

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemiskinan masih menjadi salah satu persoalan serius yang dihadapi Indonesia hingga saat ini, tidak terkecuali di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, persentase penduduk miskin di Jawa Tengah tercatat sebesar 10,77 persen atau sekitar 3,79 juta jiwa. Angka ini menempatkan Jawa Tengah sebagai provinsi dengan tingkat kemiskinan paling tinggi di Pulau Jawa setelah DI Yogyakarta dengan penduduk miskin 11,04 persen atau mencapai 448.000 jiwa, (*Disway.id*, 16/10/2023). Haal ini tentu menjadi ironi tersendiri, pasalnya Jawa Tengah memiliki kekayaan sumber daya alam, potensi ekonomi yang melimpah, dan memiliki modal kuat untuk tumbuh dan berkembang.

Adapun faktor utama penyebab kemiskinan di Jawa Tengah tahun 2023 menurut BPS mencakup rendahnya pendidikan yang berdampak pada sulitnya mendapatkan pekerjaan layak, serta ketergantungan mayoritas penduduk pada sektor informal yang rentan terhadap guncangan ekonomi. Selain itu, akses terbatas terhadap infrastruktur dan layanan dasar seperti kesehatan dan sanitasi yang belum merata juga menjadi faktor penyumbang kemiskinan. Meskipun ada upaya pemerintah untuk mengurangi angka kemiskinan, faktor-faktor struktural ini tetap menjadi akar masalah yang perlu terus ditangani secara komprehensif, (Saichudin, 2023).

Fakta ini tentu menjadi kontradiksi menarik. Di satu sisi, Jawa Tengah dikenal sebagai provinsi dengan sektor pertanian yang kuat, potensi pariwisata yang menjanjikan, dan basis industri yang terus berkembang. Namun di sisi lain, sebagian besar masyarakat masih harus berhadapan dengan realitas kemiskinan, kesenjangan sosial, serta keterbatasan akses ekonomi. Fenomena ini kerap menjadikan Jawa Tengah mendapatkan label negatif dari pihak luar. Tidak jarang, provinsi tersebut menjadi bahan olok-olok karena dianggap sebagai “provinsi termiskin” di Pulau Jawa. Stigma ini bukan hanya memengaruhi citra daerah, melainkan juga memunculkan sentimen terhadap pemimpin yang berkuasa saat itu, yakni Gubernur Ganjar Pranowo.



Gambar 1.1 : Infografis data kemiskinan di enam provinsi di Pulau Jawa
(Foto: Goodstate)

Secara konseptual, kemiskinan tidak hanya sekadar soal kurangnya pendapatan, melainkan juga menyangkut keterbatasan akses terhadap layanan dasar dan peluang kehidupan yang layak. Suharto (2009) mendefinisikan kemiskinan sebagai ketidakmampuan seseorang atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dasar untuk

mempertahankan hidup yang layak, baik dari aspek ekonomi maupun non-ekonomi. Sementara Todaro dan Smith (2011) menekankan bahwa kemiskinan ialah kondisi multidimensional, mencakup keterbatasan pendidikan, kesehatan, akses pekerjaan, hingga partisipasi sosial. Dengan kata lain, kemiskinan bukan hanya permasalahan ekonomi, melainkan juga berkaitan dengan struktur sosial, politik, dan kebijakan publik.

Selama 10 tahun memimpin Jawa Tengah, Ganjar Pranowo menerapkan berbagai program unggulan untuk mengatasi kemiskinan. Salah satu inisiatifnya ialah membangun SMK dengan asrama khusus untuk siswa dari keluarga miskin. Dari tahun 2014 hingga 2023, program ini telah meluluskan lebih dari 1.800 siswa, di mana 70 persennya berhasil mendapatkan pekerjaan, sementara 30 persen sisanya melanjutkan pendidikan tinggi atau memulai usaha sendiri. Untuk mendorong aktivitas ekonomi dan menjaga produktivitas warga, Pemprov Jawa Tengah juga meluncurkan TransJateng pada 2019, sebuah layanan transportasi publik dengan tarif terjangkau. Masyarakat miskin hanya membayar Rp2.000, sedangkan tarif umum adalah Rp4.000.

Selama pandemi Covid-19, Ganjar juga memberikan bantuan sosial berupa uang tunai sebesar Rp200.000 kepada 133.555 keluarga yang kehilangan pekerjaan. Program andalan lainnya ialah perbaikan rumah tidak layak huni (RTLH). Sejak 2013 hingga 2022, program ini telah merenovasi 1.041.894 unit RTLH di 35 kabupaten/kota. Selain itu, ada program Tuku Lemah Oleh Omah untuk membantu keluarga miskin memiliki hunian. Sejak dimulai tahun 2020, program ini telah membangun ratusan rumah. Terakhir, program Kartu Jateng Sejahtera (KJS) menysasar sekitar 13.000 keluarga miskin nonproduktif yang belum terakomodir program kesejahteraan pemerintah. Pemegang KJS

menerima bantuan dana awal sebesar Rp200.000, yang kemudian ditingkatkan menjadi Rp170.000 pada tahun 2023, (*Kompas.com*, 29/1/2024).

Persoalan kemiskinan di Jateng seringkali menjadi sorotan media. Media massa, khususnya media *online*, menjadikan isu tersebut sebagai salah satu topik hangat yang layak diberitakan. Apalagi, figur yang berada di pusaran isu ini adalah Ganjar Pranowo, Gubernur Jawa Tengah dua periode yang juga masuk dalam bursa calon presiden pada Pemilihan Umum (Pemilu) 2024. Posisi Ganjar membuat persoalan kemiskinan di Jawa Tengah tidak hanya dipandang sebagai persoalan lokal, tetapi juga ditarik ke dalam konteks politik nasional. Dengan kata lain, isu kemiskinan tidak hanya menyangkut realitas kesekelahan masyarakat Jateng, tetapi juga berimplikasi pada pencitraan dan elektabilitas figur politik yang sedang diproyeksikan sebagai pemimpin nasional.

Program dan kebijakan yang diluncurkan Ganjar Pranowo dalam upaya mengatasi kemiskinan di Jawa Tengah telah banyak diberitakan media. Ada narasi yang menggambarkan Ganjar sebagai pemimpin yang berhasil mengentaskan masalah kemiskinan dan peduli terhadap masyarakat kecil melalui program bantuan sosial, pemberdayaan desa, dan pembangunan infrastruktur. Namun, di sisi lain, tidak sedikit pemberitaan di media yang justru mengkritik Ganjar yang telah gagal menangani masalah kemiskinan. Pasalnya selama 10 tahun memimpin, Jateng tetap menjadi provinsi dengan angka kemiskinan tertinggi di Pulau Jawa. Ganjar dianggap gagal menangani kemiskinan

Dalam hal ini, *framing* media memainkan peran penting dalam membangun narasi. *Framing* adalah proses bagaimana media memilih, menekankan, dan mengemas realitas untuk disajikan kepada khalayak. Realitas sosial yang ada di masyarakat tidak

pernah tampil secara utuh, melainkan diseleksi, dipilih, ditonjolkan, dan ditafsirkan sesuai dengan sudut pandang media, (Eriyanto, 2002). Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan makna tertentu terhadap fakta dengan memilih sisi yang penting dan mana yang tidak relevan untuk dihadirkan. Dalam konteks isu kemiskinan, media bisa saja menonjolkan program Ganjar yang berhasil menurunkan kemiskinan, atau menekankan fakta bahwa Jawa Tengah tetap provinsi miskin di Jawa.

Menurut Eriyanto, *framing* tidak bersifat netral. Di balik setiap pilihan kata, gambar, *headline*, dan narasumber yang diangkat media, terdapat ideologi atau kepentingan tertentu. Fakta sosial yang ditampilkan di media ialah realitas yang sudah dikonstruksi sesuai kepentingan redaksi atau pemilik media, sehingga pembaca tidak hanya menerima fakta apa adanya, tetapi fakta yang sudah "dibingkai" dengan makna tertentu. Karena itu, *framing* berita seringkali dipengaruhi oleh orientasi politik dan ekonomi media. Pan dan Kosicki (1993) menjelaskan, *framing* bekerja melalui struktur teks media, mulai dari *headline*, pemilihan narasumber, pemilihan kata, hingga penyusunan narasi. Dengan *framing*, media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mengarahkan cara pandang khalayak dalam memahami suatu isu.

Bagi masyarakat, media merupakan salah satu kekuatan dan instrumen besar yang dapat berdampak pada keberlangsungan kehidupan sosial masyarakat. Media dapat menjadi pendidikan dan sumber informasi guna mewujudkan kemajuan kehidupan berbangsa dan bernegara melalui terwujudnya demokratisasi yang transparan. Namun di sisi lain, keberadaan media massa juga dapat berdampak negatif pada sistem sosial masyarakat, hal demikian dikarenakan pemberitaan dapat dipengaruhi oleh berbagai

kepentingan pragmatis seseorang atau suatu kelompok tertentu guna memperoleh suatu keuntungan (Suhardiana, 2020). Apalagi di tengah kemajuan teknologi digital yang begitu pesat, media juga turut mengalami transformasi dengan melakukan konvergensi.

Media massa hadir dalam berbagai bentuk, mulai dari media cetak seperti surat kabar dan majalah hingga media elektronik seperti radio, televisi, internet, dan film (Ali dkk., 2022). Namun di era digital ini, media *online* turut mewarnai perkembangan produk jurnalistik. Bahkan media *online* memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media cetak maupun elektronik. Yakni mampu menyajikan informasi lebih cepat serta daya jangkauan informasi yang disajikan juga lebih luas. Selain itu, media *online* juga dapat melakukan pembaruan informasi atau berita dari waktu ke waktu tanpa harus menunggu keesokan harinya serta produk jurnalistik di media *online* juga dapat disimpan sebagai suatu dokumen secara digital, (Suyasa & Sedana, 2020).

