercayaan publik mencapai 62 persen dan menjadi media dengan urutan kedua yang sering diakses masyarakat Indonesia nyatanya masih cenderung menyajikan berita dengan gaya tabloidisasi. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis lebih lanjut mengenai bagaimana Kompas.com

membingkai pemberitaan mengenai penjarahan rumah pejabat publik dengan metode analisis *framing* berdasarkan elemen tabloidisasi.

RUMUSAN MASALAH

Pemberitaan mengenai penjarahan rumah pejabat publik di Indonesia menarik perhatian banyak orang termasuk media *online* utamanya imbas demo akibat ketimpangan sosial-politik, serta kebijakan publik yang dirasa masyarakat tidak masuk akal.

Media berperan dalam membentuk realitas serta berfungsi menyebarkan informasi yang idealnya berguna bagi kepentingan publik, dalam artian isu yang diangkat penting dan berdampak pada masyarakat, tidak hanya sekadar drama atau hal tidak penting di luar pembahasan mengenai isu tersebut.

Akan tetapi, Kompas.com sebagai salah satu media yang dipercayai dan sering diakses oleh masyarakat Indonesia menurut Reuters Institute Digital News Report di tahun 2025 sayangnya memiliki kecenderungan mengemas pemberitaan dengan gaya tabloid mengenai fenomena penjarahan ini dengan menonjolkan aspek emosional dan personal. Maka dari itu berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, muncul pertanyaan bagaimana media *online* Kompas.com mem-*framing* penjarahan

rumah anggota DPR dengan konteks berkaitan dengan demo pada bulan Agustus 2025 dalam elemen tabloidisasi?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen tabloidisasi di media *online* Kompas.com pada pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR pada konteks demo Agustus 2025.

KERANGKA TEORITIS

Paradigma yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yang mengasumsikan bahwa realitas yang terbentuk oleh setiap individu dikonstruksi dan dibentuk, tidak semerta-merta muncul dengan sendirinya. (Butsi, 2019). Paradigma ini juga berfokus pada bagaimana membuat pesan agar seseorang dari berbagai tingkatan kompleksitas kognitif dapat menyerap informasi (Littlejohn dkk., 2017).

Tabloidisasi

Tabloidisasi merujuk pada bentuk pergeseran berita dari yang semula berorientasi pada publik serta dibuat dalam bentuk *hard news*, menjadi pemberitaan dengan format hiburan (*infotainment*). Hal ini disebabkan karena media bergantung pada pasar (Reinemann dkk., 2011). Imbas dari adanya tabloidisasi adalah etos kerja jurnalis yang berubah, sehingga media yang seharusnya

memberitakan secara serius menjadi terkontaminasi dengan gaya jurnanisme populer (Chagas, 2016).

Tabloidisasi dalam komunikasi politik banyak menonjolkan aspek *infotainment*, sensasionalisme, serta pergeseran dari format berita *hard news* menuju *soft news* (Alotaibi, 2013). Namun, pergeseran pemberitaan ini tidak hanya berfokus pada berita politik saja, tapi juga berita mengenai ekonomi dan hubungan internasional (Diez-Gracia dkk., 2024). Hal ini dapat mengurangi ruang sosial pada aspek tertentu seperti kelas, gender, dan seksualitas dengan menonjolkan hal tertentu, sehingga aspek lain tidak nampak utamanya pada pemberitaan (Jansson & Lindell, 2018).

Teori *Framing*

Framing dapat diartikan sebagai salah satu penanda yang dibuat secara terstruktur untuk menekankan perspektif tertentu (Pan & Kosicki, 1993). Wartawan dapat menekankan elemen tertentu seperti dramatisasi, personalisasi, dan elemen yang bersifat emosional ke dalam suatu berita, sehingga berpengaruh terhadap pandangan pembaca. Hal ini dapat dikaitkan dengan proses tabloidisasi yang lebih banyak membahas hal yang berbau hiburan dan sedikit mengenai informasi, perubahan gaya tulisan, dan banyak cerita pendek (Esser, 1999).

