

**PEMBERITAAN GANJAR PRANOWO CAPRES 2024
PADA MEDIA *ONLINE* KOMPAS.COM DAN DETIK.COM
(Analisis *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)**

SKRIPSI

(Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Pengajuan Skripsi)



DISUSUN OLEH:

FREDERIKUS BINTANG HAYATI

2019230010

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG**

2023

**Frederikus Bintang Hayati, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2023,
Pemberitaan Ganjar Pranowo Capres 2024 Pada Media *Online*
Kompas.Com Dan Detik.Com (Analisis *Framing* Model Zhongdang Pan Dan
Gerald M. Kosicki)**

Dosen Pembimbing Utama :Fathul Qorib, S.I.Kom.,M.I.Kom

Dosen Pembimbing Pendamping :Herru Prasetya Widodo, S.AP., M.Si

RINGKASAN

Dewasa sekarang politik berada pada era mediasi hampir mustahil seluruh aspek kehidupan politik dapat dipisahkan dari pantauan media massa. Politik dapat membentuk tingkah laku, sikap dan pandangan seseorang bahkan politikus sebagai aktor utama dalam politik selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik tersebut tidak lazim untuk khalayak umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengkritisi Pemberitaan Ganjar Pranowo Capres 2024 Pada Media *Online* Kompas.com dan Detik.com.

Tujuan penelitian untuk mengetahui *framing* pemberitaan Ganjar Pranowo Capres 2024 pada media *online* Kompas.com dan Detik.com dengan menggunakan *framing* model Zhongdang Pan dan Kosicki. Metode yang digunakan adalah penelitian analisis teks media menggunakan *framing* model Zhongdang Pan dan Kosicki, dengan empat perangkat framing yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com menyajikan berita yang objektif tentang Ganjar Pranowo Capres 2024, Kompas.com berusaha untuk tetap menjaga kualitas berita dengan mengedepankan objektivitas pemberitaan. Sedangkan Detik.com dalam pemberitaannya terlalu memberikan ruang yang cukup luas bagi para elit politik khususnya pendukung Ganjar Pranowo Capres 2024. Dalam pemberitaannya Detik.com sangat mimin keterlibatan narasumber yang latar belakang sebagai pengamat atau representasi dari masyarakat. Dapat dikatakan bahwa pemberitaan Detik.com kurang objektivitas karena masih terdapat unsur-unsur politis dalam menyajikan berita.

Kata Kunci : Framing, Berita, Ganjar Pranowo Capres, Objektivitas

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media massa pada sekarang mengalami perkembangan yang maju dan bisa menjadi suatu kekuatan besar dan patut untuk diwaspadai oleh masyarakat. Dengan perkembangan tersebut media dengan cepat menyajikan informasi dan berita kepada khalayak. Media massa juga menjadi salah satu faktor yang menentukan perubahan dalam lingkungan masyarakat. Media massa yang terbagi menjadi media cetak dan elektronik tentu mempunyai perbedaan dalam proses penyajian berita dan informasi. Media cetak dengan karakter yang lambat dalam menyajikan informasi tentu memiliki keunikan tersendiri dalam proses dan penyajian berita. Sementara media elektronik dibantu dengan audio dan visual memudahkan bagi khalayak untuk mengakses serta mendapatkan informasi. Maka dari itu, informasi yang terdapat pada media massa tentu mempunyai nilai berita (McQuail, 2011:3).

Kekuatan media massa dalam menyampaikan informasi ke berbagai belahan dunia tentu tidak dibatasi oleh letak wilayah maupun waktu tertentu. Media massa tentu harus mempunyai sisi informatif, edukasi, sekaligus menghibur. Kehadiran media massa di masyarakat jangan dipandang sebagai hal biasa, melainkan media massa memiliki kontribusi besar dalam kehidupan sosial. Tidak hanya itu, dalam momentum politik seperti sekarang media sangatlah menarik untuk dibahas karena pemberitaan politik memiliki nilai berita. Dewasa sekarang politik berada pada era mediasi hampir mustahil seluruh aspek kehidupan politik dapat dipisahkan dari pantauan media massa. Politik dapat membentuk tingkah laku, sikap dan pandangan seseorang bahkan politikus sebagai aktor utama dalam politik selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik tersebut tidak lazim untuk khalayak umum (McNair, 2015:2).

Media dalam komunikasi pada umumnya dimanfaatkan sebagai perantara yang memiliki peran besar dalam menyampaikan pesan atau informasi dari sumber informasi seperti pemilik media untuk diteruskan kepada khalayak yang meliputi individu atau kelompok yang pada prinsipnya sebagai penerima

pesan. Media mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat, baik pendidikan, ekonomi, sosial maupun politik. Dalam konteks negara demokrasi seperti Indonesia, tentu media menjadi pilar penting dalam menjaga keberlangsungan demokrasi. Dalam momentum demokrasi seperti sekarang, media memiliki andil besar dalam menyampaikan pesan politik kepada khalayak sehingga memudahkan masyarakat untuk mengetahui kriteria calon pemimpin. Pesan yang disampaikan melalui media massa sangat berpengaruh terhadap opini masyarakat, oleh karena itu media massa dituntut untuk dapat memberikan informasi yang baik serta memahami betul isi pesan yang disampaikan.