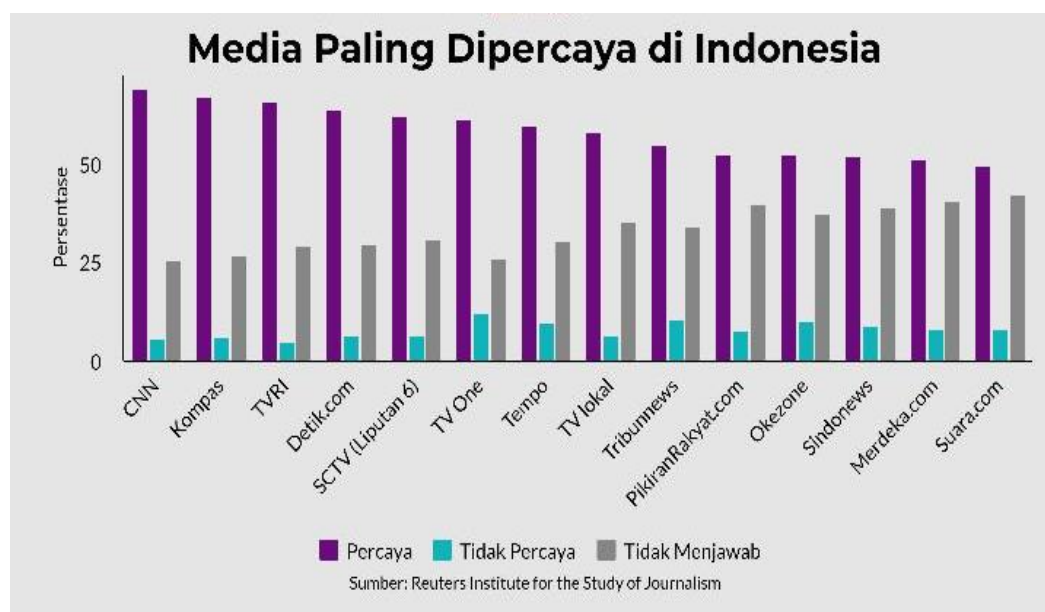
Peran media massa di era digital sangat penting karena tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk opini publik. Media bertindak sebagai agen konstruksi sosial karena cara menyajikan berita dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap suatu realitas, (Kamaruddin, 2016). Namun, realitas yang digambarkan media tidak selalu sepenuhnya akurat. Ada hubungan timbal balik antara media dan realitas sosial: media mencerminkan kondisi masyarakat, sekaligus menciptakan realitas itu sendiri dengan memilih informasi apa yang akan ditampilkan dan cara menyajikannya secara selektif, (Thadi, 2014). Sudut pandang yang ditampilkan media pada akhirnya dapat membentuk cara pandang masyarakat terhadap dunia, (Kamaruddin, 2016).

Dalam hal inilah, peran *framing* semakin signifikan di era media digital. Transformasi media dari cetak ke media *online* membuat arus informasi mengalir lebih cepat, lebih masif, dan lebih mudah diakses masyarakat. *Framing* di media digital lebih dinamis karena informasi diproduksi dan disebarkan dengan kecepatan tinggi. Setiap berita bisa langsung dikemas dengan sudut pandang tertentu dan tersebar masif melalui situs berita. Kecepatan ini membuat *framing* lebih mudah memengaruhi pembaca secara langsung, karena publik jarang melakukan verifikasi mendalam. Bahkan, di media digital, judul berita (*headline*) menjadi pintu masuk utama *raming*. Banyak pembaca hanya membaca judul tanpa membuka isi berita.

Framing menjadi salah satu konsep penting dalam kajian ilmu komunikasi, yang secara sederhana dapat dipahami sebagai cara media mengkonstruksi realitas dengan menekankan aspek tertentu dari suatu peristiwa dan mengabaikan aspek lainnya. Dalam konteks isu kemiskinan di Jawa Tengah, *framing* media sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap Ganjar Pranowo, baik sebagai Gubernur maupun sebagai figur politik nasional. Pemberitaan yang menonjolkan kegagalan Ganjar dapat memperlemah citranya, sementara pemberitaan yang menekankan capaian program dapat memperkuat citra positifnya sebagai calon pemimpin bangsa.

Salah satu media *online* nasional yang cukup intens memberitakan persoalan ini adalah *CNNIndonesia.com*. Sebagai media *online* nasional yang memiliki reputasi dan jangkauan pembaca yang luas, pemberitaan CNN Indonesia tentang isu kemiskinan di Jawa Tengah tentu berpengaruh besar dalam membentuk opini publik. Media ini juga dipilih berdasarkan penelitian Reuters Institute Digital News Report 2022 yang

menyebutkan bahwa CNN merupakan brand media paling dipercaya di Indonesia, dengan tingkat kepercayaan sebesar 66 persen. Penelitian ini dilakukan secara daring pada awal tahun 2022 dengan responden sebanyak 2.068, (*Tempo.com*, 5/6/2023).

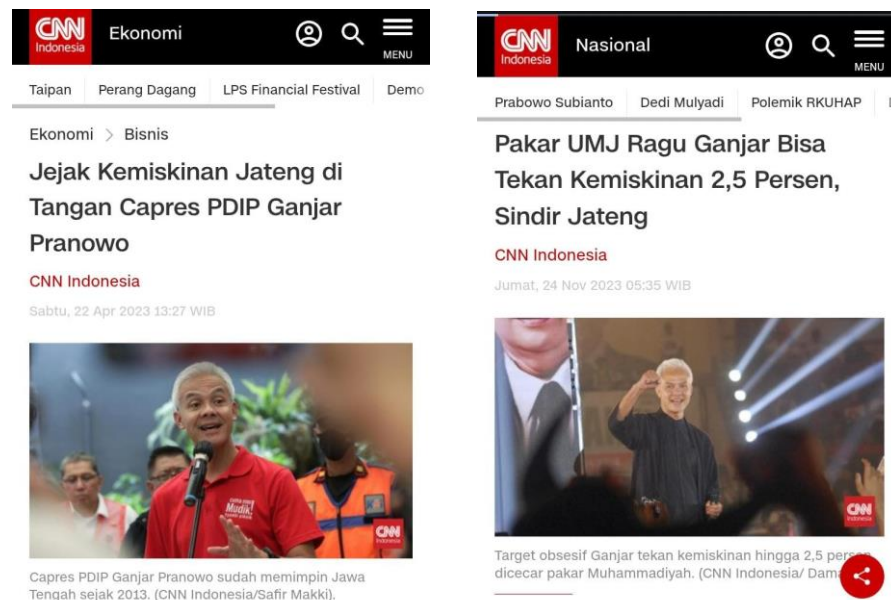


Gambar 1.2: Infografis *brand* media paling dipercaya di Indonesia.
(Foto: *Tempo.co*)

Dalam praktiknya, media ini menampilkan berbagai narasi pemberitaan tentang Ganjar Pranowo, baik dalam bingkai apresiatif maupun kritis. Narasi yang pro umumnya menekankan pada usaha dan kebijakan Ganjar Pranowo, sedangkan narasi kontra lebih menyoroti hasil yang belum memadai dan fakta bahwa Jawa Tengah tetap menjadi provinsi termiskin di Jawa. Tidak jarang pula, pemberitaan media ini tidak lepas dari kepentingan politik, terutama dalam momentum menjelang Pilpres 2024, di mana Ganjar menjadi salah satu kandidat.

Framing pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Jateng menunjukkan adanya penekanan pada fakta tertentu yang membentuk citra berbeda

tentang figur politik tersebut. *CNNIndonesia.com*, sebagai salah satu media *online* nasional, menghadirkan konstruksi realitas yang berlapis, di satu sisi menampilkan Ganjar sebagai sosok pemimpin dengan capaian positif, di sisi lain menampilkan kritik yang mempertanyakan efektivitas programnya. Hal ini terlihat dalam dua berita berjudul *"Jejak Kemiskinan Jateng di Tangan Capres PDIP Ganjar Pranowo"* dan berita *"Pakar UMJ Ragu Ganjar Bisa Tekan Kemiskinan 2,5 Persen, Sindir Jateng"*.



Gambar 1.3: Frame berita *CNNIndonesia.com* tentang Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Jawa Tengah

Pada berita pertama, *CNNIndonesia.com* membingkai Ganjar secara relatif positif. Berita ini menyoroti peluang Ganjar dalam kontestasi Pilpres 2024 dengan menampilkan data BPS mengenai penurunan angka kemiskinan di Jawa Tengah era kepemimpinannya. Narasi diperkuat dengan data-data kemiskinan di Jawa Tengah dari tahun ke tahun yang cenderung menurun. Selain itu, pemberitaan juga menekankan citra personal Ganjar

sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat, gemar blusukan, serta berhasil menjaga stabilitas ekonomi Jawa Tengah hampir satu dekade. *Framing* ini membentuk persepsi bahwa Ganjar adalah sosok pemimpin yang memiliki rekam jejak cukup kuat untuk bersaing di tingkat nasional.

Namun, *framing* yang berbeda muncul dalam berita kedua, yang justru bernuansa kritis. *CNNIndonesia.com* menghadirkan pandangan Mukhaer Pakkanna, pakar ekonomi Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang skeptis terhadap target Ganjar menekan kemiskinan nasional hingga 2,5 persen jika terpilih sebagai presiden. Dalam pemberitaan ini, *framing* diarahkan pada kelemahan Ganjar, dengan membandingkan klaim target itu dengan capaian konkret selama ia menjabat Gubernur Jawa Tengah. Disebutkan bahwa pada periode pertama kepemimpinannya, penurunan angka kemiskinan hanya menyentuh sekitar 240 ribu penduduk, yang dinilai kurang signifikan untuk provinsi sebesar Jawa Tengah. Narasi ini memperlihatkan sisi kritis *CNNIndonesia.com* dengan menekankan gap antara ambisi politik dan realitas capaian.

Namun, dari kedua pemberitaan di atas tampak jelas bahwa *CNNIndonesia.com* tidak hanya mengangkat isu kemiskinan sebagai persoalan ekonomi semata, melainkan juga mengaitkannya secara langsung dengan konteks politik nasional. *Framing* yang dibangun menunjukkan bagaimana kemiskinan di Jawa Tengah ditempatkan dalam bingkai arah politik menuju Pilpres 2024, di mana Ganjar Pranowo menjadi salah satu kandidat yang akan bertarung. Dengan kata lain, isu kemiskinan tidak hanya diposisikan sebagai problem struktural daerah, tetapi juga dijadikan tolok ukur untuk menilai kapasitas dan kredibilitas Ganjar sebagai calon pemimpin nasional.

Dari dua contoh tersebut, terlihat bahwa *CNNIndonesia.com* melakukan *framing* dengan cara menyeleksi fakta, menentukan narasumber, memilih diksi, dan menyajikan data-data untuk menekankan makna tertentu. Pada satu sisi, media ini membingkai Ganjar sebagai pemimpin visioner yang berhasil menurunkan angka kemiskinan dan dekat dengan rakyat. Di sisi lain, media yang sama juga membingkai Ganjar sebagai sosok yang belum sepenuhnya mampu mewujudkan janji besar dalam penanggulangan kemiskinan. Dengan demikian, *framing CNNIndonesia.com* tidak bersifat tunggal, melainkan menghadirkan variasi narasi yang bisa memperkuat sekaligus melemahkan citra politik Ganjar Pranowo di ruang publik.

Mengingat besarnya pengaruh media *online* terhadap pembentukan opini publik dan citra politik, maka isu ini penting untuk diteliti lebih lanjut. Bagaimana *framing* yang digunakan *CNNIndonesia.com* dalam mengemas pemberitaan tentang Ganjar Pranowo terkait isu kemiskinan di Jawa Tengah akan memberikan gambaran tentang bagaimana media bekerja membentuk realitas politik, terutama dalam konteks menjelang Pilpres 2024. Berangkat dari pemikiran tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “*Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam Isu Kemiskinan di Jawa Tengah Pada Media Online CNNIndonesia.com*”. Penelitian ini berupaya mengurai bagaimana media mengonstruksi realitas mengenai kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah pada era kepemimpinan Gubernur Ganjar Pranowo.