Oleh karena itu, pembingkai dapat menjadi salah satu alat untuk melihat apakah

suatu berita di media terdapat elemen tabloidisasi dengan bingkai menjadi alat penting untuk melihat sejauh mana media mengadopsi nilai-nilai tabloid, sehingga media condong untuk menunjukkan aspek-aspek di atas menampilkan konten hiburan dan sensasional (Esser, 1999).

Analisis *Framing*

Framing sebagai sebuah analisis dipakai untuk melihat konstruksi dari realitas dan bingkai sebuah peristiwa yang dibuat oleh media. Merupakan salah satu bagian dari analisis teks, metode ini menekankan bagaimana wartawan membentuk pesan dan mendistribusikan pada pembaca (Eriyanto, 2002). Zhong Pan & Kosicki, melihat *framing* berdasarkan fenomena yang dibicarakan publik akibat konstruksi sebuah isu dan dinegosiasikan oleh media dengan beberapa aspek seperti kata, *lead*, hubungan antarkalimat, visual (foto dan grafik), serta aspek pendukung lainnya dengan asumsi bahwa pembaca dapat melihat dan memahami suatu peristiwa melalui simbol dan tanda yang ada pada teks (Eriyanto, 2002).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif deksriptif, yang dalam pengertiannya melihat bahwa realitas merupakan suatu hal yang utuh, berubah-ubah, memiliki makna, dan resiprokal dengan objek alamiah. Kehadiran

peneliti tidak memengaruhi objek tersebut. Data yang terkumpul digambarkan melalui kata-kata atau gambar, sehingga tidak menonjolkan angka (Sugiyono, 2013).

Situs penelitian adalah Kompas.com dengan korpus berupa artikel yang mengandung elemen tabloidisasi pada berita penjarahan rumah anggota DPR Agustus 2025 melalui kata kunci dan tag relevan di tanggal 31 Agustus hingga 14 September 2025 dengan mempertimbangkan intensitas pemberitaan pada rentang waktu tersebut mencapai 147 berita.

Selanjutnya, data diseleksi menggunakan *purposive sampling* hingga diperoleh 11 artikel yang sesuai dengan fokus penelitian. Observasi dilakukan terhadap teks dan unsur visual dalam berita. Analisis data menggunakan framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang diintegrasikan dengan konsep tabloidisasi Reinemann untuk mengidentifikasi kecenderungan tabloidisasi dalam pemberitaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bingkai Pemberitaan Penjarahan Rumah Anggota DPR di Kompas.com

Temuan penelitian ini menggunakan analisis *framing* Pan & Kosicki untuk mendeskripsikan bagaimana bingkai Kompas.com digunakan untuk mengidentifikasi elemen tabloidisasi. Pada analisis yang sudah dilakukan pada 11 artikel

berita dalam periode waktu 31 Agustus - 14 September 2025 ditemukan empat pembingkai dalam penjarahan rumah anggota DPR, yaitu (1) Selebritas politik merasa kehilangan dan memiliki trauma personal; (2) Selebritas politik mendapat dukungan dan mempunyai citra positif; (3) Barang yang dimiliki selebritas politik berharga fantastis; dan (4) Pelaku memiliki rasa takut terhadap hukum.

Pemberitaan yang telah diidentifikasi berdasarkan teori dan model *framing* tersebut identik dengan tabloidisasi, sebab topik pada berita tersebut tidak relevan dengan isu mengenai politik atau sosial. Selain itu, pemberitaan juga dibingkai secara episodik (menonjolkan fokus individu) serta hanya membahas mengenai konsekuensi pribadi saja. Terakhir, gaya pemberitaan cenderung sensasional, menonjolkan individu dan emosi, serta membahas hal yang tidak penting (trivialisasi). Pembingkai tersebut juga memenuhi seluruh karakteristik tabloidisasi di atas.

