

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah saat ini sedang mempersiapkan pemilu serentak pada tahun 2024 yang didasarkan pada ketentuan berupa Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, sedangkan pelaksanaannya mengikuti ketentuan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal pemilu 2024. Partisipasi masyarakat dalam pemilu ini sangat penting karena dapat menentukan pemimpin untuk menjalankan pemerintahan dengan baik.

Menjelang Pilpres 2024 frekuensi pemberitaan tentang tokoh politik di berbagai media *online* semakin meningkat, kualitas dan kuantitas berita dari berbagai media termasuk detik.com menjadi relevan karena pesta demokrasi 2024 akan segera berlangsung. Informasi mengenai perkembangan arah politik dari tokoh-tokoh politik menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) semakin dibutuhkan dalam suatu pemberitaan yang aktual. Suatu peristiwa perlu dipublikasikan melalui media pemberitaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas informasi yang memiliki nilai yang baru, terkini dan hangat (Abdul Muhaemin dkk, 2019:2). Berita-berita yang didapatkan masyarakat dari media pemberitaan mengakibatkan pengetahuan dan wawasannya semakin berkembang serta berpikir lebih rasional terhadap berbagai peristiwa yang ada dalam pemberitaan, oleh karena itu pemenuhan berita kepada masyarakat perlu dilakukan melalui berbagai media pemberitaan.

Jenis-jenis media pemberitaan yang dapat digunakan untuk penyampaian berita kepada khalayak diantaranya yaitu media cetak (surat kabar, majalah, surat langsung), audio (radio) dan audio visual (televisi, internet) (Hadi, 2019:25). Informasi yang disampaikan oleh media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat, dan semakin besar dampaknya, semakin tinggi nilai yang terkandung dalam suatu berita. Pengaruh dari sebuah pemberitaan ini tergantung pada sejauh mana jumlah masyarakat yang terpengaruh olehnya dan sejauh mana efek berita tersebut memengaruhi khalayak (Suhardiana, 2020:40).

Berita bakal calon presiden 2024 merupakan salah satu berita yang mendapat tempat khusus bagi khalayak terutama menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres 2024), karena desas-

desus siapa yang akan menjadi bakal calon presiden mulai ramai diperbincangkan dan sejumlah nama tokoh-tokoh politik mulai muncul dalam bursa bakal calon presiden semakin membuat media massa untuk menyajikan pemberitaan yang *up to date*. Dalam konteks ini, banyak media massa yang melaporkan pencalonan tersebut, termasuk media cetak, media elektronik, dan media daring.

Media *online* menjadi media massa yang sifatnya lebih baru dibandingkan media cetak karena berita-berita yang disajikan tidak perlu menunggu dicetak dan diedarkan setiap paginya sehingga banyak masyarakat saat ini memilih media *online* untuk mencari berita-berita terkini khususnya pemberitaan bakal calon presiden menjelang Pilpres 2024. Beberapa media *online* yang terus melakukan pemberitaan menjelang Pilpres 2024 secara rutin diantaranya yaitu detik.com, Liputan6.com, Kompas.com, cnbcindonesia.com dan media-media lainnya sehingga khalayak atau masyarakat mendapatkan sudut pandang berbeda-beda dari setiap pemberitaan menjelang Pilpres 2024 yang dibacanya. Hal ini menunjukkan bahwa media *online* mampu berperan penting untuk membentuk opini publik khususnya terkait dengan bakal calon presiden menjelang Pilpres 2024.

Ganjar Pranowo adalah salah satu kandidat yang paling banyak muncul dalam pemberitaan-pemberitaan bakal calon presiden menjelang Pilpres 2024 di berbagai media *online*. Menurut survei yang dilakukan beberapa lembaga seperti Litbang Kompas pada Oktober 2021, Ganjar sejajar dengan Prabowo sebesar 13,9 %. Ini menjadikan nama Ganjar sering muncul. *Development Technology Strategy* (DTS) pada bulan November 2022 lalu menemukan bahwa Ganjar mendapatkan rating tertinggi sebesar 31,57% yang kemudian diikuti oleh Prabowo dengan rating 28,10%. Kemudian, berdasarkan Survei Mujani *Research and Consulting* (SMRC) pada bulan Desember 2022 lalu, Ganjar memiliki elektabilitas sebesar 32,2%, sedangkan Prabowo sebesar 17,0% begitu pula dengan lembaga survei Charta Politika menampilkan Ganjar menempati 25,8% dan diikuti Prabowo 22,3% (Permatasari, 2023: 617). Lebih lanjut survey Bakal Calon Presiden terbaru yang dilakukan oleh Lembaga Indo Riset pada periode 11-18 September 2023, Ganjar memiliki rating tertinggi dengan presentase 34,4% diikuti Prabowo dengan presentase 34,3% dan Anies memiliki presentase 25,2%.

Elektabilitas Ganjar Pranowo yang tinggi ini tidak lain disebabkan karena sejak awal 2020 mencitrakan dirinya melalui media sosial untuk mencari simpati masyarakat Indonesia

sehingga menjadikannya di posisi puncak survey Bakal Calon Presiden 2024. Faktor penyebab unggulnya Ganjar Pranowo dalam survey Capres 2024 yakni Ganjar memiliki jabatan publik sebagai Gubernur Jawa Tengah sehingga hal itu menjadi panggung politik baginya. Selain itu, gaya komunikasi Ganjar yang mudah dicerna publik sehingga lebih dikenal luas oleh masyarakat. Meski bisa jadi hanya *gimmick* politik, beberapa gebrakan Ganjar menjadi sorotan publik sehingga mengundang simpati dan publik menilai bahwa Ganjar berpeluang besar sebagai Capres 2024.