Adapun objek penelitian adalah pemberitaan *CNNIndonesia.com* yang menyoroti persoalan kemiskinan di Jateng. Sementara tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengurai dan menganalisis bagaimana konstruksi yang dibangun *CNNIndonesia.com*

dalam pemberitaannya mengenai Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Jawa Tengah. Dengan menggunakan metode analisis *framing* model Pan & Kosicki, penelitian ini berupaya menelusuri struktur pemberitaan yang meliputi aspek sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu mengungkap bagaimana media menampilkan realitas sosial-politik, serta bagaimana *framing* yang dilakukan berpengaruh terhadap pembentukan citra Ganjar Pranowo, baik sebagai Gubernur Jawa Tengah maupun sebagai kandidat dalam kontestasi Pilpres 2024.

1.2. Perumusan Masalah

Kemiskinan di Jawa Tengah masih menjadi persoalan serius meskipun telah dilakukan berbagai program pengentasan oleh pemerintah daerah di bawah kepemimpinan Ganjar Pranowo. Fenomena ini semakin menarik perhatian publik karena Jawa Tengah dikenal memiliki potensi di sektor pertanian, pariwisata, dan industri. Namun data statistik menunjukkan bahwa Jateng menjadi salah satu provinsi dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Pulau Jawa. Hal ini tentu menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas kebijakan dan program Ganjar Pranowo yang menjabat selama dua periode. Pada saat yang sama, isu kemiskinan ini tidak hanya dipandang sebagai problem sosial-ekonomi, melainkan juga memiliki dimensi politik, khususnya ketika dikaitkan dengan posisi Ganjar sebagai kandidat calon presiden pada Pemilu 2024.

Dalam hal ini, isu kemiskinan di Jawa Tengah menjadi topik yang sering disorot dalam pemberitaan di berbagai media lokal maupun nasional. *CNNIndonesia.com*, salah satu media *online* nasional di Indonesia memiliki peran penting dalam membentuk opini publik terkait isu kemiskinan di Jawa Tengah dan kepemimpinan Ganjar Pranowo.

Melalui pemberitaannya, media itu memainkan *framing* yang menonjolkan aspek tertentu dari realitas sekaligus mengabaikan aspek lain, sehingga menghasilkan konstruksi makna tertentu bagi audiens. Sejumlah berita di *CNNIndonesia.com* memperlihatkan variasi *framing*, di satu sisi bernada apresiatif, namun di lain sisi juga memuat kritik.

Dalam konteks ini, narasi pemberitaan tentang kemiskinan di Jawa Tengah ini menjadi semakin menarik karena bersinggungan dengan sosok Ganjar Pranowo yang digadang-gadang sebagai salah satu kandidat kuat dalam Pilpres 2024 dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Di sini, media, sebagai saluran utama informasi politik, turut menjadi arena pertarungan makna dalam membingkai isu tersebut. Dengan menggunakan metode analisis *framing* model Zongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki, peneliti berusaha menguraikan bagaimana *CNNIndonesia.com* membingkai pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini ialah bagaimana *framing* pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Jawa Tengah pada media *online CNNIndonesia.com*?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan membongkar konstruksi pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Jawa Tengah pada media *online CNNIndonesia.com*.

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam studi analisis *framing* media. Dengan menggunakan model *framing* Pan & Kosicki, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana media mengonstruksi realitas sosial-politik, terutama isu kemiskinan yang dikaitkan dengan figur politik seperti Ganjar Pranowo. Hasil penelitian ini juga dapat memperluas perspektif akademik mengenai hubungan antara media, isu publik, dan komunikasi politik di era digital.

1.5.2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi jurnalis, praktisi media, dan pengambil kebijakan komunikasi dalam memahami bagaimana media membingkai isu-isu penting yang berkaitan dengan kepentingan publik. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi media dalam mengedepankan keberimbangan dan objektivitas pemberitaan, khususnya saat melaporkan isu sensitif seperti kemiskinan yang beririsan dengan kontestasi politik. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi tim komunikasi politik atau humas pemerintah dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih efektif.

1.5.3. Signifikansi Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini penting karena berkaitan langsung dengan isu kemiskinan yang menyentuh kehidupan masyarakat luas. Analisis *framing* media terhadap isu ini akan membantu masyarakat untuk lebih kritis dalam memahami pemberitaan, menyadari adanya konstruksi realitas dalam berita, dan tidak hanya menerima informasi secara mentah. Dengan demikian, penelitian ini dapat mendorong

literasi media masyarakat agar lebih selektif dan reflektif dalam mengonsumsi informasi, terutama yang terkait dengan isu kesejahteraan dan politik nasional.

1.6. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.6.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini termasuk riset kualitatif menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini merupakan lawan dari pemahaman yang menempatkan persepsi dan objektivitas pada penemuan realitas dan pengetahuan. Paradigma konstruktivis mengkaji ilmu sosial dengan melihat aktor-aktor sosial yang membuat, menjaga, atau mengelola dunia sosial. Paradigma ini menganggap realitas sebagai hasil dari manusia, yang bersifat ganda, dapat dibentuk, dan satu. Paradigma ini menekankan bahwa realitas sosial bukan sesuatu yang bersifat objektif dan tunggal, melainkan hasil konstruksi yang dibangun melalui interaksi sosial, bahasa, dan simbol. Dengan kata lain, realitas tidak hadir secara apa adanya, tetapi dibentuk, ditafsirkan, dan dimaknai manusia sesuai konteksnya.

Dalam penelitian berjudul *"Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam Isu Kemiskinan di Jawa Tengah Pada Media Online CNNIndonesia.com"*, paradigma konstruktivisme relevan karena media massa tidak hanya menyajikan fakta tentang isu kemiskinan di Jawa Tengah, melainkan juga mengkonstruksi realitas melalui cara memilih, menekankan, dan menafsirkan fakta tertentu. Hal ini tampak dari bagaimana *CNNIndonesia.com* membingkai figur Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan, yang mana media membentuk narasi tertentu, bukan sekadar menyalin realitas objektif. Dari hal ini, peneliti menganalisis bagaimana konstruksi isu kemiskinan di Jawa Tengah pada masa kepemimpinan Gubernur Ganjar Pranowo di media online *CNNIndonesia.com*

1.6.2. *State of The Art*

Pertama, penelitian Max Rose and Frank R. Baumgartner berjudul "*Framing the Poor: Media Coverage and U.S. Poverty Policy, 1960–2008*". Riset ini menganalisis media di Amerika Serikat membingkai isu kemiskinan dan bingkai itu memengaruhi opini publik tentang penyebab dan solusi kemiskinan. Penelitian ini menggunakan teori *framing* untuk menjelaskan bahwa media tidak hanya melaporkan fakta, tetapi juga mengarahkan cara publik memahami realitas sosial. Metodenya analisis konten media, diperkuat dengan survei opini publik. Temuan penelitian ini menyebutkan, media masih cenderung menonjolkan *episodic framing* (kasus individu), sehingga publik lebih sering menyalahkan faktor personal atas kemiskinan. Namun, ketika media menggunakan *thematic framing* (isu struktural), publik lebih terbuka untuk melihat kemiskinan sebagai masalah sistemik dan mendukung intervensi pemerintah. Penelitian ini menunjukkan ada kesenjangan realitas kemiskinan yang kompleks dengan cara media membingkainya.

Kedua, penelitian berjudul "*Media Framing in The Digital Age: Interplay of Real Estate and Welfare Narratives in South Korean News Articles*" dari Seungwoo Han (2024). Penelitian ini mengkaji bagaimana media digital di Korea Selatan membingkai isu perumahan (*real estate*) dan kesejahteraan sosial (*welfare*) menggunakan teori *framing* dengan metode analisis konten digital, *text mining*, dan analisis wacana untuk mengidentifikasi pola narasi, *frame* dominan, serta interaksi antara dua isu ini. Hasil riset ini menyebutkan, media seringkali menghubungkan isu perumahan dengan masalah kesejahteraan, sehingga menimbulkan narasi akses terhadap perumahan adalah bagian

dari hak sosial warga negara. *Framing real estate* tidak sekadar soal pasar properti, tetapi juga dikaitkan dengan ketidaksetaraan ekonomi dan tanggung jawab pemerintah.

Ketiga, studi Sei-Hill Kim, John P. Carvalho, dan Andrew C. Davis berjudul "*Talking About Poverty: News Framing Of Who Is Responsible For Causing And Fixing The Problem*" (2010). Studi ini mengeksplorasi bagaimana media berita Amerika membingkai isu kemiskinan, dengan melihat cara media menyajikan penyebab dan solusinya. Pendekatan ini menggunakan analisis konten berbasis *framing*. Ada dua bentuk utama *framing* media dalam memberitakan isu kemiskinan, yaitu *framing* individu dan struktural. Dalam hal ini, *framing* media sangat menentukan publik melihat masalah ini. Jika media lebih sering menampilkan *frame* individu, publik cenderung menyalahkan orang miskin itu sendiri. Sebaliknya, jika *frame* struktural lebih menonjol, publik cenderung mendukung kebijakan pemerintah mengurangi kemiskinan.

Penelitian keempat berjudul "*Analisis Framing Berita Tentang Pengentasan Kemiskinan di Papua pada Media Kompas.com dan Detik.com (Perspektif Jurnalisme Pembangunan)*" oleh Fahrul Hidayat (2024). Studi ini berfokus pada pemetaan keterkaitan yang kompleks antara persoalan kemiskinan dengan praktik jurnalisme pembangunan di Papua. Pendekatannya kualitatif dengan metode analisis *framing* Robert N. Entman dalam kerangka jurnalisme pembangunan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa *Detik.com* membingkai isu pengentasan kemiskinan dengan menekankan pengolahan serta pengawalan data, sehingga mampu menyajikan informasi yang lebih akurat sekaligus mendorong keterlibatan publik dalam diskusi. *Detik.com* cenderung berfungsi layaknya humas pemerintah. Sementara *Kompas.com* menggarisbawahi isu

kemiskinan sebagai problem utama, menyorot dampak langsungnya melalui pemberitaan yang lebih kritis dan mendalam.

Kemudian studi Juli Panglima Saragih berjudul *"Kebijakan Pengentasan Kemiskinan di Daerah Istimewa Yogyakarta"* (2025). Kajian ini menyoroti tingkat kemiskinan di DIY yang tergolong tinggi, meski pemerintah telah melakukan beragam program penanggulangan. Tujuan penelitian ini merumuskan alternatif kebijakan yang lebih efektif untuk mempercepat pengurangan kemiskinan di DIY. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis, mengandalkan data sekunder. Hasil studi menunjukkan, pemerintah pusat dan DIY perlu terus meningkatkan taraf hidup masyarakat miskin melalui berbagai strategi, antara lain menciptakan lapangan kerja baru, memperluas akses usaha bagi kelompok miskin, serta menambah alokasi anggaran baik dari APBN maupun APBD. Selain itu, pemerintah daerah dituntut memberikan perlindungan kepada kelompok miskin dari kerentanannya dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal dan usaha produktif guna menambah pendapatan per kapita. Dalam hal ini, sinergi kebijakan antara pemerintah pusat dan daerah memiliki peran penting dalam mempercepat pengentasan kemiskinan di DIY.