Identifikasi Elemen Tabloidisasi pada Berita Penjarahan Rumah Anggota DPR di Kompas.com

- **Pemberitaan Menyoroti Barang dan Hewan Peliharaan yang Dijarah**

Temuan ini, berkaitan dengan dimensi topik. Yang menekankan bahwasanya pemberitaan dibagi menjadi dua jenis, *hard news* dan *soft news* (membahas isu-isu yang relevan mengenai politik). (Reinemann dkk., 2011).

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keempat bingkai berita teridentifikasi sebagai *soft news* dengan menggeser isu publik ke ranah privat. Pembingkai “Selebritas politik merasa kehilangan dan memiliki trauma personal” dan “Selebritas politik mendapat dukungan dan mempunyai citra positif” menunjukkan adanya penonjolan pada individu. Kompas.com hanya menyoroti barang dan hewan jaran saja tanpa membicarakan secara utuh substansi mengapa penjarahan tersebut terjadi (tidak mengutamakan membahas mengenai tujuan, atau konflik sosial itu sendiri).

Selanjutnya, pada pembingkai “Barang yang dimiliki selebritas politik berharga fantastis” mengenai barang mewah sama sekali tidak memiliki relevansi mengenai berita politik atau bahkan penjarahan, Kompas.com lebih memilih membahas mengenai mengapa jam tersebut memiliki harga fantastis. Lalu, pembahasan “pelaku memiliki rasa takut terhadap hukum” juga menekankan mengenai pengembalian kasur atas kesadaran pribadi saja. Hal ini berakibat pada isu atau substansi awal penjarahan tidak ditonjolkan pada berita, sehingga membuat publik tidak memahami faktor utama terjadinya penjarahan tersebut.

Dalam konteks ideal, pemberitaan seharusnya lebih mengutamakan pembahasan yang berorientasi kepada publik

dibandingkan hal-hal emosional saja dengan mengutamakan informasi yang lebih bersifat lebih penting bagi pembaca.

- **Selebritas Politik Memiliki Trauma, Sedangkan Pelaku Takut Akan Hukum**

Selanjutnya, pada temuan kedua, berkaitan dengan topik atau kegiatan yang dapat dilihat dari berbagai perspektif. Pada dimensi ini, peristiwa atau pemberitaan yang berfokus pada konsekuensi pribadi atau privat. Konseptualisasi dapat dibedakan menggunakan *framing* tematik vs episodik. Selain itu, fokus juga terbagi pada masalah privat atau pada peristiwa secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil analisis *framing* yang telah dilakukan bahwa Kompas.com memiliki kecenderungan menggunakan bingkai episodik dan fokus pada individu. Pembingkai tersebut terlihat pada “Selebritas politik merasa kehilangan dan memiliki trauma personal” jelas bahwa fokus yang dibahas ialah mengenai pengalaman emosional selebritas politik. Hal tersebut juga berlaku pada pembingkai “Selebritas politik mendapat dukungan dan mempunyai citra positif” yang hanya menyoroti relasi interpersonal selebritas politik. Dalam hal ini, pemberitaan pada media Kompas.com memiliki penekanan terhadap individu dibandingkan berfokus pada informasi yang bermanfaat bagi publik.

Selanjutnya, pembingkaiian juga terdapat pada “Barang yang dimiliki selebritas politik berharga fantastis” dan “Pelaku memiliki rasa takut terhadap hukum.” Kompas.com membingkai cerita personal seseorang yang mengembalikan kasur. Fokus ini semakin mempersempit isu dengan menempatkan kisah tersebut sebagai hal personal dibandingkan mengintegrasikan pada fenomena sosial (penjarahan) secara lebih luas.