Pencalonan Ganjar sebagai Capres 2024 oleh PDIP dianggap tidak sesuai dengan realitas ekonomi masyarakat di Jawa Tengah. Efriza, seorang pengamat politik dari Citra Institute, menyatakan bahwa kinerja Ganjar Pranowo selama dua periode tidak memberikan kesejahteraan maksimal kepada warga Jawa Tengah. Hal ini disebabkan oleh banyaknya masalah yang masih perlu diatasi, terutama tingginya tingkat kemiskinan (Dwi, 2023). Rizal Ramli, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman, juga menyoroti tingginya angka kemiskinan di tiga provinsi besar di Indonesia, termasuk Jawa Tengah. Melalui akun Twitter pribadinya, ia mengkritik Ganjar Pranowo, gubernur Jawa Tengah, yang dianggap terlalu fokus pada persiapan Pilpres 2024 (Firmansyah, 2022:1).

Berdasarkan berita yang ditulis oleh Arie Putra pada Detiknews edisi 10 April 2023, satu teori konspirasi yang ramai diperbincangkan adalah Gubernur Ganjar yang merupakan bakal calon presiden dengan elektabilitas paling tinggi sedang dikorbankan oleh PDI-Perjuangan karena adanya persaingan dalam internal partai terkait Pilpres 2024. Muncul berbagai survey dari beberapa lembaga terkait elektabilitas Ganjar, seperti survey yang dilakukan oleh lembaga ASI, dalam Pilpres 2024 dengan hasil paling unggul (Detik.com edisi 31 Agustus 2022). Namun kemudian karena kontroversi piala dunia survey kembali dilakukan oleh MIPROS dan hasilnya elektabilitas Ganjar sebagai Capres turun drastis (Detik.com edisi 05 April 2023). Sebagian besar Masyarakat sangat kecewa dengan sikap Ganjar Pranowo karena menolak tim nasional Israel untuk bertanding di indonesia, yang dampaknya berpotensi Piala Dunia U20 batal, isu tersebut kemudian ramai diperbincangkan publik hingga mengulas kembali pencapaian apa yang dimiliki Ganjar Pranowo selama menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah, hingga isu kemiskinan pun kembali ramai menjadi pembahasan.

Berikut ini adalah salah satu contoh pemberitaan Ganjar terkait dengan kemiskinan di Jawa Tengah sebagai hasil usahanya.

detikJateng

9 Tahun Pimpin Jateng, Ganjar Turunkan Kemiskinan Satu Juta Orang

Jihaan Khoirunnisa - detikJateng
Sabtu, 24 Desember 2022 19:43 WIB

Jakarta - Sejak memimpin Provinsi Jawa Tengah (Jateng) pada tahun 2013, Gubernur Ganjar Pranowo sukses mengentaskan kemiskinan di wilayahnya. Tercatat satu juta warga yang kesejahteraan hidupnya meningkat dan bebas dari kemiskinan.

(Sumber: Detik.com edisi 24 Desember 2022)

Berdasarkan pemberitaan detik.com edisi 24/12/22 yang menyebutkan “9 Tahun Pimpin Jateng, Ganjar turunkan kemiskinan Satu Juta orang” hal ini berbeda dengan data dari BPS dimana selama 9 tahun Ganjar turunkan kemiskinan 979,860 Jiwa. Maka berdasarkan ini detik.com terindikasi mengkonstruksi realita yang terjadi dan mengindikasikan melanggar Pasal 1 kode etik jurnalistik karena tidak menyajikan berita secara independen tidak menyajikan berita secara akurat, berimbang dan memiliki niat tertentu dalam pemberitaannya. Ini menunjukkan bahwa detik.com menyajikan data tidak akurat dan menggiring opini publik bahwa Ganjar memiliki prestasi yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui program-program kerjanya selama menjabat sebagai Gubernur. Meskipun demikian, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat kemiskinan di Jawa Tengah mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2019, jumlah penduduk miskin mencapai 3,743 jiwa atau 10,8% dari total penduduk, kemudian pada tahun 2020 meningkat menjadi 3,980 juta jiwa atau 11,41%, dan pada tahun 2021 terjadi peningkatan lagi menjadi 4,109 juta jiwa atau 11,79% dari total penduduk (Firmansyah, 2022:1).

Pemberitaan kontroversi Ganjar Pranowo atas pernyataannya mengenai penolakan kehadiran tim nasional Israel yang mengakibatkan pada batalnya Indonesia sebagai tuan rumah piala dunia U-20 FIFA 2023. Detik.com kemudian turut memberitakan tentang

pernyataan Ganjar Pranowo yang menolak Israel dan dampaknya atas putusan pembatalan U-20 FIFA 2023 di Indonesia.



(Sumber: Detik.com edisi 24 Maret 2023 & 18 April 2023)

Pada pemberitaan pertama pada 24 Maret 2023, detik.com memberitakan bahwa sebagai kader PDI Perjuangan, Ganjar Pranowo menunjukkan komitmen yang kuat terhadap amanat dari Bung Karno untuk mendukung kemerdekaan Palestina secara konsisten, sebagaimana diungkapkan dalam Conference of the New Emerging Forces, Konferensi Asia Afrika, dan Gerakan Non Blok. Pemberitaan ini menunjukkan sisi citra positif dari Ganjar Pranowo yang mendukung pahlawan Proklamator dan menjunjung tinggi hak asasi manusia khususnya bagi upaya kemerdekaan Palestina. Akan tetapi sikap Ganjar tersebut menimbulkan kontroversi di masyarakat hingga berdampak pada pembatalan pertandingan sepak bola piala dunia U-20 di Indonesia.