Riset keenam berjudul *"Analisis Framing Pemberitaan CNNIndonesia.com Tentang Gubernur Jawa Tengah dalam Gerakan Wadas Melawan"* oleh Eva Susanti (2023). Penelitian ini mengkaji *CNNIndonesia.com* dalam menyajikan pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo, dalam konteks Gerakan Wadas Melawan. Analisis dilakukan terhadap berita pada periode 9 Februari hingga 6 Agustus 2022. Penelitian ini menggunakan teori analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan

empat perangkat utama, yakni sintaksis, skrip, tematik, serta retorik. Dari 10 berita yang dianalisis, *CNNIndonesia.com* menampilkan informasi berdasarkan fakta lapangan. Media ini tidak menunjukkan kecenderungan untuk membangun citra positif maupun negatif, baik terhadap Ganjar Pranowo maupun warga Desa Wadas. Dengan demikian, *CNNIndonesia.com* berposisi netral sesuai prinsip kode etik jurnalistik, sehingga pemberitaan Gerakan Wadas Melawan tidak berpihak atau merugikan salah satu pihak.

Berikutnya riset Bhagaskara Bintang & Andrine Prima (2024) berjudul "*Analisis Framing Robert N. Entman Pada Pemberitaan Ganjar Pranowo Di CNN Indonesia (Penolakan Timnas Israel Untuk Bertanding di Indonesia)*". Penelitian ini mengulas sikap Ganjar yang menolak kehadiran Timnas Israel dalam ajang Piala Dunia U-20 FIFA di Indonesia pada 2023. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi bagaimana *CNNIndonesia.com* membingkai pemberitaan terkait penolakan Ganjar terhadap partisipasi Timnas Israel dengan menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman. Model Entman mencakup empat elemen utama, yaitu penentuan masalah, identifikasi penyebab, penilaian moral, serta pemberian rekomendasi penyelesaian. Objek penelitian meliputi sembilan berita yang dipublikasikan antara 24 Maret 2023 hingga 5 April 2023. Hasil analisis menunjukkan, pada awalnya *CNNIndonesia.com* lebih banyak memuat klarifikasi, namun setelah FIFA resmi membatalkan Indonesia sebagai tuan rumah, media ini menyoroti bahwa salah satu faktor pembatalan adalah sikap penolakan Ganjar.

1.6.3. Novelty (Kebaruan)

Penulis telah mengkaji sejumlah penelitian sebelumnya dengan topik pembahasan yang relevan. Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan tema *framing* dan

kemiskinan menunjukkan fokus kajian yang berbeda dari penelitian ini. Adapun kebaruan (*novelty*) dalam penelitian berjudul “*Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam Isu Kemiskinan di Jawa Tengah Pada Media Online CNNIndonesia.com*” terletak dari sisi fokus permasalahan, teori pendukung, dan model pendekatan analisis yang digunakan. Masalah dalam penelitian ini berfokus konstruksi media atas isu kemiskinan di Jateng dan sosok Ganjar dengan tujuan membongkar strategi *framing* *CNNIndonesia.com* sehingga bisa dipahami arah representasi dan implikasinya dalam ranah politik maupun opini publik.

Penelitian ini berusaha mengisi celah (*gap*) yang belum disentuh penelitian terdahulu, yakni menganalisis bagaimana *CNNIndonesia.com* membingkai sosok Ganjar Pranowo dalam konteks isu kemiskinan di Jawa Tengah, sekaligus mengaitkannya dengan dinamika politik Pilpres 2024. Aspek kebaruan terletak pada kombinasi antara isu kemiskinan sebagai problem struktural di Jawa Tengah, figur politik Ganjar Pranowo yang mendapat sorotan publik, serta *framing* media *online* dalam membentuk persepsi publik. Dengan demikian, riset ini tidak hanya menambah khazanah kajian *framing* media tentang Ganjar Pranowo, tetapi juga memperkaya literatur mengenai hubungan media, politik, dan isu kemiskinan di Indonesia di era digital.

1.6.4. Teori Komunikasi Massa

Memasuki era modern yang ditandai dengan arus informasi yang cepat dan meluas, komunikasi massa memiliki peran sentral dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap realitas di sekitarnya. Setiap hari masyarakat berhadapan dengan beragam informasi yang tersebar di berbagai media, mulai dari televisi, surat kabar,

hingga media sosial, yang semuanya termasuk dalam sistem komunikasi massa. Melalui media inilah pesan dapat menjangkau khalayak luas secara serentak, tanpa terbatas ruang maupun waktu. Oleh karena itu, pemahaman terhadap komunikasi massa menjadi penting agar kita dapat mengerti bagaimana informasi dibentuk, disebar, dan diterima publik.

Sebagai salah satu teori dasar dalam ilmu komunikasi, komunikasi massa sangat relevan digunakan untuk menelaah cara media mengonstruksi isu sosial maupun politik. Komunikasi massa sendiri dipahami sebagai proses penyampaian pesan melalui media kepada audiens yang luas, beragam, anonim, dan relatif pasif. McQuail (2011) menjelaskan bahwa komunikasi massa merupakan proses terorganisasi, di mana pesan diproduksi oleh lembaga media, kemudian disalurkan melalui kanal tertentu, dan akhirnya diterima khalayak besar yang heterogen serta anonim.

Ada beberapa karakteristik utama komunikasi massa. *Pertama*, komunikator biasanya berupa lembaga atau institusi, bukan individu. *Kedua*, audiens bersifat luas, beragam, dan tidak saling mengenal. *Ketiga*, media bertindak sebagai gatekeeper yang menentukan isu mana yang dianggap layak diberitakan, bagaimana isu tersebut ditampilkan, serta dalam konteks apa khalayak memahaminya. *Keempat*, komunikasi massa umumnya berlangsung satu arah (*one-to-many*). Namun, di era digital, interaksi antara media dan audiens semakin terlihat melalui forum komentar atau media sosial.

Fungsi komunikasi massa tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara masyarakat memahami suatu isu, memengaruhi opini publik, hingga mengonstruksi realitas sosial. McQuail (2010) menguraikan empat fungsi utama komunikasi massa: sebagai penyedia informasi dan kontrol sosial, sebagai instrumen

persuasi serta kampanye politik, sebagai sarana pembangunan dan modernisasi, serta sebagai wadah demokrasi dan partisipasi publik. Sejalan dengan itu, Littlejohn & Foss (2009) menegaskan bahwa media melakukan konstruksi realitas melalui seleksi, penekanan, dan pengemasan informasi.

Dalam praktik jurnalisme, komunikasi massa berperan penting dalam mendistribusikan informasi kepada publik. Media tidak berfungsi sebagai saluran yang netral, melainkan aktor yang aktif dalam membentuk realitas sosial melalui seleksi isu, penonjolan aspek tertentu, dan pembentukan narasi. Proses inilah yang disebut konstruksi realitas (Shoemaker & Reese, 2014). Kaitannya dengan jurnalisme, komunikasi massa erat dengan agenda setting dan *framing*. Media menentukan isu apa yang dianggap penting (*agenda setting*) sekaligus membingkai bagaimana isu tersebut dipersepsikan publik (*framing*).

Gaye Tuchman (1978) menegaskan, berita bukan sekadar cermin realitas, melainkan hasil konstruksi sosial yang lahir dari proses produksi di ruang redaksi, dipengaruhi oleh nilai berita, kepentingan media, faktor politik, hingga preferensi audiens. Dengan demikian, media sebagai institusi jurnalistik memikul tanggung jawab besar, karena tidak hanya memberi informasi, tetapi juga membentuk opini, menciptakan wacana, bahkan memengaruhi perilaku politik masyarakat, (Nurudin, 2017). Dalam ranah politik, media sering menjadi arena perebutan wacana, tempat citra kandidat, keberhasilan, maupun kegagalan dikonstruksi melalui pemberitaan.

Dalam konteks penelitian ini, teori komunikasi massa sangat tepat digunakan untuk menganalisis bagaimana *CNNIndonesia.com*, sebagai salah satu media arus utama

di Indonesia, mengemas isu kemiskinan di Jawa Tengah pada masa kepemimpinan Ganjar Pranowo. Media tidak sekadar menyampaikan data, tetapi juga mengonstruksi fakta sesuai perspektif tertentu melalui *framing*. Misalnya, *CNNIndonesia.com* bisa menyoroti penurunan angka kemiskinan dan keberhasilan program pemerintah, atau justru mengedepankan pandangan kritis dari pakar yang meragukan efektivitas kebijakan. Dengan demikian, pemberitaan *CNNIndonesia.com* dapat memengaruhi bagaimana publik menilai Ganjar Pranowo, baik sebagai Gubernur Jawa Tengah maupun sebagai figur politik di tingkat nasional.

1.6.5. Agenda Setting

Teori agenda *setting* pertama kali diperkenalkan Walter Lippmann, jurnalis terkemuka asal Amerika Serikat pada tahun 1922. Ia menaruh perhatian besar pada peran utama media massa dalam membentuk persepsi serta gambaran tertentu dalam benak masyarakat. Untuk menjelaskan ini, ia mengangkat ilustrasi tentang sekelompok individu yang sebenarnya berasal dari negara yang sedang berperang, tetapi tetap hidup harmonis di pulau terpencil. Keharmonisan itu terjadi karena mereka tidak memperoleh informasi tentang peperangan melalui media. Dari contoh ini, Lippmann menyimpulkan bahwa media memiliki kekuatan dalam menentukan agenda yang pada akhirnya berpengaruh besar terhadap pembentukan opini publik, (Kurniawan, E. P., & Irwansyah, I., 2021).

Teori ini mulai dipopulerkan pada tahun 1972 oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw (1972) melalui studi klasik dalam pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 1968 di Chapel Hill, North Carolina. Hasil penelitian mereka menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara isu-isu yang dianggap penting oleh media dengan isu-isu yang

dianggap penting oleh publik. Dengan kata lain, media tidak memberi tahu khalayak apa yang harus dipikirkan, melainkan tentang apa yang harus dipikirkan. Inilah esensi dasar dari agenda setting, yakni media menjadi pengatur prioritas wacana publik dengan menonjolkan isu tertentu melalui intensitas, frekuensi, dan cara penyajian berita.

