

**Strategi Marketing Politik melalui Pelabelan Gaya
Komunikasi 'Koboi' Menteri Keuangan Purbaya dalam
Pemberitaan Detik.com: Analisis Framing Robert Entman**

Ayyubi Kholid Saifullah¹

Reza Alerio²

Usman Mansur³

Nani Nurani Muksin⁴

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Alamat: Jalan KH. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Ciputat Timur, Tangerang
Selatan, Banten

yubikhalid@gmail.com, rezaalerio17@gmail.com usmanmansur36@gmail.com
naninuranimuskin@umj.ac.id

Dikirim: 10 Desember 2025, Direvisi: 20 Juni 2026, Diterima: 21
Juni 2026, Terbit: 28 Juni 2026. Sitasi: Saifullah, A. K., dkk.
(2026). Strategi Marketing Politik melalui Pelabelan Gaya
Komunikasi 'Koboi' Menteri Keuangan Purbaya dalam
Pemberitaan Detik.com: Analisis Framing Robert Entman.
Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi, 12(1), 150-
168

Abstract

This research aims to analyze how the online media outlet Detik.Com frames the Cowboy Communication Style Labeling of Finance Minister Purbaya Yudhi Sadewa and to reveal its connection to Edward Bernays' Propagandastrategy (The Engineering of Consent). This qualitative descriptive study employs Robert N. Entman's Framing Analysis on two selected Detik.Com news reports. The findings indicate that the media framing structurally supports Purbaya's propaganda efforts. This is evident in the Diagnose Causes element, which links the Cowboy Style to the President's direct order ("Saya Koboi itu disuruh Presiden"), confirming the implementation of Bernays' Legitimacy of Authority (Invisible Government) mechanism. Furthermore, the

Make Moral Judgments element consistently provides positive moral evaluations (such as "Stinging Answer"), functioning as a Transfer mechanism of positive values onto the 'Cowboy' symbol. This framing also strategically shifts the focus from communication ethics to national urgency. In conclusion, Detik.Com's framing actively serves to engineer public consent, transforming the 'Cowboy Style' from a communication problem into a socially and morally legitimized image asset, aligning with Bernays' principles.

Keywords: Detik.Com, Bernays' Propaganda, Robert Entman's Framing, Labeling, Cowboy Style.

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana media online Detik.Com membingkai Labeling Gaya Komunikasi Kobo Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa dan mengungkap keterkaitannya dengan strategi Propaganda Edward Bernays (Rekayasa Persetujuan). Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan Analisis Framing Robert N. Entman pada dua berita Detik.Com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing media secara struktural mendukung propaganda Purbaya. Hal ini terlihat dari elemen Diagnose Causes yang mengaitkan Gaya Kobo dengan perintah Presiden ("Saya Kobo itu disuruh Presiden"), membuktikan implementasi mekanisme Legitimasi Otoritas (Invisible Government) Bernays. Selain itu, elemen Make Moral Judgments secara konsisten memberikan penilaian moral positif (seperti "Jawaban Menohok"), yang berfungsi sebagai mekanisme Transfer nilai positif ke simbol 'Kobo'. Framing ini juga melakukan pengalihan isu dari kritik etika komunikasi ke urgensi tugas negara. Kesimpulannya, framing Detik.Com berperan aktif dalam mengarahkan konsensus publik, mengubah Gaya Kobo dari masalah komunikasi menjadi aset citra yang dilegitimasi secara

sosial dan moral, sejalan dengan tujuan Rekayasa Persetujuan Bernays.