Berdasarkan isu-isu piala dunia yang hampir 1 bulan dari pernyataan Ganjar tersebut, detik.com kembali memberitakan Ganjar dengan judul “SMRC sebut Ganjar Berpeluang Naikkan Elektabilitas dibanding Prabowo” yang dimuat pada tanggal 18 April 2023. Akan tetapi pemberitaan berbeda dengan detik.com yang menilai bahwa elektabilitas Ganjar akan menurun berasal dari media online suaramerdeka.com dengan judul “Beda Hasil Survei Elektabilitas Ganjar usai RI Gagal jadi Tuan Rumah Piala Dunia U-20” yang dimuat pada tanggal 19 April 2023, didalamnya dituliskan bahwa elektabilitas Ganjar merosot hingga 8 persen berdasarkan survei Indikator Politik Indonesia. Selain itu, media online Kompas.com juga memberitakan ada penurunan elektabilitas dari Ganjar dengan judul “Elektabilitas

Ganjar Turun 7-8 Persen, Survei Indikator: Ada Efek Pembatalan Piala Dunia U20” yang dipublis tanggal 20 April 2023.

Detik.com melalui pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 juga menunjukkan adanya sikap subjektivitas dan menggiring opini publik untuk memilih Ganjar Pranowo sebagai Capres. Adanya indikasi subjektivitas detik.com yaitu terlihat pada berita elektabilitas Ganjar yang meningkat sedangkan media lain yaitu suaramerdeka.com dan kompas.com memberitakan elektabilitas Ganjar menurun pasca pembatalan pertandingan U-20. Detik.com dalam menyampaikan porsi berita menjelang Pilpres 2024 lebih banyak kepada Ganjar Pranowo menunjukkan adanya proses seleksi aspek dari realitas mengenai Ganjar Pranowo untuk menggiring perhatian khalayak dan melahirkan persepsi yang berbeda. Detik.com memandang bahwa realitas bukanlah kebenaran mutlak (bersifat subjektif).

Fenomena sikap subjektif detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo tersebut tidak sesuai dengan harapan atau idealismenya. Dalam hal ini, detik.com seharusnya berada pada posisi netral, dan tidak memihak pada kelompok tertentu sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers bahwa media harus benar-benar menjadi saluran informasi bagi masyarakat supaya dapat memonitor peristiwa-peristiwa yang terjadi setiap hari. Selain itu, sudah menjadi kewajiban bagi setiap pelaku jurnalistik dalam pemberitaannya untuk menaati kode etik serta menyajikan pemberitaan yang sesuai azas serta prinsip jurnalistik yang berlaku secara universal, yakni menjunjung tinggi azas objektivitas, akurat, adil, berimbang, dan menegaskan posisi netralitasnya. Namun detik.com menjadi ruang berita untuk *membranding* Ganjar Pranowo sebagai bakal calon dalam Pilpres 2024 sehingga subjektivitas dalam pemberitaan tidak dapat terhindarkan.

1.2 Rumusan Masalah

Setiap media massa termasuk detik.com diharapkan dapat menjalankan kewajibannya untuk menyajikan berita secara objektif, tidak memihak dan berimbang serta memegang teguh ketentuan kode etik jurnalistik. Akan tetapi, nyatanya masih terdapat media massa yang *membranding* citra tokoh politik atau bakal calon presiden dalam Pilpres 2024 sehingga subjektivitas dalam pemberitaan tidak dapat terhindarkan. Hal ini menunjukkan bahwa sesuai dalam paradigma konstruksionis bahwa berita bukanlah pantulan dari realitas,

melainkan sebuah konstruksi dari realitas seperti dalam pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 tidak selalu berisi informasi yang sepenuhnya objektif dan akurat.

Fenomena sikap subjektivitas media detik.com yang tidak sesuai dengan harapan menjelang Pilpres 2024 sangat kental dengan nuansa politis untuk menaikkan citra figur Ganjar Pranowo atau menjatuhkan figur pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media massa sebagai alat politik dalam pertarungan kepentingan elit maupun partai tertentu telah menjadi gejala umum menjelang Pilpres di tingkat nasional maupun di daerah. Berbagai ajang pencitraan yang berlebihan, tendensi sikap yang diskriminatif terhadap golongan atau tokoh calon presiden, serta berbagai upaya pemelintiran substansi pemberitaan pun kerap dengan mudah dijumpai melalui media massa.

Adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan dengan kenyataan media massa dalam memberitakan suatu realitas atau berita-berita Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 menunjukkan detik.com mengkonstruksi sehingga sesuai paradigma konstruktivisme bahwa realitas bukanlah kebenaran yang mutlak. Ini menunjukkan bahwa realitas mengenai Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dikonstruksikan menurut nilai-nilai dari media detik.com yang memiliki kepentingan tersendiri sebagaimana dalam paradigma konstruktivisme bahwa realitas bukanlah suatu kebenaran yang mutlak. Detik.com terlihat berusaha *membranding* citra bakal calon presiden (Ganjar Pranowo) dalam Pilpres 2024 sehingga subjektivitas dalam pemberitaan tidak dapat terhindarkan sehingga perlu dikaji sikap media detik.com menggunakan metode *framing* dalam memberitakan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 melalui struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik sehingga terlihat adanya penonjolan-penonjolan tertentu yang mampu membentuk opini publik. Oleh karena itu pertanyaan penelitian ini yaitu bagaimanakah sikap media detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sikap media detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memperluas pemahaman pembaca mengenai sikap media massa yang melakukan pembingkai terhadap tokoh politik dengan metode *framing* model Pan & Kosicki. Peneliti juga berharap temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada perkembangan pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam konteks metode *framing* media massa melalui struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik sehingga terlihat adanya penonjolan-penonjolan tertentu yang mampu membentuk opini publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat karena dapat memberikan gambaran tentang media *online* dalam membingkai suatu peristiwa atau fenomena di kalangan masyarakat. Penulis juga berharap secara praktis hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi media agar tetap mempertahankan objektivitas dalam pemberitaannya.