Dalam perkembangannya, agenda *setting* kemudian dikategorikan dalam dua tingkat. Pertama, *agenda setting* tingkat pertama menyoroti pentingnya suatu isu (*issue salience*). Media memberi porsi besar pada isu tertentu, baik dengan menempatkannya di halaman utama, menyiarkan secara berulang, maupun memberi durasi tayang yang panjang. Semakin sering isu tersebut muncul, semakin besar kemungkinan isu itu masuk dalam persepsi publik sebagai sesuatu yang penting. Kedua, *agenda setting* tingkat kedua atau *attribute agenda setting*, menekankan pada aspek bagaimana suatu isu dipersepsikan. Di sini, media tidak hanya menonjolkan isu, tetapi juga membingkai atribut atau dimensi tertentu dari isu, sehingga publik bukan hanya menganggap isu itu penting, tetapi juga belajar bagaimana harus melihat isu tersebut.

Dalam praktik pemberitaan, *agenda setting* dapat diamati dari cara media menyeleksi isu, memberi penekanan, serta menempatkan isu dalam ruang yang dominan. Misalnya, ketika media terus-menerus memberitakan isu kemiskinan, pengangguran, atau korupsi, publik kemudian akan menilai permasalahan ini merupakan persoalan paling mendesak. McCombs (2004) menjelaskan bahwa media berperan sebagai *gatekeeper* yang menyaring realitas sosial, lalu menyajikannya dalam bentuk yang lebih terbatas sesuai dengan kepentingan redaksi, politik, atau ekonomi. Akibatnya, publik melihat

realitas melalui kacamata media. Inilah yang membuat media memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan bahkan memengaruhi agenda politik.

Agenda *setting* juga berkaitan erat dengan *need for orientation* atau kebutuhan orientasi (McCombs & Reynolds, 2009). Publik yang merasa isu tertentu relevan dengan kehidupannya, dan yang mengalami ketidakpastian tinggi dalam memahami isu tersebut, akan lebih mudah dipengaruhi oleh agenda media. Misalnya, masyarakat kelas menengah bawah yang merasakan langsung dampak ekonomi akan lebih terpengaruh oleh pemberitaan mengenai kemiskinan, harga kebutuhan pokok, atau ketidakadilan sosial. Media, dengan demikian, menjadi instrumen yang bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mengatur prioritas isu yang menjadi perhatian publik sehari-hari.

Rogers dan Dearing (1988) menekankan adanya interaksi tiga agenda: *media agenda*, *public agenda*, dan *policy agenda*. Ketiganya saling memengaruhi dalam menentukan isu yang mendominasi ruang publik. Agenda media merujuk pada penetapan prioritas isu-isu yang layak diberitakan atau diangkat dalam pemberitaan. Sementara itu, agenda publik menunjukkan bagaimana agenda media pada akhirnya berinteraksi dan memengaruhi apa yang menjadi perhatian serta persepsi masyarakat. Adapun agenda kebijakan berkaitan dengan isu-isu yang dianggap penting oleh para pengambil keputusan, di mana sering kali dipengaruhi oleh apa yang ditonjolkan dalam media maupun menjadi perhatian publik, (Kurniawan, E. P., & Irwansyah, I., 2021).

Berdasarkan teori agenda *setting*, media memiliki kemampuan menonjolkan isu tertentu sehingga dipersepsikan publik sebagai persoalan penting. Dalam konteks ini, pemberitaan *CNNIndonesia.com* mengenai kemiskinan di Jawa Tengah tidak dapat

dilepaskan dari peran media dalam menentukan isu apa yang layak disorot dan bagaimana isu ini dibingkai. Melalui pemilihan sudut pandang, penekanan data, maupun penyajian narasi, pemberitaan kemiskinan di Jateng pada masa kepemimpinan Ganjar Pranowo menjadi bagian dari konstruksi agenda media yang berpotensi memengaruhi opini publik sekaligus membentuk citra politik sang pemimpin.

1.6.6. *Framing Media*

Framing media ialah konsep penting dalam kajian komunikasi massa yang menyoroti bagaimana peran media tidak sekadar menyajikan informasi, melainkan juga mengonstruksi realitas sosial melalui pemilihan, penonjolan, dan penafsiran aspek tertentu dari suatu peristiwa. Entman (1993) menjelaskan, *framing* adalah proses seleksi elemen-elemen dari realitas untuk dijadikan lebih menonjol dalam teks media, sehingga khalayak diarahkan pada pemahaman tertentu atas isu yang diberitakan. Artinya, berita tidak pernah netral; ia selalu melekat dengan sudut pandang, narasi, serta ideologi yang dibawa oleh media. Dengan demikian, *framing* berfungsi sebagai "jendela interpretasi" yang dapat menentukan bagaimana publik melihat, menilai, bahkan membentuk sikap terhadap suatu isu.

Menurut Entman (1993), *framing* bekerja dengan cara *define problems* (mendefinisikan masalah), *diagnose causes* (menentukan penyebab), *make moral judgments* (memberi penilaian moral), dan *treatment recommendation* (menawarkan solusi). Hal ini menunjukkan bahwa media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi juga menginterpretasikan dan membentuk realitas sosial sesuai dengan perspektif tertentu. Dalam konteks ini, berita menjadi lebih dari sekadar cerminan realitas; ia adalah

konstruksi yang dipengaruhi oleh kepentingan redaksi, ideologi media, serta konteks sosial-politik di mana media itu berada.

Dalam praktik jurnalistik, *framing* bekerja melalui berbagai perangkat, seperti pemilihan judul, penggunaan narasumber, penekanan data tertentu, penyusunan narasi, hingga bahasa yang dipakai. Gamson dan Modigliani (1989) menggambarkan *frame* sebagai *interpretive package*, yaitu seperangkat elemen simbolik yang memberi makna dan arah pada suatu isu. Melalui cara ini, media dapat mendefinisikan masalah, menentukan penyebab, memberi penilaian moral, serta menawarkan solusi yang dianggap tepat (Entman, 1993). Proses ini menunjukkan, *framing* bukan hanya sekadar strategi penyajian berita, tetapi mekanisme memengaruhi cara khalayak memahami suatu isu.

Menurut paradigma Peter D. Moss, wacana media massa ialah hasil konstruksi kultural yang dibentuk oleh ideologi. Sebagai produk media, berita selalu menggunakan kerangka tertentu dalam memaknai realitas sosial. Bagi Moss, ideologi dipahami sebagai seperangkat asumsi budaya yang dianggap sebagai normalitas alami, sehingga tidak lagi dipertanyakan. Pemahaman ini sejalan dengan hipotesis Sapir-Whorf dalam kajian linguistik, yang menekankan bahwa bahasa juga berpengaruh terhadap cara pandang manusia terhadap lingkungannya. Konsekuensinya, bahasa dapat dimanfaatkan untuk memberi penekanan atau nuansa tertentu pada suatu peristiwa, misalnya dengan mempertajam, memperhalus, menyanjung, merendahkan, membelokkan, ataupun mengaburkan makna dari peristiwa atau tindakan tersebut.

Dalam pemberitaan isu sosial, media berperan besar dalam menentukan *framing* yang ditonjolkan kepada publik. Misalnya, dalam isu kemiskinan, media dapat memilih

menampilkan data statistik penurunan angka kemiskinan sebagai bentuk keberhasilan pemerintah, atau sebaliknya menekankan sisi keterbatasan kebijakan yang belum menyentuh masyarakat miskin secara langsung. Dengan cara ini, media membentuk citra tertentu mengenai efektivitas kebijakan sosial dan kualitas kepemimpinan seorang tokoh. Sebagaimana ditegaskan oleh Gamson & Modigliani (1989), *framing* tidak hanya membentuk pemahaman publik, tetapi juga mengarahkan opini tentang siapa yang harus dipuji, siapa yang harus disalahkan, dan langkah apa yang perlu diambil selanjutnya.

Dalam konteks kebijakan seorang pemimpin, *framing* media juga erat kaitannya dengan pembentukan citra politik. Pemimpin yang berhasil mengeluarkan kebijakan tertentu bisa dibingkai sebagai figur pro-rakyat, visioner, atau sukses menurunkan angka kemiskinan. Namun di sisi lain, media juga bisa membingkai pemimpin yang sama sebagai tidak efektif, gagal mencapai target, atau bahkan hanya mengedepankan pencitraan politik. Hal ini sesuai dengan pandangan McQuail (2010) yang menyebutkan bahwa media berfungsi sebagai agen mediasi politik, di mana kepentingan media, elite politik, dan publik saling bertemu dalam proses produksi wacana. Dengan demikian, *framing* dapat menjadi alat untuk memperkuat atau justru melemahkan legitimasi seorang pemimpin di mata publik.

Dalam pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo, misalnya, *CNNIndonesia.com* dapat menyoroti penurunan angka kemiskinan di Jawa Tengah berdasarkan data BPS untuk membangun *frame* keberhasilan kepemimpinan. Namun di saat yang sama, media juga bisa menghadirkan kritik dari pakar ekonomi yang menilai bahwa capaian tersebut masih jauh dari target, sehingga membangun *frame* keraguan terhadap kapasitas Ganjar.

Proses ini menunjukkan, isu kemiskinan bukan hanya soal data sosial-ekonomi, tetapi juga dikonstruksi sebagai isu politik yang berkaitan erat dengan elektabilitas dan peluang Ganjar dalam kontestasi Pilpres 2024. Dengan ini, media melakukan *framing* dengan menyeleksi realitas, menonjolkan fakta tertentu, dan menyembunyikan fakta lain untuk kepentingan narasi yang lebih besar.

1.6.7. Analisis *Framing* Pan & Kosicki

Secara umum, analisis *framing* dapat dipahami sebagai perkembangan mutakhir dari metode analisis wacana yang berfokus pada teks media. Pada mulanya, *framing* diartikan sebagai kerangka konseptual atau sistem keyakinan yang mengatur cara pandang politik maupun kebijakan, serta menyediakan kategori standar untuk memahami realitas. Dalam kajian komunikasi, analisis *framing* berfungsi untuk menelaah ideologi maupun strategi media dalam membangun konstruksi fakta. Melalui pendekatan ini, dapat dipelajari bagaimana media memilih, menekankan, serta mengaitkan berbagai fakta ke dalam pemberitaan sehingga tampak lebih bermakna, menarik, dan mampu menyedot perhatian publik.

Dalam konteks akademis, salah satu model *framing* yang banyak digunakan ialah model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki. Model ini menekankan bahwa *framing* dapat diidentifikasi dari struktur teks berita. Pan & Kosicki melihat bahwa berita pada dasarnya tersusun atas struktur tertentu yang sistematis, dan melalui struktur itulah media menyisipkan *frame*. Menurut mereka, analisis *framing* memiliki dua konsepsi utama. Yakni psikologis, yang menekankan bagaimana individu memproses informasi dalam pikirannya. Di sini, *framing* dipahami sebagai upaya menempatkan informasi dalam

konteks tertentu sekaligus menyoroti elemen-elemen spesifik dari suatu isu. Kemudian konsepsi sosiologis, memandang *framing* sebagai proses seseorang dalam mengklasifikasikan, mengorganisasi, dan menafsirkan pengalaman sosialnya, sehingga ia bisa memahami dirinya sendiri maupun realitas yang berada di luar dirinya.