Kata Kunci: Detik.Com, Framing Robert Entman, Propaganda Bernays, Labeling, Gaya Kobo

I. PENDAHULUAN

Presiden Prabowo Subianto secara resmi menunjuk Purbaya Yudhi Sadewa sebagai Menteri Keuangan (Menkeu) pada Senin, 8 September 2025, menggantikan Sri Mulyani Indrawati (Ulya & Prabowo, 2025). Keputusan ini memicu perhatian luas dari pasar hingga publik, mengingat posisi Menkeu sangat krusial bagi kebijakan fiskal dan stabilitas ekonomi nasional. Secara tradisional, posisi ini menuntut gaya komunikasi yang hati-hati dan penuh perhitungan, sebuah citra yang melekat pada Menkeu sebelumnya (Wijayanti, 2025). Namun, kehadiran Purbaya secara dramatis mengubah citra Kementerian Keuangan. Perubahan ini bahkan disoroti oleh Sri Mulyani, yang dalam sambutan perpisahan menyebut penggantinya memiliki gaya yang "seperti kobo". Julukan ini dengan cepat melekat dan menjadi sorotan media.

Julukan 'Kobo' yang disematkan pada Purbaya merupakan fenomena komunikasi politik yang menarik. Alih-alih meredam julukan tersebut, Purbaya justru merespons secara terbuka. Dalam Konferensi Pers usai Serah Terima Jabatan (Sertijab), Purbaya mengklarifikasi:

"Ini kan saya masih pejabat baru di sini, menterinya juga menteri kagetan. Jadi, kalau ngomong, kalau kata Bu Sri Mulyani gayanya kobo." (Azzahra, 2025)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa label 'Kobo' bukan sekadar kritik, melainkan telah diadopsi secara sadar (self-labelling). Tindakan ini mengindikasikan adanya strategi

propaganda yang disengaja, bertujuan merekayasa konsensus publik untuk menciptakan citra diferensiasi (berani, tegas, dan anti-birokrasi) dari pejabat lain. Propaganda ini berupaya memindahkan fokus publik dari etiket komunikasi ke urgensi tindakan demi kepentingan negara.

Propaganda seringkali dicitrakan negatif, kendati konsep propaganda Bernays melihat propaganda bukan sebagai citra negatif kecuali para penulisnya sengaja menyebarkan kebohongan atau ketika mereka menyebarkannya dengan maksud untuk menghancurkan kebaikan bersama (Aminulloh et al., 2022). Bernays melihat bahwa manipulasi ilmiah terhadap opini publik (yang disebutnya "rekayasa persetujuan") adalah hal penting dan perlu dalam masyarakat demokrasi modern untuk mengendalikan kekacauan dan mengarahkan masyarakat menuju tujuan tertentu (Bernays, 2021).

Rekayasa citra oleh Purbaya tidak dapat berhasil tanpa peran sentral dari media massa. Media memiliki pengaruh langsung dalam membentuk opini publik dan mengonstruksi realitas (Santoso, 2021). Melalui proses seleksi, penekanan, dan penempatan kutipan Purbaya, detikcom turut merefleksikan dan menyebarkan propaganda 'Gaya Kobo' kepada publik. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami framing media dalam menyebarkan propaganda elit. Secara khusus, digunakan Model Robert N. Entman.

Framing model Robert N. Entman digunakan untuk mengetahui suatu realitas yang terjadi di lapangan dan bagaimana cara menafsirkan realitas tersebut dalam sebuah konten. Entman menunjukkan bahwa framing pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu berita untuk menekankan kerangka pikir terhadap suatu peristiwa. Entman menggambarkan framing yang dilakukan oleh media ialah bagaimana sebuah peristiwa dimaknai oleh wartawan (Farhansyah, 2024)

Entman membagi framing ke dalam empat elemen, yaitu: Pertama, Pendefinisian masalah (*define problem*), pada elemen ini menekankan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai secara berbeda oleh wartawan. Setiap wartawan memiliki perspektif yang berbeda terhadap suatu peristiwa. Kedua adalah memprediksi atau memperkirakan penyebab masalah (*diagnose cause*) pada elemen ini digunakan untuk membingkai siapakah yang dianggap sebagai aktor dalam sebuah peristiwa. Dalam elemen ini dapat didefinisikan sumber masalah ini digunakan untuk menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korbannya. Ketiga adalah membuat keputusan moral (*make moral judgement*), elemen ini digunakan untuk membenarkan dan memberikan penilaian terhadap sebuah peristiwa yang terjadi. Keempat, menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*), pada elemen ini digunakan untuk menilai apakah yang akan dipilih wartawan untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian ini sangat bergantung bagaimana peristiwa dapat dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Sofian & Lestarini, 2021) .