1.5 Kerangka Teoritis

1.5.1 *State of The Art*

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya yaitu:

1. ***Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres di 2024: Pada Media Online CNNIndonesia.com dan Tempo.com.***

Penelitian Intan Permatasari pada tahun 2023 dengan judul “*Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres Di 2024: Pada Media Online Cnnindonesia.Com Dan Tempo.Co*”. Hasil penelitiannya yaitu antara CNNIndonesia.com dan Tempo.co memiliki sudut pandang yang berbeda dalam memberitakan pencapresan pada masing-masing calon. CNNIndonesia.com cenderung memframing Ganjar Pranowo secara positif dengan memberitakan elektabilitasnya yang selalu tinggi bersama dengan pasangannya Sandiaga Uno. Berbeda dengan Tempo.co yang cenderung memframing Prabowo Subianto dan Anies Baswedan sebagai saingan Ganjar Pranowo (Permatasari, 2023: 616).

2. Analisis *Framing* Pemberitaan Golkar Siap Tampung Ganjar Pranowo Di Tahun 2024 Pada Media Online

Bahja Bastulbar dan Hendra Setiawan pada tahun 2021 meneliti dengan judul “*Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Golkar Siap Tampung Ganjar Pranowo Di Tahun 2024 Pada Media Online Sindonews.Com Serta Tribunnews.Com*” dengan menggunakan metode *framing* Pan & Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media online tersebut membingkai bahwa Partai Golkar sedang bermain strategi untuk memenangkan Pilpres 2024 dengan menampung Ganjar Pranowo yang selalu memiliki elektabilitas tinggi dibandingkan para saingannya. Pemberitaan ini tidak dijabarkan secara panjang lebar dan menggunakan struktur piramida terbalik sehingga dengan membaca diawal akan diperoleh informasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, pada *lead* berita selalu ada petunjuk penting tentang isi berita sebagaimana dalam model piramida terbalik (Bastulbar dan Setiawan, 2021:9916).

3. Analisis *Framing* Berita Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2014

Permata Romadhonita pada tahun 2015 melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Framing Berita Capres Dan Cawapres Pada Pemilu 2014 Di Harian Republika Dan Jawa Pos*”, dengan menggunakan metode *framing* Pan & Kosicki. Hasil dari penelitian dengan analisis *framing* tersebut yaitu terdapat perbedaan mendasar antara Harian Republika dan Jawa Pos dalam memberitakan Capres pada pemilu 2014. Harian Republika membingkai pemberitaannya dalam idiologi Islam dan menunjukkan adanya objektivitas terhadap kedua pasangan calon presiden dalam Pemilu 2014. Akan tetapi pada Jawa Pos, yang memiliki idiologi bebas cenderung mengikuti arus pasar sehingga ada kalanya unsur subjektivitas dalam pemberitaannya masih terlihat (Romadhonita, 2015: 279).

Ketiga penelitian terdahulu di atas, memiliki persamaan yaitu menganalisis pembedaan atau sikap media terhadap pencalonan presiden. Kesamaan lain yaitu ketiga peneliti terdahulu dengan penelitian ini dalam menganalisis menggunakan model *framing* perspektif Pan & Kosicki. Perbedaan terlihat pada media yang dikaji yaitu detik.com yang belum menjadi objek kajian oleh peneliti sebelumnya.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Analisis sikap media terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 pada penelitian ini menjadi bagian dari paradigma konstruksionis yang memiliki pandangan dan posisi yang khusus terhadap media serta hasil teks beritanya. Pemikiran tentang ide konstruksionisme disajikan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku "The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge" pada 1966. Mereka menggambarkan dalam kerangka konstruksionis bahwa realitas dibentuk melalui interaksi dan tindakan individu, yang kemudian membentuk realitas yang terus berubah dan dialami secara subjektif bersama-sama. Berger dan Luckman menyoroti bahwa realitas yang ada terdiri dari dimensi subjektif dan objektif yang merupakan hasil dari pemikiran individu atau manusia (Umanailo, 2016: 217). Paradigma konstruksionis juga memberikan evaluasi tentang cara pandang terhadap media, wartawan, atau pesan media.

Pertama, fakta atau fenomena yang dilaporkan oleh media merupakan produk dari konstruksi. Oleh karena itu, realitas yang terdapat dalam liputan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 di detik.com adalah hasil konstruksi wartawan yang memiliki sudut pandang yang berbeda. Dalam paradigma konstruksionis, berita bukanlah pantulan dari realitas, melainkan sebuah konstruksi dari realitas. Ini mengindikasikan bahwa pelaporan mengenai Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 bukanlah informasi yang sepenuhnya akurat atau selalu mencerminkan kenyataan.