Model *framing* yang dikembangkan oleh Pan dan Kosicki mengoperasionalkan empat perangkat dalam konstruksi teks berita, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat perangkat tersebut berfungsi sebagai instrumen *framing* yang saling berkaitan dalam membangun makna melalui elemen-elemen semantik narasi berita. Model ini berangkat dari asumsi bahwa setiap teks berita memiliki bingkai tertentu yang bertindak sebagai pusat pengorganisasian ide. Mengikuti model Pan dan Kosicki, model *framing* dibagi menjadi empat struktur besar, yaitu:

a. Struktur Sintaksis

Struktur ini berkaitan dengan bagaimana wartawan menyusun fakta dalam bentuk teks. Misalnya dalam *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, hingga penutup berita. Struktur sintaksis berhubungan dengan penyusunan fakta dalam teks berita. Media tidak hanya melaporkan peristiwa, tetapi memilih bagaimana fakta itu ditulis. Elemen penting dalam struktur ini antara lain yaitu *headline* (judul berita), *lead* (teras berita) yang merupakan bagian awal yang menekankan informasi inti, latar belakang informasi, dan kutipan sumber berita. Artinya, dari struktur sintaksis, peneliti dapat menilai bagaimana media memilih fakta dan bagaimana fakta itu disusun untuk mengarahkan pemahaman audiens.

b. Struktur Skrip

Skrip dalam konteks berita diartikan sebagai bagaimana cara wartawan menceritakan berita. Laporan berita sering disusun oleh wartawan sebagai sebuah cerita, hal ini karena dua hal pertama karena banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan peristiwa lampau. Kedua berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunitas pembaca. Bentuk struktur skrip berupa pola 5W+1H. Terdiri dari siapa (*who*), apa (*what*), kapan (*when*), di mana (*where*), dan bagaimana (*how*). Dengan kata lain, *framing* melalui struktur skrip muncul lewat informasi apa yang lengkap dan apa yang ditiadakan.

c. Struktur Tematik

Struktur ini menekankan pada bagaimana wartawan menulis fakta ke dalam kalimat, paragraf, dan proposisi. Tema utama yang dipilih media serta konsistensi penjelasan dalam teks berita menunjukkan bingkai makna yang ingin ditegaskan. Pada struktur ini memfokuskan pada bagaimana peristiwa yang dilihat, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan. Hal penting dalam perangkat ini meliputi koherensi, pertalian atau jalinan antar kata, proporsi atau kalimat. Dengan demikian, struktur tematik memperlihatkan alur berpikir media, yakni bagaimana berita diarahkan untuk mendukung atau melemahkan pemerintah.

d. Struktur Retoris

Struktur ini berhubungan dengan pemakaian gaya bahasa, pilihan diksi, metafora, gambar, atau grafik yang digunakan untuk menekankan makna tertentu.

Elemen struktur retorik yang sering digunakan oleh wartawan adalah leksikon, pemilihan dan pemakaian diksi, metafora, grafik, yang menggambarkan pada penekanan makna tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik adalah cara media membungkus fakta dengan gaya tertentu sehingga menimbulkan kesan yang lebih kuat di benak audiens. Misalnya penggunaan istilah “obsesif”, “berhasil menekan”, atau “gagal mengatasi” membentuk persepsi berbeda pada audiens.

Tabel 1.1 Struktur Perangkat *Framing* Model Pan & Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS (Cara wartawan menyusun fakta)	Skema Berita	<i>Headline, Lead, Latar Informasi, Kutipan, Sumber, Opini/Pernyataan, Penutup</i>
SKRIP (Cara wartawan mengisahkan fakta)	Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK (Cara wartawan menulis fakta)	Detail, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat,
RETORIS (Cara wartawan menekankan fakta)	Leksikon, grafis, metafora	Kata, idiom, gambar, grafik

Melalui keempat struktur tersebut, Pan & Kosicki memperlihatkan bahwa *framing* bukan hanya soal “isi” berita, tetapi juga “cara menyampaikan” isi itu. Artinya, setiap lapisan teks berita menyimpan konstruksi tertentu yang dapat dianalisis untuk memahami kecenderungan media dalam membingkai sebuah isu. Model Pan & Kosicki banyak digunakan dalam penelitian komunikasi karena memberikan kerangka analisis yang komprehensif, sistematis, dan operasional.

Dengan model ini, peneliti dapat membedah teks media untuk menemukan bias, ideologi, dan kepentingan yang tersembunyi di balik narasi pemberitaan. Dalam konteks penelitian tentang Ganjar Pranowo dan isu kemiskinan di Jawa Tengah, model ini akan membantu menyingkap bagaimana *CNNIndonesia.com* menonjolkan data penurunan angka kemiskinan atau justru menghadirkan kritik dari pakar, serta bagaimana konstruksi tersebut diarahkan untuk membentuk opini publik terkait kepemimpinan dan elektabilitas politik Ganjar Pranowo.

1.6.8. Konstruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi sosial atas realitas menjadi familiar sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya berjudul *The Social Construction of Reality* (1996). Mereka menekankan bahwa realitas bukanlah sesuatu yang sepenuhnya objektif dan bebas nilai, melainkan hasil dari interaksi sosial yang berkelanjutan. Dengan kata lain, manusia hidup dalam dunia yang tidak hanya diisi oleh fakta fisik, tetapi juga oleh makna-makna yang diciptakan, disepakati, dan direproduksi secara sosial. Institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia dan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu.

Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivitas dan internalisasi. *Pertama*, eksternalisasi, yaitu usaha pencerahan atau ekspresi diri manusia kedalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Proses ini merupakan dasar manusia. Manusia akan selalu mencari dan mencurahkan dirinya dimana dia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha

menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivitas, yaitu hasil yang didapatkan baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia. Ini menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Setelah dihasilkan, baik benda maupun bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produknya yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada diluar kesadaran manusia, ada disana bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bias dialami oleh setiap orang.

Ketiga, internalisasi, yaitu lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif kedalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Dalam proses ini, wartawan akan berhadapan dengan realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap kedalam kesadaran wartawan secara tidak langsung wartawan akan menceburkan dirinya kedalam realitas tersebut untuk kemudian dimaknainya. Oleh sebab itu, konstruksi realitas sosial yang dilakukan oleh wartawan sangat berpotensi untuk mengiringi kita terhadap pemaknaan wartawan terhadap suatu peristiwa, ditambah ideologi media massa tempat wartawan bekerja dibangun sesuai visi dan kepentingan perusahaan yang bersangkutan.

Di sini terlihat bahwa realitas sosial tidak pernah netral. Ia selalu dimediasi oleh bahasa, simbol, dan narasi yang berkembang dalam masyarakat. Stuart Hall (1997)

menegaskan bahwa representasi merupakan proses kunci dalam produksi makna. Bahasa, citra, dan simbol yang digunakan media dalam memberitakan suatu isu akan membentuk persepsi publik mengenai realitas. Dalam hal ini, media massa memegang peran sentral dalam konstruksi realitas sosial karena memiliki kekuatan untuk menentukan fakta apa yang dipilih untuk diberitakan, sudut pandang mana yang ditonjolkan, dan bagaimana suatu isu dibingkai melalui kata, gambar, maupun data.

Media massa dan realitas sosial saling memengaruhi. Di satu sisi, media mencerminkan kenyataan yang ada di masyarakat. Namun, di sisi lain, media juga membentuk realitas itu sendiri melalui proses seleksi dan cara penyampaian berita. Menurut Robet Thadi (2014), realitas yang ditampilkan media adalah konstruksi dari para pengelola media, seperti wartawan, yang menggunakan bahasa untuk membentuk citra tertentu. Eriyanto (2002) menambahkan bahwa berita bukanlah sekadar cerminan realitas, melainkan hasil dari sebuah konstruksi. Contohnya, laporan tentang kemiskinan tidak hanya menyajikan data, tetapi juga memuat interpretasi tentang penyebab, pihak yang bertanggung jawab, dan solusi yang ditawarkan.

Konstruksi realitas sosial memiliki implikasi penting dalam penelitian media, terutama dalam menganalisis isu sosial dan kebijakan publik. Dalam konteks penelitian ini, *CNNIndonesia.com* melalui pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dan isu kemiskinan di Jawa Tengah sedang melakukan proses konstruksi realitas. Ketika media menyoroti penurunan angka kemiskinan berdasarkan data BPS, konstruksi yang muncul adalah citra Ganjar sebagai pemimpin sukses. Namun, ketika media memuat kritik dari pakar ekonomi yang meragukan target Ganjar, konstruksi lain terbentuk, di mana citra Ganjar

sebagai pemimpin dengan target ambisius tetapi diragukan capaian riilnya. Kedua konstruksi ini diproduksi melalui bahasa jurnalistik, pilihan narasumber, dan penggunaan data yang ditampilkan kepada publik.

1.6.9. Media *Online*

Media *online* atau media daring ialah salah satu bentuk transformasi media massa yang memanfaatkan internet sebagai sarana distribusi informasi. Perbedaan mendasar dengan media konvensional terletak pada sifatnya yang digital, interaktif, cepat, dan memungkinkan penyajian konten secara multimodal berupa teks, gambar, audio, dan video secara bersamaan (Pavlik, 2001; Deuze, 2003). Kehadiran media *online* menjadi konsekuensi dari perkembangan teknologi komunikasi dan konvergensi media (Jenkins, 2006) yang mengintegrasikan ruang redaksi, format konten, serta jalur distribusi ke dalam satu ekosistem digital.

Dalam konteks komunikasi massa, media *online* bukan hanya berfungsi menyampaikan pesan ke audiens, tetapi juga membuka ruang interaksi dua arah yang memungkinkan publik memberi umpan balik, berpartisipasi, bahkan turut serta dalam produksi informasi (*user-generated content*). Asep Syamsul (2018) menyebutkan, media *online* memiliki berbagai karakteristik yang menjadi kelebihan daripada konvensional. Platform ini bersifat multimedia, menekankan aktualitas serta kecepatan penyajian informasi, mampu memuat teks yang panjang, menjangkau audiens yang lebih luas, serta memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan pembaca. Selain itu, konten berita di media *online* dapat disimpan maupun diakses kembali melalui tautan internet.

McQuail dalam Lievrouw & Livingstone (2011) menjelaskan beberapa karakteristik utama media *online*. *Pertama*, interaktivitas, di mana audiens dapat merespons langsung melalui komentar, berbagi, atau berpartisipasi dalam diskusi. *Kedua*, hipertekstualitas, yang memungkinkan penyusunan informasi dalam bentuk tautan antar-konten sehingga memperluas jaringan makna. *Ketiga*, multimedia, yakni penggabungan teks, gambar, audio, dan video untuk memperkuat daya tarik serta pemahaman pesan. *Keempat*, aktualitas yang tinggi, karena media *online* mampu menyajikan informasi secara cepat dan diperbarui secara berkelanjutan. Karakteristik ini menjadikan media *online* berbeda dari media cetak maupun penyiaran, baik dari segi pola produksi maupun penerimaan informasi oleh khalayak.