Berdasarkan uraian fenomena dan urgensi analisis framing tersebut, Penelitian ini berfokus pada analisis konstruksi media terhadap pelabelan gaya komunikasi "koboi" Menteri Keuangan Purbaya dalam pemberitaan Detik.com. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap proses framing yang dilakukan media, mengidentifikasi representasi citra yang dibangun, serta menjelaskan bagaimana pelabelan tersebut berfungsi sebagai instrumen marketing politik dalam ruang publik digital. Penelitian ini menggunakan Model Analisis Framing Robert N. Entman untuk mengkaji bagaimana Detikcom membingkai (*framing*) propaganda gaya komunikasi "koboi" yang melekat pada Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa. Fokus penelitian dibatasi pada edisi 27-28 Oktober 2025, dengan dua berita yang memuat kata kunci "koboi" atau "gaya koboi." Analisis

dilakukan secara mendalam terhadap empat elemen framing Robert N. Entman guna melihat bagaimana konstruksi makna dan citra “koboi” tersebut dibentuk dalam pemberitaan Detikcom. Pemilihan Detikcom sebagai objek analisis didasarkan pada strategi komunikasi jurnalistiknya yang distingtif, terutama pada penggunaan gaya penulisan yang komprehensif. Hal ini terlihat pada judul berita yang secara bersamaan bersifat provokatif untuk menarik perhatian khalayak, namun tetap representatif dan spesifik dalam menyajikan inti informasi. Selanjutnya, pada bagian teras berita (lead), Detikcom mengaplikasikan pendekatan yang menitikberatkan pada aspek atraktif dan korelatif untuk mempertahankan minat baca, sekaligus menjamin kredibilitas melalui penyertaan fakta dan sumber yang terverifikasi, menjadikannya kasus studi yang relevan untuk menelaah dinamika antara sensationalism dan informativeness dalam media digital (Mardianah et al., 2021)

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji isu pelabelan, propaganda, dan analisis framing dalam konteks komunikasi politik. Salah satunya adalah penelitian Ayomi (2021) yang menganalisis perbandingan framing media Detik.com dan Tempo.co terhadap Deklarasi Benny Wenda sebagai peristiwa politik eksternal. Berbeda dengan fokus tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengungkap strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang pejabat publik dalam membangun konstruksi citra diri melalui pemberitaan media massa.

Kajian lain dilakukan oleh Nainggolan et al. (2024) yang menggunakan metode analisis isi untuk mengidentifikasi pola penggunaan bahasa yang mengalami penyimpangan makna dalam praktik propaganda politik. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal terpancang. Data penelitian diperoleh dari berbagai dokumen yang dipublikasikan melalui media sosial dan platform daring, seperti blog, Facebook, Twitter, serta situs berita online. Fokus utama

penelitian ini terletak pada penyimpangan makna bahasa secara pragmatis sebagai instrumen propaganda politik.

Sementara itu, Ramadhan et al. (2024) memanfaatkan analisis framing model Robert Entman untuk mengkaji komunikasi politik pada level makro, khususnya terkait keterlibatan Presiden Jokowi dalam Pemilu 2024 dan kaitannya dengan agenda Indonesia Emas 2045. Penelitian tersebut menunjukkan bagaimana media membingkai isu politik nasional yang melibatkan aktor politik tingkat tinggi dalam ruang publik.