Kedua, menurut pandangan konstruksionis, setiap berita bersifat subjektif karena tidak dapat terhindar dari opini saat wartawan melibatkan diri dalam liputan dan memberikan pertimbangan subjektif. Detik.com sebagai agen konstruksi memiliki kerangka sendiri yang pada akhirnya membentuk cara pandang dan pemahaman masyarakat terhadap liputan Ganjar Pranowo dari sudut pandang tertentu

Ketiga, media (dalam hal ini detik.com) juga dianggap sebagai agen konstruksi yang memiliki fungsi dan peran untuk menentukan realitas dalam pelaporan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dengan cara memilih realitas mana yang akan disajikan dan mana yang akan diabaikan. Wartawan tidak hanya berperan sebagai pelapor, tetapi juga sebagai agen konstruksi realitas. Wartawan yang bekerja untuk sebuah media seperti detik.com tidak sekadar menyampaikan fakta-fakta, melainkan

juga ikut serta dalam menentukan bagaimana pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 akan diartikulasikan. Peran wartawan dalam hal ini dapat dianggap sebagai partisipan yang menghubungkan beragam sudut pandang subjektivitas pelaku sosial. Dengan kata lain, saat seorang wartawan menulis berita tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024, ia sebenarnya sedang aktif membentuk realitas yang akan disampaikan kepada publik.

Keempat, paradigma konstruksionisme menegaskan bahwa etika, pilihan moral, dan keberpihakan wartawan memegang peranan penting dalam produksi berita. Ini mengindikasikan bahwa wartawan memiliki kecenderungan tertentu yang didasari oleh keyakinan pribadi, yang pada gilirannya mampu membentuk dan mengkonstruksi realitas. Paradigma ini juga menyoroti bahwa pemirsa tidak hanya menjadi subjek pasif, melainkan aktif dalam menafsirkan berita karena setiap individu memiliki penafsiran yang unik terhadap teks berita yang sama (Eriyanto, 2002: 19).

Paradigma konstruksionis dalam penelitian ini dapat memberikan pemahaman terhadap liputan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 oleh detik.com karena realitas tidak bersifat sebagai kebenaran mutlak. Cara realitas mengenai Ganjar Pranowo sebelum Pilpres 2024 dibentuk sesuai dengan nilai-nilai wartawan atau media detik.com yang memiliki agenda atau kepentingan khusus. Penggunaan paradigma ini juga memungkinkan untuk menjelaskan bagaimana fakta atau peristiwa dalam liputan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dikonstruksi, dan sekaligus menggambarkan konstruksi pemberitaan detik.com sebagai media.

1.5.3 Social Construction of Reality Theory

Xhondang & Kosicki mengembangkan teori “*Social Construction of Reality Theory*” yang berfokus pada bagaimana pesan media dibangun oleh individu dan masyarakat melalui interaksi sosial dan budaya. Mereka berpendapat bahwa media tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga membentuk dan memperkuat konstruksi sosial. Teori ini menyoroti bahwa pembentukan konstruksi sosial melibatkan tiga elemen krusial, yakni bahasa, struktur sosial, dan tindakan sosial. Bahasa memainkan peran penting dalam membentuk konstruksi sosial, karena bahasa digunakan untuk mengomunikasikan makna dan nilai. Struktur sosial, seperti institusi, organisasi, dan kelompok sosial, juga mempengaruhi konstruksi sosial, karena struktur sosial

menentukan norma dan aturan sosial yang mengatur perilaku dan pandangan masyarakat. Tindakan sosial, seperti lelucon, stereotip, dan narasi, juga berkontribusi dalam membentuk konstruksi sosial (McQuail, 2011: 56).

Konstruksi sosial adalah proses manusia mengkonstruksi pengertian tentang dunia. Terdapat dua syarat yang diperlukan agar manusia dapat mengkonstruksi pengertian tentang dunia yaitu manusia mempunyai pengalaman bersinggungan dengan dunia itu dan bahasa (Abrar, 2020: 77). Proses suatu konstruksi dapat berlangsung melalui interaksi secara sosial dan dialektis sebagaimana dikemukakan oleh Berger & Luckman kedalam 3 bentuk yaitu (1) *Objective reality*, merupakan pendefinisian realitas secara kompleks karena didalamnya termasuk ideologi, keyakinan, sikap dan tingkah laku dari seseorang sebagai suatu fakta. (2) *Symbolic reality*, adalah seluruh ekspresi secara simbolik dari adanya fakta objektif misalnya teks yang berasal dari produk media baik cetak maupun elektronik. (3) *Subjective reality*, adalah suatu konstruksi yang mendefinisikan bahwa realitas dari seseorang dapat dikonstruksi melalui proses secara internal.

Berdasarkan *Social Construction of Reality Theory*, maka dapat diketahui bahwa suatu fenomena peristiwa merupakan hasil pengkonstruksian. Akan tetapi melalui pendekatan konstruktivis ini maka suatu realita tidak selalu dipandang secara objektif namun juga secara subjektif. Hal ini dapat dilihat bahwa suatu fenomena tertentu yang sedang terjadi dimasyarakat merupakan hasil dari konstruksi. Oleh karena itu, melalui pendekatan konstruktivis maka sebuah realitas tidak selalu bersifat objektif namun ada kalanya juga bersifat subjektif (Eriyanto, 2004:145), karena suatu berita dari fenomena tersebut disampaikan kepada publik merupakan bagian dari konstruksi dan adanya konsep subjektivitas dari jurnalis yang membuat berita tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, “*Social Construction of Reality Theory*” dapat diaplikasikan dalam analisis bagaimana media membentuk konstruksi pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Media memiliki kemampuan untuk memengaruhi cara masyarakat melihat dan memahami arah Pilpres 2024, terutama melalui cara tokoh Ganjar Pranowo digambarkan pada media dan bahasa yang digunakan untuk menggambarkan situasi menjelang Pilpres 2024. Media memperkuat konstruksi sosial tentang Ganjar Pranowo dalam Pilpres 2024 yang dibangun oleh

masyarakat melalui bahasa, struktur sosial, dan tindakan sosial, seperti stereotip dan lelucon yang merendahkan atau mendiskreditkan. Di sisi lain, media juga dapat berperan sebagai agen perubahan dan membantu mengubah konstruksi sosial yang negatif terhadap Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024, dengan mendorong inklusivitas dan pengakuan akan prestasi-prestasi Ganjar Pranowo selama menjabat sebagai Gubernur.