Akibat fokus pada suatu peristiwa atau individu, pembingkaiian ini hanya memberikan sedikit konteks mengenai inti dari permasalahan yang besar, sehingga publik pada akhirnya tidak paham, karena hanya dibingkai secara individu. Hal ini dibuktikan dengan topik mengenai sebab mengapa anggota DPR tersebut dijarah tidak dijelaskan secara spesifik dan tidak terletak di awal berita, sehingga pembaca kurang fokus terhadap paragraf tersebut.

Idealnya, konteks yang penting bagi masyarakat seperti penyebab penjarahan diletakkan di bagian awal, yakni sebagai elemen utama, sehingga publik tidak langsung disuguhkan mengenai narasi tersebut, tetapi lebih memahami konteks sosial-politik mengenai peristiwa, karena pada prakteknya pembaca tidak selalu membaca sampai akhir, sehingga pesan penting pada berita akhirnya tidak tersampaikan secara optimal.

• **Jam Tangan Sahroni Bernilai Fantastis**

Berita pada isu ini memiliki gaya berita sensasional atau dalam jurnalistik menyoroti unsur yang menarik manusia, sehingga memicu respons emosional yang tidak sehat dan rasa ingin tahu. Selain itu, berita sensasionalisme dianggap sebagai berita yang tidak layak disajikan (Brown dkk., 2018)

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya sensasionalisme ada pada pembingkaiian “Barang yang dimiliki selebritas politik berharga fantastis.” Penggunaan kata-kata seperti “mewahnya” dan penekanan pada nominal jam “11 miliar” menjadi salah satu upaya untuk menarik perhatian pembaca dengan menekankan aspek kemewahan dan nilai fantastis pada objek berita. Selain itu, berita juga menonjolkan aspek eksklusivitas dan kelangkaan jam tersebut yang memperkuat gaya sensasionalisme pada berita tersebut.

Hal ini membuat pemberitaan menjadi tidak relevan dengan topik utama, yang seharusnya membahas seputar penjarahan rumah anggota DPR menjadi bergeser jauh mengulas kemewahan jam tangan tersebut dan sangat berbanding terbalik dengan kondisi yang diserukan pada saat demo (latar belakang terjadinya penjarahan ini). Seharusnya, pergeseran ini menjadi masalah

terutama karena disajikan pada media *mainstream* yang dibaca banyak orang.

Pemberitaan seharusnya tidak disajikan secara sensasional. Sebagai bahan pertimbangan, Kompas.com bisa menyajikan informasi yang berasal dari narasumber yang kredibel seperti penegak hukum dan pengamat politik mengenai apa dampaknya terhadap masyarakat atau menekankan *angle* berita seperti perkembangan kehilangan barang Sahroni secara general, dengan tidak membahas kemewahan jam tersebut dengan narasumber kepolisian ataupun status penangkapan terduga penjarah rumah Sahroni, sehingga berita menjadi lebih informatif dan memiliki *news value*.

- **Selebritas Politik Memiliki Hubungan Baik Dengan Orang di Sekitarnya**

Selanjutnya, penyajian berita bergaya personalisasi merupakan proses pengalihan perhatian pada dari isu-isu kompleks, menjadi berfokus pada kepribadian individu. Hal ini juga dapat didefinisikan sebagai fenomena bagaimana seseorang menjadi fokus, yang diwujudkan dalam presentasi diri, representasi eksternal di media, dan persepsi publik (Marschlich & Eisenegger, 2025). Gaya ini terletak pada pembingkai "Selebritas politik merasa kehilangan dan memiliki trauma personal" serta "Selebritas politik mendapat dukungan dan mempunyai citra positif." Pembahasan pada pemberitaan

tersebut kurang lebih berpusat pada kehidupan artis atau anggota DPR, setelah menjadi terjadi penjarahan.