Ketiga riset sebelumnya yakni; Ayomi (2021), Nainggolan et al. (2024), dan Ramadhan et al. (2024) telah membahas berbagai aspek terkait propaganda, framing, dan komunikasi politik, baik dalam konteks peristiwa politik eksternal, analisis bahasa di media sosial, maupun konteks politik makro Pemilu 2024. Merujuk pada riset-riset ini, terdapat relevansi karena memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana media berperan dalam merefleksikan narasi elit dan bagaimana framing dapat digunakan untuk menganalisis isu politik.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, kajian framing Robert Entman umumnya digunakan untuk menganalisis konstruksi media terhadap isu politik, propaganda, maupun dinamika komunikasi politik pada level makro. Namun, penelitian yang mengkaji pelabelan terhadap gaya komunikasi seorang pejabat publik sebagai strategi marketing politik masih relatif terbatas. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang secara khusus membahas mikro-strategi propaganda melalui praktik *self-labelling* yang dilakukan oleh seorang pejabat eksekutif tunggal, serta mengungkap bagaimana mekanisme *engineering of consent* (rekayasa konsensus) yang dikemukakan oleh Edward Bernays direpresentasikan dalam elemen-elemen framing model Robert Entman pada pemberitaan media daring. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis propaganda *self-labelling* melalui pelabelan gaya komunikasi "Koboi" Menteri

Keuangan Purbaya dalam pemberitaan Detik.com serta menjelaskan bagaimana konstruksi framing media berperan dalam membentuk citra politik dan memperoleh legitimasi publik.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing model Robert N. Entman untuk mengkaji bagaimana Detik.com mengonstruksi pelabelan gaya komunikasi "koboi" yang dilekatkan kepada Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa. Menurut Entman, framing bekerja melalui proses seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu sehingga suatu realitas dipersepsikan dengan cara tertentu oleh khalayak (Lubis & Khairani, 2020). Dalam konteks penelitian ini, framing dipahami sebagai proses media dalam memilih fakta, menonjolkan sudut pandang tertentu, serta mengarahkan pemaknaan publik terhadap pelabelan "koboi" melalui pemberitaan yang dipublikasikan.

Analisis dilakukan menggunakan empat perangkat framing Robert N. Entman yang meliputi defining problems, diagnosing causes, making moral judgment, dan treatment recommendation (Eriyanto, 2002). Keempat perangkat tersebut digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana masalah didefinisikan, siapa atau apa yang diposisikan sebagai penyebab, nilai moral apa yang dilekatkan, serta solusi atau arah penyelesaian yang ditawarkan dalam teks berita. Hasil identifikasi tersebut kemudian diinterpretasikan menggunakan perspektif propaganda Edward Bernays, khususnya konsep *The Engineering of Consent*, guna memahami bagaimana pelabelan "koboi" direpresentasikan sebagai upaya pembentukan persetujuan publik melalui media daring.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berita secara utuh yang meliputi headline, lead, isi berita, kutipan narasumber, pilihan diksi, serta penutup berita. Setiap unsur tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi keberadaan empat

elemen framing Entman. Dengan demikian, analisis tidak hanya berfokus pada isi pesan secara parsial, tetapi juga pada keterkaitan antarelemen teks dalam membangun makna tertentu mengenai figur Purbaya.

Data penelitian diperoleh melalui teknik dokumentasi terhadap arsip berita yang dipublikasikan Detik.com. Pemilihan data dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansi berita terhadap fokus penelitian. Kriteria inklusi yang digunakan meliputi: (1) berita memuat secara eksplisit pelabelan "koboi" atau "gaya koboi" yang dikaitkan dengan Purbaya Yudhi Sadewa; (2) berita memuat pernyataan langsung Purbaya atau respons pihak lain terhadap pelabelan tersebut; serta (3) berita diterbitkan pada periode munculnya polemik pelabelan di ruang publik, yaitu 27–28 Oktober 2025. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh dua berita utama yang paling representatif karena secara langsung memuat konstruksi makna dan narasi mengenai pelabelan "koboi", yakni "Hasan Nasbi Kritik Gaya Komunikasi Purbaya, Beri Jawaban Menohok" dan "Purbaya: Saya Koboi Itu Disuruh Presiden, Orang Nggak Terima, I Don't Care". Fokus pada dua berita ini dimaksudkan untuk melakukan analisis mendalam terhadap satu kasus komunikasi politik yang bersifat spesifik, bukan untuk menghasilkan generalisasi statistik terhadap seluruh pemberitaan Detik.com.