Dalam perkembangannya, media *online* juga terkait erat dengan logika ekonomi perhatian (Napoli, 2011), di mana perhatian audiens menjadi sumber daya yang bernilai bagi keberlangsungan industri media. Hal ini memengaruhi cara media merancang judul, memilih isu, dan menentukan gaya penyajian berita agar sesuai dengan selera audiens digital sekaligus menarik trafik dan iklan. Implikasi lainnya, media *online* tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, melainkan juga sebagai agen konstruksi realitas sosial. Melalui pilihan isu, sudut pandang, dan cara pemberitaan, media *online* memiliki kemampuan untuk membingkai (framing) isu tertentu sehingga memengaruhi bagaimana publik memandang sebuah peristiwa, terutama dalam isu-isu sosial dan kebijakan publik (Castells, 2009).

Dengan ini, konsep media *online* tidak dapat dipisahkan dari konteks perkembangan teknologi, karakteristik konten digital, serta fungsi sosial-politik media itu

sendiri. Kehadirannya telah mengubah pola komunikasi massa dari model linear satu arah menuju pola interaktif yang lebih dinamis. Di sisi lain, media *online* juga menimbulkan tantangan baru, seperti persoalan kredibilitas informasi, misinformasi, hingga tekanan algoritma dalam menentukan isu yang tampil di ruang publik. Dalam penelitian tentang *framing* isu sosial maupun kebijakan publik, pemahaman atas karakteristik media *online* menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana realitas dibentuk, dibingkai, dan dipersepsikan oleh publik di ruang digital.

Berita merupakan salah satu produk utama media massa yang berfungsi menyampaikan informasi kepada publik mengenai peristiwa atau fenomena yang dianggap penting, aktual, dan memiliki nilai berita. Menurut Sumadiria (2011), berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide yang dianggap penting dan menarik bagi khalayak, serta dipublikasikan melalui media massa. Kehadiran berita tidak sekadar memberikan informasi, tetapi juga berperan membentuk opini publik, memengaruhi cara pandang masyarakat, serta menjadi sarana komunikasi antara pemerintah, institusi, maupun masyarakat luas. Seiring dengan perkembangan media *online*, laporan berita lebih mudah diakses, disebarluaskan, dan didiskusikan oleh audiens secara luas.

Secara umum, berita disusun menggunakan pola piramida terbalik (*inverted pyramid*), yaitu meletakkan informasi paling penting di awal, diikuti detail pendukung, hingga informasi tambahan. Adapun elemen struktur berita meliputi *headline* (judul), berfungsi menarik perhatian pembaca sekaligus menggambarkan inti laporan. *Lead* (teras berita), bagian awal berita yang berisi ringkasan inti peristiwa, menjawab unsur 5W+1H (*what, who, when, where, why, how*). *Lead* menjadi pintu masuk yang menentukan minat

pembaca melanjutkan membaca. Kemudian *body* (isi berita) menyajikan rincian informasi secara lebih lengkap dan mendalam. Umumnya memuat kutipan narasumber, data, maupun penjelasan tambahan. Terakhir *ending* (penutup berita), bagian akhir berita yang bisa berupa kesimpulan singkat, kutipan penting, ataupun informasi lanjutan terkait perkembangan peristiwa.

1.7. Asumsi Penelitian

Penelitian berjudul "*Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam Isu Kemiskinan di Jawa Tengah Pada Media Online CNNIndonesia.com*" berangkat dari asumsi dasar bahwa media tidak pernah netral dalam menyajikan realitas sosial. Realitas yang hadir di ruang publik, termasuk isu kemiskinan di Jateng pada masa kepemimpinan Ganjar Pranowo, ialah hasil dari konstruksi yang dibangun melalui bahasa, pilihan narasi, dan sudut pandang media. Dengan demikian, berita di media bukanlah cermin objektif dari kenyataan, melainkan hasil seleksi, penekanan, dan pembingkaiian tertentu sesuai dengan kepentingan, ideologi, maupun logika redaksional media (Eriyanto, 2002).

Lebih lanjut, teori *framing* Pan & Kosicki berasumsi bahwa *framing* dapat diamati melalui struktur teks berita, meliputi sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat struktur ini menjadi perangkat *framing* yang memungkinkan media menonjolkan aspek tertentu dari realitas, sekaligus mengaburkan aspek lainnya. Dalam konteks penelitian ini, media *CNNIndonesia.com* diasumsikan membangun *framing* tertentu terhadap isu kemiskinan di Jawa Tengah dengan mengaitkannya pada kepemimpinan Ganjar Pranowo. Melalui pilihan *headline*, kutipan narasumber, penekanan tema, hingga gaya bahasa,

media berperan dalam membentuk citra Ganjar sebagai seorang pemimpin sekaligus figur politik yang sedang diposisikan dalam pusaran kontestasi Pilpres 2024.

Selain itu pemberitaan tentang isu kemiskinan di Jawa Tengah pada *CNNIndonesia.com* memuat dimensi politik. Media tidak hanya menampilkan data atau fakta tentang tingkat kemiskinan, tetapi juga mengonstruksinya dalam kaitannya dengan kebijakan pemerintah daerah, tanggung jawab pemimpin, dan dinamika politik nasional. Dengan demikian, riset ini berasumsi bahwa *framing CNNIndonesia.com* terhadap isu kemiskinan di Jawa Tengah di era Ganjar Pranowo sebagai Gubernur tidak hanya mencerminkan persoalan sosial-ekonomi, tetapi juga memuat makna simbolik yang berkaitan dengan posisi politik kader Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) tersebut sebagai calon presiden pada Pemilu 2024.

1.8. Operasioanlisasi Konsep

Operasionalisasi konsep dalam penelitian ini berfungsi menjembatani konsep-konsep teoritis dengan data empiris yang dianalisis. Dengan operasionalisasi ini, konsep yang bersifat abstrak dapat diuraikan ke dalam bentuk indikator konkret sehingga lebih mudah diamati. Penelitian berjudul “*Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo dalam Isu Kemiskinan di Jawa Tengah Pada Media Online CNNIndonesia.com*” menggunakan analisis *framing* model Pan dan Kosicki. Model ini memandang teks berita sebagai konstruksi realitas yang dibentuk melalui perangkat bahasa, narasi, dan simbol tertentu.

Konsep utama dalam penelitian ini adalah *framing* media, yaitu cara media mengemas realitas sosial, dalam hal ini isu kemiskinan di Jawa Tengah, dengan

melibatkan unsur pemimpin daerah, yakni Ganjar Pranowo yang juga memiliki posisi penting dalam kontestasi politik nasional. *Framing* dianalisis melalui empat struktur utama dalam model Pan & Kosicki, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Masing-masing struktur memiliki perangkat *framing* tertentu yang akan diamati untuk melihat bagaimana *CNNIndonesia.com* membingkai isu kemiskinan di Jawa Tengah dalam kaitannya dengan kepemimpinan Ganjar Pranowo.

Adapun struktur sintaksis menjelaskan bagaimana fakta disusun dalam bentuk peristiwa berita. Indikator yang diamati antara lain: *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan narasumber, dan penutup berita. Struktur skrip menguraikan kelengkapan berita dengan formula 5W+1H. Indikatornya ialah sejauh mana berita memuat unsur apa (*what*), siapa (*who*), kapan (*when*), di mana (*where*), mengapa (*why*), dan bagaimana (*who*) dalam pemberitaan isu kemiskinan terkait Ganjar Pranowo.

Kemudian struktur tematik menggambarkan bagaimana wartawan menulis dan menyusun pernyataan dalam teks secara keseluruhan. Mencakup pilihan topik, detail yang ditonjolkan, koherensi antar-kalimat, bentuk kalimat, serta hubungan antar-proposisi dalam narasi berita. Struktur retorik menunjukkan cara wartawan menekankan makna tertentu dalam teks. Unit yang dianalisis meliputi pilihan kata (leksikon), gaya bahasa, metafora, penggunaan data grafis (grafik, foto, tabel), serta penekanan yang memperkuat citra positif atau negatif Ganjar Pranowo.

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis *framing* model Pan & Kosicki. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, memahami, dan menginterpretasikan fenomena sosial berdasarkan data yang bersifat naratif, bukan angka atau statistik. Moleong (2017) menjelaskan, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, tindakan, secara holistik dan deskriptif, dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks alamiah. Dengan ini, metode kualitatif memungkinkan peneliti mengungkap makna di balik teks berita yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan data kuantitatif.

Adapun metode kualitatif ini dipilih digunakan karena penelitian menyoroti isu kemiskinan yang dikaitkan dengan seorang Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo. Isu ini merupakan fenomena sosial yang sarat makna, simbol, dan interpretasi. Media *online* seperti *CNNIndonesia.com* tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga mengonstruksi realitas melalui cara tertentu dalam menyusun, memilih, dan menekankan aspek tertentu dalam berita. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif lebih tepat digunakan karena memungkinkan peneliti untuk membongkar konstruksi makna dan bingkai (*frame*) yang tersembunyi dalam pemberitaan.

Pendekatan analisis *framing* Pan & Kosicki dipilih karena model ini memberikan perangkat analisis yang sistematis terhadap teks berita melalui empat struktur utama: sintaksis (susunan berita), skrip (kelengkapan berita), tematik (cara mengembangkan tema), dan retorik (pilihan bahasa dan gaya penyajian). Model ini menekankan bahwa berita bukanlah cermin realitas, melainkan hasil konstruksi media yang dipengaruhi oleh

sudut pandang, nilai, dan kepentingan tertentu (Pan & Kosicki, 1993). Dengan menggunakan model ini, peneliti dapat menelusuri bagaimana *CNNIndonesia.com* membentuk narasi tertentu tentang Ganjar Pranowo dan isu kemiskinan di Jawa Tengah.

Dalam konteks penelitian ini, analisis *framing* Pan & Kosicki digunakan untuk melihat bagaimana media *CNNIndonesia.com* mengonstruksi isu kemiskinan di Jawa Tengah dengan mengaitkannya pada figur Gubernur Ganjar Pranowo, terutama dalam konteks menjelang Pilpres 2024. Apakah lebih banyak menekankan aspek kegagalan atau keberhasilan kebijakan Ganjar? Apakah isu kemiskinan diperlakukan sebagai masalah struktural, politik, atau personal? Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengurai strategi wacana media dalam membentuk citra Ganjar, baik sebagai pemimpin daerah maupun calon presiden, melalui isu sensitif seperti kemiskinan.