1.5.4 Teori Agenda Setting

Teori agenda setting berawal dari pemikiran dua orang yaitu Walter Lippman dan Bernard Cohen. Lalu teori agenda setting ini diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972. Maxwell McCombs dan Donald Shaw, menemukan dalam survei pemilih Carolina Utara selama pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 bahwa apa yang dianggap orang sebagai masalah terpenting adalah apa yang dilaporkan media massa sebagai yang paling penting. Dengan demikian, teori agenda-setting lahir, dibangun di atas gagasan bahwa media massa menetapkan agenda tentang apa yang harus diperhatikan orang (Efendi dkk, 2023: 1716).

Aplikasi teori agenda setting pertama sekali pada penelitian perubahan sikap pemilih dalam kampanye pemilu Presiden AS tahun 1968, memberikan hasil penelitian berbalik dengan teori efek media terbatas (*the limited media effect theories*) sebelumnya. Dengan kata lain teori agenda setting menganggap media memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi khalayak terhadap suatu isu. Fungsi teori ini berlangsung karena media sangat selektif dalam menyiarkan berita, yang menarik bagi publik baik dilihat dari aspek nilai berita (*news value*) maupun nilai jual (*sell value*). Sehingga model agenda setting ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian khalayak pada persoalan yang sama (Ritonga, 2018: 35).

Teori agenda setting merupakan teori yang digunakan dalam ilmu komunikasi pada komunikasi massa yang dapat mempengaruhi khalayak. Ada dua asumsi dasar yang menjadi dasar penelitian tentang agenda setting yang pertama yaitu masyarakat pers dan massa media tidak memberikan fakta yang asli, mereka memilih dan membentuk isu. Kedua konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah

masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain. Munculnya teori agenda setting memberikan kritik dengan menggambarkan bahwa manusia adalah pasif sehingga dalam mengendalikan lingkungannya agenda media berpengaruh terhadap agenda masyarakat (Efendi dkk, 2023: 1715).

Keberadaan media massa memiliki dampak signifikan terhadap opini publik. Untuk memahami bagaimana komunikasi massa memengaruhi pendapat masyarakat, penting untuk mempertimbangkan teori agenda setting. Teori ini menyoroti korelasi positif antara perhatian media terhadap suatu isu dan perhatian masyarakat terhadap isu tersebut. Dalam teori ini, isu yang dianggap penting oleh media cenderung juga dianggap penting oleh masyarakat, sementara isu yang diabaikan oleh media cenderung diabaikan juga oleh publik. Model agenda setting memiliki dampak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak langsung berkaitan dengan bagaimana suatu isu menjadi fokus perhatian masyarakat, yang mana isu-isu tersebut dianggap paling penting oleh khalayak di antara banyaknya isu yang ada. Namun, efek tidak langsung mencakup persepsi (pengetahuan tentang suatu kejadian tertentu) atau tindakan. (Habibie, 2018: 81).

1.5.5 Metode *Framing* Model Pan dan Kosicki.

Framing dapat diartikan sebagai suatu metode atau pendekatan guna mengetahui sudut pandang atau realitas yang dibangun oleh wartawan pada media terkait dengan isu-isu tertentu dan menuliskannya dalam sebuah berita (Sobur, 2009: 56). Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa *framing* merupakan teknik untuk menganalisis teks media sehingga termasuk dalam penelitian konstruksionis guna memahami ideologi maupun cara dari suatu media untuk mengkonstruksi fakta dimasyarakat. Oleh karena itu, *framing* dengan paradigma konstruksionis mempunyai fokus penelitian berupa upaya untuk mengkonstruksikan suatu faktor atau fenomena dengan cara maupun proses apapun.

Metode *framing* menjadi suatu kebutuhan bagi seorang jurnalis untuk mengkonstruksikan berita karena seorang jurnalis tidak mampu mengkonstruksi seluruh fenomena atau fakta yang tengah terjadi. Oleh karena itu, ada bagian tertentu yang dapat dijadikan sebagai objek analisis framing. Hal ini sebagaimana menurut Abrar (2011:343) bahwa ada 3 bagian berita yang menjadi objek *framing* diantaranya yaitu (1) judul dari berita, judul ini umumnya dibingkai dengan teknik empati sehingga setiap pembaca yang

membaca judul berita akan memiliki “khayalah pribadi”; (2) fokus dari suatu berita, umumnya dibingkai dengan teknik asosiatif yaitu menjadikan fenomena dan kebijakan nyata sebagai fokus pemberitaan yang menarik bagi pembaca; dan (3) penutup berita, dibingkai dengan teknik *packing* sehingga mampu menempatkan pembaca tidak akan menolak untuk mengikuti ajakan di dalam berita.