Untuk meningkatkan kredibilitas temuan, proses analisis dilakukan secara bertahap oleh peneliti dengan menggunakan panduan analisis (coding guide) yang disusun berdasarkan empat elemen framing Entman. Masing-masing peneliti melakukan pembacaan dan identifikasi awal terhadap unit analisis, kemudian hasil interpretasi dibandingkan melalui diskusi kolektif guna memperoleh kesepakatan makna. Perbedaan penafsiran yang muncul diselesaikan melalui proses peer debriefing dengan merujuk kembali pada data empiris dan kerangka konseptual yang digunakan. Prosedur ini dilakukan

untuk menjaga konsistensi interpretasi serta meminimalkan bias subjektif dalam proses analisis.

Validitas penelitian diperkuat melalui triangulasi teori dengan menghubungkan hasil framing Entman dan konsep propaganda Edward Bernays sebagai kerangka interpretasi. Selain itu, peneliti menerapkan reflexivity dengan menyadari posisi peneliti sebagai instrumen utama penelitian kualitatif sehingga seluruh interpretasi selalu didasarkan pada bukti tekstual yang terdapat dalam berita. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat keterlacakan analisis yang memadai dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

III. PEMBAHASAN

Analisis ini menunjukkan bagaimana Detik.Com menyusun realitas 'Gaya Kobo' Purbaya Yudhi Sadewa melalui empat komponen framing (Definisi Masalah, Diagnosis Penyebab, Penilaian Moral, dan Rekomendasi Solusi) pada dua berita yang diteliti.

Berita 1: "Hasan Nasbi Kritik Gaya Komunikasi Purbaya, Beri Jawaban Menohok"

Elemen Entman	Deskripsi Framing Detik.Com	Kutipan Kunci Purbaya (Bukti Framing)
1. <i>Define Problems</i>	Masalah di- <i>frame</i> sebagai Konflik Personal/Serangan Retorika yang menuntut pembelaan. Fokusnya adalah drama membela diri dari kritik pihak luar.	"Kalau saya ngomong apa adanya dibilang kobo. Tapi yang penting uang rakyat aman!"

Elemen Entman	Deskripsi Framing Detik.Com	Kutipan Kunci Purbaya (Bukti Framing)
2. <i>Diagnose Causes</i>	Penyebab masalah adalah adanya kritik yang dilontarkan oleh pihak luar. Purbaya digambarkan reaktif dan terpaksa merespons untuk membenarkan diri.	"Mereka ngritik, padahal data saya itu benar, uang daerah ngendap triliunan."
3. <i>Make Moral Judgments</i>	Detik.Com memberikan penilaian moral positif dan memuji respons Purbaya ("Menohok"), membenarkan tindakan itu karena tujuan akhirnya mulia.	"Daripada gaya saya dibilang bagus tapi uang rakyat hilang, mending gaya saya jelek tapi uang rakyat aman."
4. <i>Suggest Remedies</i>	Solusi tersirat adalah gaya 'Koboi' harus dipertahankan karena itu adalah cara paling efektif untuk menjaga disiplin fiskal dari kritik.	"Ini bukan soal gaya, ini soal tanggung jawab."

Sumber: Detik, (2025).

Berita ini menggambarkan drama konfrontasi di mana Menteri Purbaya Yudhi Sadewa, yang gayanya dikritik sebagai 'Koboi', dipaksa merespons serangan dari pihak luar (Hasan Nasbi). Dalam pemberitaan ini, Purbaya tidak di-frame sebagai

inisiator masalah, melainkan sebagai pihak yang reaktif dan membela diri dari kritik yang tidak berdasar, yang menurutnya bertujuan mengganggu kedisiplinan fiskal. Penekanan naratif ada pada keberanian Purbaya mempertahankan diri, dengan media menggunakan label "Jawaban Menohok" yang secara eksplisit memberikan penilaian moral positif terhadap ketegasan respons tersebut. Framing ini menunjukkan bahwa Gaya Koboï bukan masalah, melainkan alat yang efektif dan diperlukan untuk menjaga uang rakyat.