1.9.2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pemberitaan *CNNIndonesia.com* tentang Ganjar Pranowo dalam isu kemiskinan di Jawa Tengah. Pemberitaan yang dimaksud mencakup berita-berita yang diterbitkan *CNNIndonesia.com* pada periode tahun 2023, ketika isu kemiskinan di Jawa Tengah menjadi sorotan publik, khususnya dalam masa kepemimpinan Ganjar Pranowo. Tahun 2023 sendiri merupakan tahun terakhir Ganjar menjabat sebagai gubernur Jateng sekaligus muncul wacana Ganjar akan maju sebagai calon presiden pada Pemilu 2024. Adapun media ini dipilih karena tergolong *brand* media paling dipercaya di Indonesia pada 2022 serta termasuk media arus utama yang memiliki jangkauan audiens luas, kredibilitas tinggi, dan pengaruh besar dalam pembentukan opini publik.

Sebagai media *online*, *CNNIndonesia.com* tidak hanya menyajikan informasi faktual, tetapi juga berperan dalam mengonstruksi realitas sosial melalui cara pemberitaan, pemilihan sudut pandang, hingga penggunaan bahasa. Oleh sebab itu relevan untuk dikaji dalam konteks *framing* media. Fokusnya diarahkan pada bagaimana media ini membingkai isu kemiskinan dengan mengaitkannya pada sosok Ganjar Pranowo. Dalam konteks menjelang Pilpres 2024, isu kemiskinan menjadi salah satu isu politik strategis yang berpotensi memengaruhi citra Ganjar sebagai calon presiden. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengurai konstruksi realitas yang dibangun *CNNIndonesia.com*.

1.9.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ialah teks pemberitaan media *online CNNIndonesia.com* yang mengangkat isu kemiskinan di Jawa Tengah, yang terkait dengan kepemimpinan Ganjar Pranowo sebagai gubernur dan kontestasi Pilpres 2024. Teks berita yang dijadikan subjek penelitian adalah artikel-artikel yang memuat laporan atau analisis redaksi tentang masalah kemiskinan di Jateng yang terbit dalam rentang waktu 21 April 2023 hingga 10 Februari 2024. 21 April 2023 ialah waktu di mana Ganjar secara resmi ditetapkan sebagai calon presiden oleh PDI Perjuangan. Adapun 10 Februari 2024 ialah hari terakhir jadwal kampanye Pilpres 2024. Berita-berita yang akan dianalisis mencakup berbagai jenis pemberitaan, baik yang bersifat informasi faktual mengenai angka kemiskinan di Jateng, kritik terhadap kebijakan Ganjar, maupun apresiasi terhadap pencapaian yang diraih selama masa kepemimpinannya.

Teks-teks berita ini dipilih berdasarkan kriteria relevansi topik dan periode waktu yang mencakup pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dalam konteks isu kemiskinan di Jateng serta jangka waktu yang relevan dengan dinamika politik menjelang Pilpres 2024. Penelitian ini akan mengidentifikasi *CNNIndonesia.com* menggunakan struktur *framing* dalam pemberitaan tersebut untuk membentuk pandangan atau persepsi publik mengenai Ganjar dan bagaimana *framing* ini dapat memengaruhi citra politiknya di mata publik, terutama dalam konteks isu sosial kemiskinan yang sering menjadi sorotan media.

1.9.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berbentuk teks atau kata-kata verbal, bukan berbentuk angka atau statistik yang sifatnya kuantitatif. Data ini meliputi berita-berita yang diterbitkan *CNNIndonesia.com* yang relevan dengan isu kemiskinan di Jateng di akhir masa jabatan Ganjar. Di sisi lain tahun 2023 ini juga dipilih karena mendekati momentum Pemilu 2024, di mana Ganjar menjadi sebagai salah satu calon presiden. Adapun kriteria berita yang dipilih memuat isu kemiskinan di Jateng selama Ganjar menjabat sebagai gubernur, berita yang mengaitkan Ganjar dengan pencapaian maupun kritik dalam mengatasi kemiskinan, serta berita yang mengaitkan kemiskinan di Jateng dengan Pilpres 2024.

Dalam penelitian ini, sumber data yang didapatkan dibagi menjadi dua, yakni primer dan sekunder. Data primer ialah data-data yang diperoleh secara langsung dari tangan pertama, yakni diperoleh dari dokumentasi dan observasi terhadap pemberitaan di situs media online *CNNIndonesia.com*. Adapun data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau didapatkan dari tangan kedua dengan tujuan mendapatkan informasi

tambahan mengenai objek yang diteliti. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang berfungsi sebagai data pendukung, di antaranya meliputi buku-buku, jurnal, serta artikel dan pemberitaan di media *online*.

1.9.5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan dengan beberapa tahapan. *Pertama*, teknik dokumentasi, di mana peneliti mengumpulkan data berbentuk dokumen yang berupa pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dan isu kemiskinan di Jawa Tengah di media *online CNNIndonesia.com* pada periode 2023, tahun terakhir Ganjar menjabat sebagai gubernur dan yang menentukan langkah politik Ganjar pada Pemilu 2024. *Kedua*, teknik observasi atau pengamatan dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Observasi digunakan untuk mengamati beberapa teks berita yang dipilih lalu dianalisis menggunakan metode analisis *framing* model Pan & Kosicki. *Ketiga*, studi pustaka untuk mendapatkan data-data pendukung yang relevan, di antaranya penelitian terdahulu, buku, jurnal, serta artikel dan pemberitaan di media *online*.

Berdasarkan teknik dokumentasi dan observasi, peneliti menemukan lima teks berita di *CNNIndonesia.com* yang terbit dalam rentang waktu 21 April 2023 hingga 10 Februari 2024, yang relevan dengan topik kajian ini. Berikut ini lima judul berita tersebut yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan *framing* Pan & Kosicki.

Tabel 1.2 Pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dan persoalan kemiskinan di Jawa Tengah pada media *online CNNIndonesia.com*

No	Judul Berita	Tanggal Terbit	Link
1	Jejak Kemiskinan Jateng di Tangan	22 April 2023	https://www.cnnindonesia.com

	Capres PDIP Ganjar Pranowo		/ekonomi/20230422123546-92-940895/jejak-kemiskinan-jateng-di-tangan-capres-pdip-ganjar-pranowo
2	PR Besar Ganjar Pranowo di Jateng: Konflik Wadas hingga Kemiskinan	23 April 2023	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230423131614-617-941173/pr-besar-ganjar-pranowo-di-jateng-konflik-wadas-hingga-kemiskinan
3	Kader Demokrat Banten Sentil Ganjar soal Kemiskinan Ekstrem di Jateng	10 Mei 2023	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230510065527-32-947517/kader-demokrat-banten-sentil-ganjar-soal-kemiskinan-ekstrem-di-jateng
4	Tekan Angka Kemiskinan, Ganjar Evaluasi 17 Kabupaten Termasuk Klaten	15 Agustus 2023	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230815143242-293-986347/tekan-angka-kemiskinan-ganjar-evaluasi-17-kabupaten-termasuk-klaten
5	Pakar UMJ Ragu Ganjar Bisa Tekan Kemiskinan 2,5 Persen, Sindir Jateng	24 November 2023	https://www.cnnindonesia.com/nasional/20231123143943-617-1028066/pakar-umj-ragu-

			ganjar-bisa-tekan-kemiskinan-25-persen-sindir-jateng
--	--	--	--

1.9.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data utama dalam penelitian ini adalah analisis *framing* menggunakan model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki. *Framing* media di sini mengacu pada bagaimana media menyusun, memilih, dan mengarahkan perhatian publik melalui struktur narasi dalam pemberitaannya. Analisis ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menginterpretasikan empat elemen utama dalam struktur *framing*. Yaitu struktur sintaksis atau skema berita (*headline*, *lead*, latar informasi, kutipan, narasumber), struktur skrip meliputi kelengkapan berita (5W+1H), struktur tematik (paragraf, proposisi, bentuk kalimat, hubungan antarkalimat), lalu struktur retorik (leksikon, metafora, grafis).

Analisis *framing* ini dilakukan dalam beberapa langkah. Yakni menentukan berita yang relevan dan sesuai dengan kriteria pada periode yang ditentukan. Setiap teks berita akan menjadi unit analisis yang diamati. Kemudian setiap berita yang dipilih akan dikelompokkan berdasarkan elemen-elemen *framing* yang terkandung dalam berita tersebut. Hal ini bertujuan memahami bagaimana tiap elemen *framing* membentuk suatu narasi dalam berita. Lalu peneliti menginterpretasikan bagaimana *CNNIndonesia.com* mengonstruksi isu Ganjar Pranowo dan kemiskinan di Jawa Tengah dalam narasi tertentu. Ini akan menghasilkan tema-tema utama yang terkait dengan *framing* berita.

Proses selanjutnya ialah menghubungkan temuan *framing* ini dengan konteks sosial dan politik, khususnya dalam konteks Pilpres 2024. Ini bertujuan untuk menggali bagaimana *framing* berita tentang kemiskinan juga membawa dampak pada persepsi publik. Hasilnya akan disajikan dalam bentuk deskripsi naratif yang menggambarkan bagaimana *CNNIndonesia.com* mengonstruksi isu dalam berbagai dimensi pemberitaan (positif, negatif, atau netral) dan pengaruhnya terhadap persepsi publik terhadap Ganjar.

1.9.7. Batasan Penelitian

Batasan penelitian berfungsi untuk memperjelas ruang lingkup agar penelitian tidak melebar ke luar fokus. Adapun batasannya mencakup objek penelitian terbatas pada berita yang dipublikasikan oleh *CNNIndonesia.com* terkait Ganjar Pranowo dan isu kemiskinan di Jawa Tengah. Selanjutnya periode penelitian dibatasi pada tahun 2023. Unit analisis hanya mencakup teks berita di media *online* tersebut. Metode analisis yang digunakan yakni analisis *framing* pendekatan Pan & Kosicki dengan empat struktur utama (sintaksis, skrip, tematik, retorik). Fokus penelitian adalah bagaimana isu kemiskinan dibingkai oleh media, bukan menilai benar atau salahnya isi berita, dan bukan pula mengukur tingkat kemiskinan secara faktual.

1.9.8. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini mencakup tidak semua media *online* memberitakan isu kemiskinan di Jawa Tengah serta *CNNIndonesia.com* mengarahkan pemberitaan tentang isu tersebut dalam konteks politik. Objek penelitian hanya *CNNIndonesia.com*, sehingga hasil analisis tidak dapat digeneralisasi untuk keseluruhan media *online* di Indonesia. Selain itu juga keterbatasan waktu, di mana analisis dilakukan hanya pada periode

tertentu, sehingga *framing* di luar rentang waktu tersebut tidak terwakili. Penelitian ini juga bergantung pada subjektivitas peneliti karena sifat kualitatif dipengaruhi oleh subjektivitas, meskipun upaya objektivitas dilakukan melalui kerangka teori. Di sisi lain, peneliti juga tidak melakukan wawancara jurnalis, redaksi media, atau audiens, sehingga analisis terbatas pada interpretasi terhadap teks.