Hal ini mengindikasikan bahwa selebritas politik lebih ditonjolkan sebagai individu dengan kehidupan personal dan relasi dibandingkan pejabat publik yang terlibat dalam membuat kebijakan publik dan konteks penjarahan lebih luas. Dengan penekanan pada sifat non-politik serta sarat akan *human interest*, pemberitaan pada akhirnya berimbas negatif, sebab dapat melemahkan pengaruh penyebaran isu-isu terkini (Jebril dkk., 2013).

Oleh sebab itu, *angle* berita seharusnya menekankan mengenai peran mereka sebagai pembuat kebijakan yang berpengaruh terhadap publik, keterkaitan kondisi sosial yang ada dengan peristiwa sosial serta menekankan dampak yang lebih luas akibat perilaku mereka yang dinilai tidak peka.

- **Reaksi Sedih Selebritas Politik dan Warga Sekitar Atas Penjarahan Serta Kehilangan Barang**

Penggambaran aspek ini dalam tabloidisasi adalah untuk memvisualisasikan emosi itu sendiri (semisal menangis atau tertawa). Selain itu penggunaan kata-kata yang bersifat afektif, serta elemen tertentu seperti kata sifat yang mendramatisir atau melebih-lebihkan, struktur kalimat bersifat jangka pendek (tidak

timeless) serta penggunaan metafora yang membangkitkan emosi (Klein, 2023).

Gaya ini pada penerapannya terdapat pada *framing* “Selebritas politik merasa kehilangan dan memiliki trauma personal” serta “Selebritas politik mendapat dukungan dan mempunyai citra positif. Emosi pada pembingkaiannya tersebut dapat dilihat pada *headline* berita yang mengandung kata-kata bersifat afektif.

Munculnya digitalisasi dan media sosial nyatanya memfasilitasi pendekatan jurnalistik yang lebih emosional, bahkan untuk jenis berita *hard news* sekalipun, sehingga dampak yang muncul ialah audiens yang terlibat secara emosional dalam mengingat informasi dan mengambil tindakan, ketika berita tersebut relevan untuk mereka (Wahl-Jorgensen, 2020). Namun, hal tersebut menjadi negatif apabila gaya emosi ini digunakan tanpa konteks yang luas serta menutupi konteks yang seharusnya dibahas secara lebih komprehensif (Pajnik, 2024).

Dalam konteks pemberitaan ini meskipun penggunaan elemen emosi dapat membuat pembaca memahami informasi, tetapi gaya ini tidak boleh menjadi dominan dalam penyajian berita. Pemberitaan tetap harus mengedepankan informasi yang sifatnya analitis dan kontekstual, bukan menggantikan informasi yang menjadi fokus utama, sehingga pada akhirnya memengaruhi

pemikiran pembaca. alternatif yang dapat dilakukan adalah membahas mengenai dampak sosial dan respons penjahat kompleks atau aparat keamanan terkait penjarahan tersebut dari sisi hukum ataupun keamanan, sehingga gaya emosi tidak menggantikan substansi dari isu yang sedang dibahas.

• **Pelaku Penjarahan Mengembalikan Kasur Atas Kesadaran Pribadi**

Kamus Oxford mendefinisikan *trivialize* sebagai “menganggap tidak penting, meremehkan, menganggap sepele, meremehkan, dst.” Hal ini berarti bahwasanya trivialisasi merupakan bentuk kekeliruan dalam menilai suatu isu baik disengaja maupun tidak disengaja. Perilaku tersebut dapat berupa pengabaian terhadap kompleksitas permasalahan atau menolak berbagai pandangan yang berbeda (Bubak & Jacek, 2019).

Pada konteks tabloidisasi, sebetulnya trivialisasi merupakan bentuk dari *content* yang berorientasi pada *soft news*, *human interest*, dan *infotainment* serta jauh dari format *hard news* (Göran Djupsund & Tom Carlson, 1998). Dalam penelitian ini, berita dengan gaya tersebut dapat ditemukan pada pembingkaiannya “Pelaku memiliki rasa takut terhadap hukum.”