Selain itu, dapat disimpulkan dua dimensi besar framing dalam pemberitaan tersebut sebagai berikut:

Dimensi Framing	Analisis dan Bukti Pemberitaan Detik.Com
Seleksi Isu	Isu yang Diseleksi: Detik.Com memilih isu "Konflik Retorika" antara Purbaya dan kritikus (Hasan Nasbi), dan bukan isu substantif kebijakan atau etika komunikasi yang netral.
Penonjolan Aspek	Aspek yang Ditonjolkan: Penonjolan dilakukan melalui: 1. <i>Headline</i> yang Dramatis: Penggunaan label "Jawaban Menohok" untuk menguatkan ketegasan Purbaya. 2. Penekanan pada Kontras: Fokus pada kutipan Purbaya yang menunjukkan perbandingan kontras antara <i>gaya jelek tapi uang aman</i> vs. <i>gaya bagus tapi uang hilang</i> . 3. Asosiasi Moral: Penonjolan pada aspek 'Tanggung Jawab' sebagai pembenaran untuk gaya yang keras.

Sumber: data diolah peneliti 2026

Berita 2: "Purbaya: Saya KoboI Itu Disuruh Presiden, Orang Nggak Terima, I Don't Care"

Elemen Entman	Deskripsi Framing Detik.Com	Kutipan Kunci Purbaya (Bukti Framing)
1. <i>Define Problems</i>	Masalah di- <i>frame</i> sebagai Urgensi Tugas Negara yang membutuhkan tindakan luar biasa cepat. Gaya komunikasi Purbaya menjadi isu sekunder.	"Bukan saya yang mau, tapi Bapak [Presiden] bilang, 'Pak, jangan lama-lama.'"
2. <i>Diagnose Causes</i>	Penyebab utama munculnya 'Gaya KoboI' adalah perintah dan instruksi langsung dari Presiden, bukan watak pribadi Purbaya.	"Saya koboI itu disuruh Presiden."
3. <i>Make Moral Judgments</i>	Detik.Com membenarkan gaya 'KoboI' karena didasari kepatuhan pada tugas dan sikapnya yang tegas.	"Orang nggak terima, I don't care! Tapi yang penting negara ini saya kawal."
4. <i>Suggest Remedies</i>	Solusi yang dianjurkan adalah penerimaan mutlak terhadap gaya 'KoboI' karena ini adalah konsekuensi dari kebijakan Presiden dan tuntutan hasil.	"Nggak usah banyak basa-basi, lakukan saja!"

Sumber: CNNIndonesia, 2025.

Berita ini menggambarkan pembenaran dan legitimasi mutlak terhadap 'Gaya Kobo' Purbaya. Purbaya mengklaim bahwa gaya tersebut bukanlah inisiatif pribadi melainkan perintah langsung dari Presiden agar bekerja cepat. Dalam berita ini, *Gaya Kobo* di-*frame* sebagai konsekuensi logis dari tugas berat yang diamanatkan otoritas tertinggi negara. Penekanan naratif diletakkan pada kepatuhan Purbaya pada perintah dan dedikasinya terhadap hasil, sebagaimana dicerminkan dalam kutipan "Saya Kobo itu disuruh Presiden, Orang nggak terima, I Don't Care!".

Framing ini memberikan penilaian moral yang kuat yang membenarkan sikap kontroversial tersebut, menjadikannya sebagai kewajiban demi kemajuan negara.

Dimensi Framing	Analisis dan Bukti Pemberitaan Detik.Com
Seleksi Isu	Isu yang Diseleksi: Detik.Com memilih isu "Legitimasi Otoritas" dan "Kepatuhan pada Perintah Presiden" sebagai fokus utama, mengabaikan isu kritik publik atau kehati-hatian dalam komunikasi birokrasi.
Penonjolan Aspek	Aspek yang Ditonjolkan: Penonjolan dilakukan melalui: 1. <i>Headline</i> yang Menghebohkan: Mengutip dua pernyataan paling kontroversial: "Disuruh Presiden" dan "I Don't Care". 2. Penguatan Sumber: Kutipan langsung Presiden/Instruksi Presiden digunakan sebagai sumber legitimasi utama. 3. Simplifikasi Pesan: Mengulang pesan bahwa "Nggak usah

Dimensi Framing	Analisis dan Bukti Pemberitaan Detik.Com
	banyak basa-basi, lakukan saja!" untuk menyederhanakan <i>Gaya Koboi</i> sebagai efisiensi, bukan masalah.