Untuk menilai teks media, beberapa model analisis framing dapat digunakan, salah satunya adalah model analisis Pan dan Kosicki. Dalam kerangka analisis framing yang dikembangkan oleh Pan dan Kosicki, terdapat empat struktur utama yang membentuk perangkat framing:

1) Sintaksis

Struktur sintaksis menunjukkan bagaimana seorang wartawan memasukkan peristiwa atau fakta ke dalam susunan frasa atau kalimat untuk diberitakan. Susunan berita selanjutnya dirangkai secara teratur untuk membentuk konsep yang menjadi panduan bagi wartawan dalam menyusun peristiwa atau fakta. Dalam struktur sintaksis ini, beberapa aspek dapat diamati, termasuk (a) *Headline*, yang merupakan elemen menarik utama bagi publik dan mempengaruhi cara wartawan mengkonstruksikan peristiwa. (b) *Lead*, bagian utama dari berita yang memberikan perspektif tertentu tentang peristiwa atau fakta yang disampaikan. (c) *Latar*, bagian yang memengaruhi persepsi publik atau pembaca terhadap makna yang ingin disampaikan dalam pemberitaan. (d) *Sumber berita* atau kutipan dari sumber berita ini memiliki potensi memengaruhi pandangan publik atau pembaca karena tingkat kredibilitas yang terkait.

2) Skrip

Struktur skrip mencerminkan cara wartawan mengatur dan menyusun peristiwa ke dalam pemberitaannya dengan cara menggunakan pendekatan 5 W dan 1 H (*who, what, when, where, why* dan *how*). fungsi dari pendekatan tersebut tidak lain adalah sebagai penanda *framing* yang dilakukan oleh media atau wartawan dalam menyajikan pemberitaan.

3) Tematik

Struktur tematik berkaitan dengan cara seorang jurnalis mengumpulkan dan menerapkan perspektif atau sudut pandangnya terhadap peristiwa atau fakta, lalu

mentransformasikannya menjadi proposisi, kalimat, atau relasi antarkalimat untuk membentuk sebuah wacana teks secara menyeluruh. Detail, tujuan, dan keterkaitan kalimat, normalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, dan penggunaan kata ganti adalah beberapa yang termasuk ke dalam perangkat framing.

4) Retoris

Pada struktur retorik, wartawan menunjukkan bagaimana mereka menekankan arti implikasi tertentu dalam sebuah berita melalui penggunaan unsur grafis yang lebih menarik, seperti huruf tebal, huruf miring, garis bawah, grafik, gambar atau foto, tabel, dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk memberikan efek kognitif kepada pembaca.

Framing memiliki dua tujuan, yang pertama bersifat internal sebagai alat untuk mengorganisir materi dari fakta sehingga dapat direkonstruksi menjadi teks terstruktur. Yang kedua, framing berfungsi sebagai cara untuk menyajikan makna implisit (tersirat). Hasil dari kegiatan framing ini adalah wacana, yang mencerminkan makna tersirat dari berita yang disusun oleh wartawan. Framing berita dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu framing media yang dilakukan oleh wartawan, dan framing individu yang dilakukan oleh masyarakat. Terkait dengan yang terakhir, framing oleh individu dioperasionalkan di atas dasar konstruksi sosial (Abrar, 2022:7).

Peneliti menggunakan metode analisis framing berdasarkan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan pertimbangan bahwa model ini paling sesuai untuk studi kasus pemberitaan oleh media massa dan jurnalistik dalam penelitian ini. Dalam konteks ini, model framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana media massa melakukan framing yang berdampak pada pekerjaan wartawan, serta bagaimana seorang jurnalis mampu mengangkat suatu fenomena atau peristiwa sehingga menjadi penting dan menonjol pada aspek-aspek tertentu. Sintaksis, skrip, tematik, dan retorik adalah empat struktur analisis yang digunakan dalam analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Penelitian deskriptif digunakan peneliti untuk mengetahui sudut pandang atau *framing* detik.com terkait dengan pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Tipe penelitian deskriptif mampu menjelaskan aspek-aspek *framing* oleh detik.com berupa sintaksi, skrip, tematik dan retorik.

1.6.2 Situs Penelitian

Situs penelitian ini yaitu detik.com dengan pertimbangan bahwa detik.com berada dalam peringkat kedua sebagai media nasional yang sering dikunjungi pada tahun 2023. Selain itu, detik.com melanggar Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik karena tidak bersikap independen serta secara masif memberitakan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 yaitu sebelum ditetapkan dan setelah ditetapkan sebagai bakal calon presiden dari Partai PDIP pada tanggal 21 April 2023. Oleh karena itu, penetapan detik.com sebagai situs penelitian sudah sangat tepat.

1.6.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah artikel berita dengan topik Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 yang diterbitkan oleh media online detik.com. Berita-berita dari detik.com yang menjadi objek analisis pada penelitian ini yaitu pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dengan dibatasi rentang waktu 20 Maret 2023 hingga 20 Mei 2023. Dalam hal ini, peneliti menghimpun berita-berita Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 pada detik.com menggunakan *keyword* “Ganjar” di laman berita detik.com. Selanjutnya, peneliti memilih 5 tema dan 20 berita Ganjar Pranowo dengan mengelompokkan berita berdasarkan tema pembahasan yang berbeda-beda.

1.6.4 Jenis Data

Peneliti Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada sumber informasi yang secara langsung memberikan data kepada peneliti, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2018: 213). Peneliti akan mengumpulkan data primer ini langsung dari sumber utama atau lokasi penelitian, contohnya adalah berita yang dipublikasikan oleh media online seperti Detik.com. Sementara itu, data sekunder mengacu pada informasi yang sudah ada sebelumnya.

Referensi dari perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, dan internet merupakan beberapa contoh sumber data sekunder (Sekaran, 2011: 76). Dalam konteks penelitian ini, sumber data sekunder yang akan digunakan meliputi buku, skripsi, internet, dan segala informasi relevan lainnya yang terkait dengan penelitian..