Bingkai ini menampilkan trivialisasi yang berfokus pada cerita pengembalian kasur hasil penjarahan ke rumah mertua Uya Kuya.

Berita tersebut juga berpusat pada cerita Rio (pemuda) yang mengembalikan kasur tersebut dengan kesadaran sendiri. Pemberitaan ini memberikan penekanan pada kejadian individu dibandingkan konteks penjarahan secara komprehensif.

Hal ini seharusnya tidak terjadi pada berita *mainstream* yang membahas penjarahan publik. Penyajian berita seharusnya menaruh hal substantif di awal bukan di bagian akhir, sebab pembaca cenderung tidak memusatkan perhatian di akhir berita. *Headline* bisa dibuat dengan menampilkan aparat berwenang seperti polisi yang menindak pelaku, sehingga membuat sebagian pelaku pada akhirnya mengembalikan barang jarahan.

Aspek Informatif Pada Tabloidisasi Pemberitaan di Kompas.com

Tabloidisasi yang merujuk pada pergeseran pemberitaan banyak dipandang negatif oleh ahli, tetapi pada kenyataannya jurnalisme tabloid di beberapa tempat mengubah budaya konsumsi media massa, sehingga semua orang dapat mengakses berita. Hal ini akhirnya membuat pembaca dapat lebih mudah paham terhadap isu terkini, sebagaimana tidak ditawarkan oleh jurnalisme pada umumnya (Rahmitasari, 2013). Selain itu, meskipun tabloidisasi identik dengan berita ringan, kenyataannya tidak pernah benar-benar ada berita atau

media yang benar-benar “tabloid” atau “serius.” Itu semua bergantung kembali pada jenis pemberitaan di media tersebut (Sparks & Tulloch, 2000). Meskipun pemberitaan mengandung informasi, tetapi masih tergolong masuk ke dalam konten tabloid, karena lebih mengutamakan hiburan seperti salah satu karakteristik tabloidisasi, yakni penggabungan konten hiburan dan berita, tetapi tetap konten hiburan yang ditonjolkan (Talde, 2022).

Dalam penelitian, ini meskipun semua berita tergolong tabloid, tetap ada beberapa aspek informatif di dalamnya meskipun tidak ditonjolkan di awal berita, meskipun tidak terlepas dari gaya tabloidisasi berita-berita di Kompas.com masih mengandung sedikit informasi yang berguna bagi masyarakat. Hal ini juga menjadi salah satu karakteristik tabloidisasi, yakni berita dan hiburan sama-sama penting, tetapi tetap mengutamakan hiburan.

KESIMPULAN

Tabloidisasi pemberitaan penjarahan rumah anggota DPR pada media *online* Kompas.com didominasi oleh penyajian dengan gaya personal, terdiri dari enam berita. Hal ini ditandai dengan informasi yang menonjkan kehidupan pribadi selebritas politik, serta hubungan interpersonal mereka dengan orang di sekitar. Pemberitaan ini cenderung mengarahkan

pembaca pada pengalaman individu dan mengeyampingkan faktor atau isu penjarahan secara lebih luas.

Selain itu, gaya emosi juga mendominasi penyajian berita dengan total tiga berita. Kompas.com banyak menggunakan *headline* dan kata-kata bersifat afektif menunjukkan upaya penyajian berita untuk menggambarkan emosi secara eksplisit baik dari sisi selebritas politik maupun masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran fokus pemberitaan dari isu yang substantif menjadi pendekatan berbau emosi.

Meskipun demikian, Kompas.com juga menyisipkan sedikit informasi pada tengah hingga akhir berita yang membuat beberapa berita juga memiliki aspek informatif walaupun tidak terlepas dari karakteristik tabloidisasi, sebab cenderung menonjolkan aspek hiburan dibandingkan aspek informatif yang seharusnya menjadi unsur utama pemberitaan.