Sumber: data diolah peneliti, 2026.

A Analisis *framing* Robert Entman menunjukkan bahwa Detik.Com secara efektif memfasilitasi propaganda Purbaya melalui dua mekanisme kunci Bernays. Pertama, Penciptaan Peristiwa (*The Creation of Events*) terlihat dari bagaimana *Define Problems* disajikan, di mana *framing* media berulang kali memilih untuk menonjolkan drama konflik retorika (Berita 1) atau urgensi tugas (Berita 2) sebagai isu utama, mengalihkan perhatian dari substansi gaya komunikasi Purbaya.

Kedua, Legitimasi Otoritas (*Invisible Government*) digunakan secara eksplisit dalam elemen *Diagnose Causes* pada Berita 2, di mana *framing* menjadikan perintah Presiden sebagai penyebab *Gaya Koboi*. Mekanisme ini berhasil memindahkan tanggung jawab pribadi Purbaya ke otoritas yang lebih tinggi. Lebih lanjut, kedua mekanisme ini diperkuat pada elemen *Make Moral Judgments* dan *Suggest Remedies*, di mana Penciptaan Peristiwa digunakan untuk membenarkan tindakan (melalui label pujian) dan Legitimasi Otoritas digunakan untuk memaksa konsensus bahwa *Gaya Koboi* adalah solusi yang wajib dan tak terhindarkan demi kepentingan negara.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis framing Robert Entman terhadap pemberitaan Detik.com mengenai pelabelan gaya komunikasi "Koboi" yang dilekatkan kepada Purbaya Yudhi Sadewa, penelitian ini menemukan bahwa konstruksi berita tidak hanya menyajikan fakta peristiwa, tetapi juga membentuk cara peristiwa tersebut dipahami oleh publik. Pada elemen *define problems*, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA

pemberitaan menempatkan gaya komunikasi "Koboi" dalam konteks dinamika pelaksanaan tugas dan kebijakan publik, sehingga isu tidak semata diposisikan sebagai persoalan personal. Selanjutnya, pada elemen diagnose causes, pemberitaan mengaitkan tindakan Purbaya dengan arahan Presiden, yang memberikan kerangka legitimasi terhadap tindakan tersebut.

Temuan tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara pola framing yang digunakan dengan beberapa mekanisme propaganda yang dijelaskan oleh Edward Bernays, khususnya terkait penggunaan otoritas sebagai sumber legitimasi (invisible government), pemindahan nilai positif melalui asosiasi dengan kepentingan negara atau tugas institusional (transfer), serta pembentukan makna tertentu terhadap suatu peristiwa melalui penonjolan aspek-aspek tertentu dalam pemberitaan (creation of events). Namun demikian, penelitian ini tidak bermaksud menyimpulkan bahwa Detik.com secara sengaja menjalankan praktik propaganda, melainkan menunjukkan bahwa pola konstruksi berita yang ditemukan memiliki karakteristik yang sejalan dengan mekanisme persuasi yang dijelaskan dalam teori Bernays.

Secara lebih luas, temuan ini mengindikasikan bahwa framing media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap figur pejabat publik dan tindakan yang mereka lakukan. Cara media mengonstruksi suatu isu dapat memengaruhi bagaimana publik menilai legitimasi, moralitas, maupun urgensi suatu tindakan politik. Oleh karena itu, studi ini memberikan kontribusi dalam memahami relasi antara praktik framing media, pembentukan opini publik, dan proses legitimasi politik di era media digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menganalisis dua artikel berita dari satu media sehingga belum dapat digunakan untuk melakukan generalisasi mengenai kecenderungan editorial Detik.com secara keseluruhan maupun