1.6.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari berita yang mencakup informasi tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024, yang dipublikasikan pada media online Detik.com dalam rentang waktu 20 Maret 2023 hingga 20 Mei 2023. Pemilihan Detik.com sebagai sumber data didasarkan pada pertimbangan bahwa berdasarkan kode etik jurnalistik, khususnya Pasal 1, dinyatakan bahwa wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Detik.com terindikasi mengkonstruksi realita yang terjadi dan menggiring opini publik secara positif kepada Ganjar Pranowo sebagai calon presiden dalam pemberitaan-pemberitaanya menjelang Pilpres 2024.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi sebagai metode pengumpulan data, yang merujuk pada proses mengumpulkan berita-berita yang terdapat pada media online Detik.com terkait dengan pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Data atau berita-berita yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dilakukan proses seleksi terhadap berita-berita yang memiliki tema berbeda dan layak untuk ditampilkan sebagai objek analisis *framing*.

1.6.7 Analisis Dan Interpretasi Data

Analisis data yang peneliti gunakan adalah analisis framing dengan model Zhongdang & Kosicki. Analisis framing ini terdiri dari 4 (empat) stuktur meliputi sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Dalam analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki maka akan dapat diketahui pembingkai detik.com terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024, melalui penonjolan-penonjolan tertentu sehingga mampu membentuk opini publik.

Langkah-langkah analisis data yang dijelaskan oleh Creswell (2016: 134) melibatkan beberapa tahapan. Pertama, peneliti mempersiapkan dan mengolah data untuk

dilakukan analisis. Pada tahap ini, peneliti menelaah data yang telah dikumpulkan, melakukan penyusunan, dan memilih data berdasarkan kategori yang berbeda terkait dengan sumber informasi yang diperoleh. Kedua, peneliti membaca keseluruhan data untuk mendapatkan pemahaman umum, selanjutnya melakukan general sense, dan mencatat informasi penting yang terkait dengan data yang dianalisis. Ketiga, peneliti melakukan analisis rinci dengan menerapkan proses pengkodean data. Keempat, peneliti menggambarkan penjelasan penelitian dalam bentuk laporan kualitatif dan narasi. Terakhir, kelima, peneliti melakukan interpretasi dan memberikan makna terhadap data yang telah dianalisis.

Berdasarkan metode analisis data Creswell yang telah diuraikan, langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan pengumpulan data yang akan menjadi unit analisis, yaitu berita yang membahas isu Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 pada situs detik.com.
2. Melakukan penganalisan data dengan bingkai atau framing dari Zhondang & Kosicki (Pan & Kosicki, 1993),:
 - a. Melakukan analisis terhadap struktur sintaksis
Sintaksis menunjukkan bagaimana wartawan dalam menyusun fakta. Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, dan pernyataan penutup adalah bagian yang diamati dari pembungkaman berita.
 - b. Melakukan analisis terhadap skrip
Struktur skrip mencerminkan cara wartawan mengatur dan menyusun peristiwa kedalam pemberitaannya dengan cara menggunakan pendekatan 5 W dan 1 H (*who, what, when, where, why* dan *how*). Fungsi dari pendekatan tersebut tidak lain adalah sebagai penanda *framing* yang dilakukan oleh media atau wartawan dalam menyajikan pemberitaan.
 - c. Melakukan analisis terhadap tematik
Struktur tematik berkaitan dengan cara seorang jurnalis mengumpulkan dan menerapkan perspektif atau sudut pandangnya terhadap peristiwa atau fakta, lalu mentransformasikannya menjadi proposisi, kalimat, atau relasi antarkalimat untuk membentuk sebuah wacana teks secara menyeluruh.

Detail, tujuan, dan keterkaitan kalimat, normalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, dan penggunaan kata ganti adalah beberapa yang termasuk ke dalam perangkat framing.

d. Melakukan analisis terhadap retorika

Pada struktur retorika, wartawan menunjukkan bagaimana menekankan arti implikasi tertentu dalam sebuah berita melalui penggunaan unsur grafis yang menarik, seperti huruf tebal, huruf miring, garis bawah, grafik, gambar atau foto, tabel, dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk memberikan efek kognitif kepada pembaca.

3. Melakukan pengolahan hasil analisis

4. Melakukan penarikan simpulan dari hasil penelitian.

5. Membuat dan menetapkan rekomendasi yang didasarkan pada hasil penelitian.

1.6.8 Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Kualitas data dapat dinilai dengan kriteria yang berbeda-beda sesuai dengan paradigma penelitian yang digunakan. Kriteria-kriteria yang berbeda tersebut kemudian digunakan sebagai dasar penilaian dengan tujuan untuk memahami dan mengawasi kualitas hasil penelitian. Pada konteks penelitian kualitatif, untuk mengukur validitas data, empat kriteria pengujian dapat digunakan, yaitu uji kredibilitas (*credibility*), uji transferabilitas (*transferability*), uji dependabilitas (*dependability*), dan uji konformitas (*conformability*) (Yusuf, 2014: 396).

Dalam penelitian ini, uji kualitas data difokuskan pada uji kredibilitas data. Uji kredibilitas, atau kepercayaan terhadap data yang dihasilkan dari penelitian kualitatif, dapat ditingkatkan melalui peningkatan ketelitian dalam pelaksanaan penelitian. Peningkatan ketelitian mengacu pada konduktivitas observasi yang lebih teliti dan berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, kepastian data dan urutan peristiwa terkait pemberitaan Ganjar Pranowo oleh detik.com menjelang Pilpres 2024 dapat dianalisis dengan lebih pasti dan sistematis.