REKOMENDASI

Secara akademis, penelitian ini mengidentifikasi elemen tabloidisasi di media *online* pada artikel berita menggunakan analisis *framing* mode Pan & Kosiciki. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan terbatas hanya pada artikel saja, tidak pada bentuk audiovisual dan visual, sehingga bisa dilakukan penelitian dalam

bentuk berita tersebut secara mendalam. Selanjutnya, penelitian berikutnya dapat mengembangkan pendekatan yang lebih variatif, seperti mengombinasikan elemen tabloidisasi dengan metode lain untuk memperluas perspektif analisis, sehingga tabloidisasi dapat dikaji dan dipahami lebih komprehensif dan memperkaya temuan penelitian.

Secara praktis, dalam konteks kondisi masyarakat sebelum penjarahan yang sedang tidak baik-baik saja Kompas.com justru memberitakan informasi tersebut dengan mengedepankan gaya tabloid dan meminggirkan substansi yang seharusnya muncul pada pemberitaan. Penelitian diharapkan dapat memberikan kesadaran bagi jurnalis untuk memberitakan pemberitaan dengan lebih substantif dan mengutamakan kepentingan masyarakat

Secara sosial Pembaca diharapkan lebih cermat dan teliti dalam menelaah kembali informasi yang diperoleh dari media massa, sehingga tidak menelan mentah-mentah begitu saja berita yang diproduksi oleh media. Media *online* juga seharusnya membahas informasi penting dan tetap mengutamakan *news value* (dalam arti tetap boleh ada aspek hiburan, tetapi tetap mengedepankan substansi dari isu yang sedang dibahas).

SARAN

Temuan pada penelitian ini telah mengidentifikasi beberapa bentuk tabloidisasi, terutama pada dimensi gaya seperti sensasionalisme, personalisasi, emosi, dan trivialisasi. Namun, tidak semua bentuk tabloidisasi yang ada pada karakteristik berita tabloid dideskripsikan dalam penelitian ini. Maka dari itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji kemungkinan munculnya bentuk tabloidisasi pemberitaan lainnya pada media dan isu yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alotaibi, N. N. (2013). An Analysis Of The Implications Of The Growing Tabloidization Of News Coverage On Democratic Politics. *European Scientific Journal*, 9(14), 185–195. <https://doi.org/10.19044/ESJ.2013.V9N14P>
- Brown, D. K., Harlow, S., García-Perdomo, V., & Salaverría, R. (2018). A New Sensation? An International Exploration of Sensationalism and Social Media Recommendations in Online News Publications. *Journalism*, 19(11), 1497–1516. <https://doi.org/10.1177/1464884916683549>
- Bubak, O., & Jacek, H. (2019). *Trivialization and Public Opinion: Slogans, Substance, and Styles of Thought in the Age of Complexity*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-17925-0>
- Butsi, F. I. (2019). *Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis, Dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi*. 2(1), 48–55. <https://doi.org/10.62144/jikq.v2i1.27>
- Chagas, V. (2016). Political Economy of Popular Journalism on Comparative Perspective: An Analysis on Tabloidization in Brazil, India and South Africa. *Brazilian journalism research*, 12(1), 58–77. <https://doi.org/10.25200/BJR.v12n1.2016.925>
- Detik.com. (2025). *Penyebab Penonaktifan Nafa Urbach, Uya Kuya dan Eko Patrio dari DPR RI*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-8089728/penyebab-penonaktifan-nafa-urbach-uya-kuya-dan-eko-patrio-dari-dpr-ri>
- Diez-Gracia, A., Sánchez-García, P., Palau-Sampio, D., & Sánchez-Sobradillo, I. (2024). Clickbait Contagion in International Quality Media: Tabloidisation and Information Gap to Attract Audiences. *Social Sciences*, 13(8), 430. <https://doi.org/10.3390/socsci13080430>

- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Cet. 1). LKiS.
- Esser, F. (1999). "Tabloidization" of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, 14(3), 291–324. <https://doi.org/10.1177/0267323199014003001>
- Franklin, B. (1997). *Newszak and News Media* (1. publ). Arnold.
- Göran Djupsund, & Tom Carlson. (1998). *Trivial Stories and Fancy Pictures? Tabloidization Tendencies in Finnish and Swedish Regional and National Newspapers 1982-1997* (Bag. 101-113). 19(1). http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/38_djupsund-carlson.pdf
- Jansson, A., & Lindell, J. (2018). Media Studies for a Mediatized World: Rethinking Media and Social Space. *Media and Communication*, 6(2), 1–4. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i2.1495>
- Jebril, N., Albæk, E., & De Vreese, C. H. (2013). Infotainment, Cynicism and Democracy: The Effects of Privatization vs Personalization in the news. *European Journal of Communication*, 28(2), 105–121. <https://doi.org/10.1177/0267323112468683>
- Klein, M. (2023). Content Analysis in the Research on Reporting Styles. Dalam F. Oehmer-Pedrazzi, S. H. Kessler, E. Humprecht, K. Sommer, & L. Castro (Ed.), *Standardisierte Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft – Standardized Content Analysis in Communication Research* (hlm. 67–76). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36179-2_6
- Kompas.com. (2017). *About Us*. Kompas.Com. <https://inside.kompas.com/about-us>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (Eleventh edition). Waveland Press, Inc.
- Marschlich, S., & Eisenegger, M. (2025). Personalization of Tech Corporations: Examining Personalized news and The Media Reputation of Google, Facebook, and Apple in Swiss News Media. *Journalism*, 26(2), 307–324. <https://doi.org/10.1177/14648849241243044>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6. ed). SAGE.

- Muzhaffar Shidqi, R., & Kn, J. (2024). Hypercommodification in Indonesian Mass Media and Its Impact on Society: A Study and Suggestions. *COMMUSTY Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 65–70. <https://doi.org/10.38043/commusty.v1i2.4136>
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Reuters Insitute digital news report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/RISJ-8QQF-JT36>
- Örnebring, H., & Jönsson, A. M. (2004). Tabloid Journalism and the Public Sphere: A Historical Perspective on Tabloid Journalism. *Journalism Studies*, 5(3), 283–295. <https://doi.org/10.1080/1461670042000246052>
- Pajnik, M. (2024). Professionalizing Emotions as Reflective Engagement in Emerging Forms of Journalism. *Journalism Studies*, 25(2), 181–198. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2289920>
- Pan, Z., & Kosicki, G. (1993). Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Patterson, T. E. (2000). *Doing Well and Doing Good*.
- Popović, V., & Popović, P. (2014). The Twenty-First Century, the Reign of Tabloid Journalism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 163, 12–18. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.280>
- Rahmitasari, D. H. (2013). Jurnalisme Tabloid di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(2). <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.347>
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2011). Hard and Soft News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism*, 13(2), 221–239. <https://doi.org/10.1177/1464884911427803>
- Sparks, C., & Tulloch, J. (Ed.). (2000). *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)* (Cet. 19). Alfabeta.
- Suherdiana, D. (2020). *Jurnalistik Kontemporer*. CV. Mimbar Pustaka.

- Talde, D. K. J. (2022). Tabloidization in Philippine Online News Media: A Content Analysis. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 4(4), 55–61. <https://doi.org/10.32996/jhsss.2022.4.4.9>
- Tempo.co. (2025). *Kronologi Demo Memprotes DPR hingga Meluas Berubah Penjarahan*. <https://www.tempo.co/politik/kronologi-demo-memprotes-dpr-hingga-meluas-berubah-penjarahan-2065182>
- Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and Typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51–62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Wahl-Jorgensen, K. (2020). An Emotional Turn in Journalism Studies? *Digital Journalism*, 8(2), 175–194. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>