dampaknya terhadap khalayak. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan berbagai media, menambah jumlah sampel berita, serta mengombinasikan analisis framing dengan studi resepsi audiens untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh framing media terhadap pembentukan opini publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminulloh, A., Qorib, F., Fianto, L., & Setiamandani, E. D. (2022). Propaganda and Political Memes on Social Media in the 2019 Indonesian Presidential Election. *Journal of Islamic World and Politics*, 6(2), 342–365.
- Ayomi, H. V. (2021). Analisis Framing Media Online Mengenai Deklarasi Beny Wenda. *Intelektiva*, 2(2), 118–125.
- Azzahra, Q. (2025, September 9). Purbaya Minta Maaf Atas Salah Omong: Saya Menteri Kagetan. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/purbaya-minta-maaf-atas-salah-omong-saya-menteri-kagetan-hhr3>
- Bernays, E. (2021). *Propaganda: Manipulasi Opini Masyarakat* (1st ed.). Jalan Baru Books.
- CNN Indonesia, (2025). *Purbaya: Saya Koboi Itu Disuruh Presiden, Orang Nggak Terima, I Don't Care*. Diakses pada tanggal 17 Juni 2026 pada laman <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20251027142231-532-1288883/purbaya-saya-koboi-disuruh-presiden-orang-tak-terima-i-dont-care>
- Detik, (2025). *Hasan Nasbi Kritik Gaya Komunikasi Purbaya, Beri Jawaban Menohok*. Diakses pada tanggal 17 Juni 2026 pada laman <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-8180289/hasan-nasbi-kritik-gaya-komunikasi-purbaya-beri-jawaban-menohok>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKis Group.
- Farhansyah, M. (2024). Analisis Framing Pemberitaan Pertemuan Agus Harimurti Yudhoyono dan Puan Maharani Pada Media Televisi

- Tvone dan Metrotv. *Jurnal KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 3(1), 46–58.
- Koswara, I., & Rantona, S. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Danantara oleh Media Detik.com. *JIPSi: Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 15(1), 122–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jipsi.v15i1.16892>
- Lubis, P. P. G., & Khairani, L. (2020). Analisis Framing Berita Berjudul “Presiden Jakarta Selatan” di Majalah Tempo Edisi 22-28 April 2019. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 213–220. <https://doi.org/10.53695/js.v1i2.80>
- Mardianah, D., Jaelani, A. J., & Anjasmara, A. (2021). Relasi Judul dan Teras Berita di Laman Detik.com. *Anafora: Jurnal Penelitian Mahasiswa Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 50–59.
- Nainggolan, E. T., Godliebe, & Hadi, W. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa dalam Propaganda Politik di Media Sosial. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2606>
- Ramadhan, B., Suryasuciramadhan, A., & Deden. (2024). Analisis Framing Komunikasi Politik Jokowi tentang Indonesia Emas 2045 di Media Online detik.com dan Kompas. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(3), 66–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i3.151>
- Santoso, P. (2021). Framing Pemberitaan Media Televisi Berita Terhadap Figur ‘Habib.’ *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3). <https://doi.org/1,281-295DOI>
- Sofian, A., & Lestarini, N. (2021). Analisis framing pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19 (Analisis framing model Robert N. Entman pada media online Koran.tempo.co Edisi Maret 2020). *Commicast*, 2(1), 58–70.
- Ulya, F. N., & Prabowo, D. (2025, September 8). Prabowo Ganti Sri Mulyani dengan Purbaya Yudhi Sadewa sebagai Menkeu. *Kompas.Com*. <https://nasional.kompas.com/read/2025/09/08/16131041/prabowo-ganti-sri-mulyani-dengan-purbaya-yudhi-sadewa-sebagai-menkeu?page=all>

Wijayanti, J. A. P. (2025, November 6). *Dampak Pergantian Menteri Keuangan: Dari Sri Mulyani Ke Purbaya Yudhi Sadewa*. Unesa.Ac.Id. <https://pe.feb.unesa.ac.id/post/dampak-pergantian-menteri-keuangan-dari-sri-mulyani-ke-purbaya-yudhi-sadewa>