Berita atau informasi melalui media massa kebanyakan dianggap oleh publik mempunyai integritas, sehingga berita atau informasi yang disampaikan sesuai realitas khalayak. Tidak dipungkiri berita yang disajikan dapat berdampak pada perubahan cara pandang dan tingka laku khalayak umum. Maka dari itu, media massa harus digunakan secara baik dalam menyampaikan pesan politik sehingga aspirasi dan kritikan masyarakat dicermati dengan baik pula. Pada prinsipnya media massa adalah alat untuk menyampaikan pesan termasuk pesan politik untuk disampaikan kepada masyarakat luas dengan cara yang sangat mudah. Melihat realitas media massa saat ini tidak terlepas dari berbagai kepentingan dan lebih condong pada kelompok serta ideologi tertentu. Apapun yang dihasilkan dan ditampilkan media ke publik adalah cerminan ideologi tertentu yang telah berhasil mempengaruhi media melalui wartawan dan ruang redaksi sebuah media. Media massa dengan bermodalkan dapat memberikan informasi kepada khalayak dengan kapasitas yang banyak tentu akan dimanfaatkan baik oleh organisasi-organisasi seperti pada Partai Politik, Pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat, Kaum Buruh dan organisasi-organisasi lain mempunyai tujuan tertentu (Eriyanto, 2004:2).

Perkembangan media massa kian pesat merambah ke seluruh aspek kehidupan masyarakat. Masyarakat dengan mudah mendapatkan berita dan informasi melalui media *online* yang memiliki kecepatan, mudah diakses dan *real time*. Media massa bukan sebatas pada cetak dan konvensional melainkan juga media baru. Media *online* di Indonesia mengalami perkembangan yang

signifikan, hal ini ditandai dengan tingginya data pengguna media *online*. Indonesia adalah salah satu negara yang menggunakan internet paling tinggi di dunia. Menurut laporan dari *We Are Social* terdapat 204,7 juta jiwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022. Angka di atas sedikit naik dari tahun sebelumnya yang berkisar pada angka 202,6 juta jiwa pengguna internet. Pada dasarnya media *online* menyajikan berita dan informasi yang cepat, praktis, gratis serta mudah untuk diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Media pada umumnya diaplikasikan dalam praktek keseharian jurnalistik berupa portal berita. *Website* pada situs berita adalah sumber berita dan informasi sehingga khalayak mendapatkan berbagai jenis berita dan informasi.

Di era digitalisasi seperti sekarang, berita dan informasi didapatkan melalui media cetak dan konvensional tetapi, bisa juga melalui media *online*. Kehadiran internet dalam kehidupan manusia dimanfaatkan dengan baik karena jangkauan dan kapasitasnya sangat mudah jika dibandingkan dengan media cetak dan konvensional. Diimbangi dengan intelektual yang mumpuni dan sangat mudah dalam mengakses memberikan daya tawar yang menarik untuk masyarakat agar selalu menggunakan internet, dalam keberlangsungan hidup setiap hari. Media *online* sebagai media baru tentu sangat berbeda dalam penyajian berita dengan media cetak seperti surat kabar, majalah maupun dengan televisi serta radio. Media baru hanya membutuhkan salah satu perangkat seperti komputer yang sudah terkoneksi dengan jaringan internet sehingga sangat mudah dalam mencari dan menyajikan informasi. Jaringan internet memiliki salah satu karakter yaitu tidak terbatas oleh waktu dan wilayah tertentu, sehingga para pengguna internet dalam hal ini memiliki kebebasan mengonsumsi berita dan informasi. Media online memiliki ragam berita dan informasi yang disajikan sehingga khalayak bebas dalam mencari berita. Akses yang cepat membuat media online sangat diminati oleh khalayak umum, hal ini ditandainya dengan meningkatnya jumlah pengguna media *online* setiap tahun (McNair, 2015-15).

Media *online* terus bertransformasi dengan perkembangan teknologi, maka dalam hal ini berita dan informasi yang disajikan harus cepat sesuai dengan karakter jurnalistik *online*, sehingga masyarakat dengan mudah mendapatkan

berita dan informasi. Kecepatan tersebut tentunya harus diimbangi dengan teknologi, karena jika tidak didorong dengan perkembangan teknologi akan sulit menyajikan berita dan informasi yang cepat. Kecepatan tentu memiliki tantangan baik untuk pemilik media maupun pihak yang akan mengonsumsi berita dan informasi, kadang media akan mengabaikan fakta demi kecepatan berita dan informasi. Maka dari itu, tingkat akurasi dan relevansi harus sesuai dengan data yang sebenarnya sehingga berita yang akan tersebar memiliki nilai berita. Media *online* yang semakin dituntut cepat dalam menyajikan informasi dan berita karena sesuai dengan karakter jurnalistik *online* yaitu berita yang cepat sehingga memudahkan masyarakat dalam mendapatkan berita.

Sekarang ini ruang berita media massa *online* telah banyak digunakan oleh para politisi untuk menambah citra dalam mencari simpatisan dengan diwadahi ruang pada ruang berita tersebut. Hal seperti itu, tidak asing lagi kita melihat dalam pemberitaan media massa *online* yang mendominasi pada situs berita tersebut. Pemberitaan politik seakan memiliki nilai berita yang cukup tinggi sehingga media massa *online* gencar memberitakan dinamika politik setiap hari. Meskipun kita tahu bersama bahwa berita politik, tentu jauh lebih penting atas permasalahan-permasalahan di dalam lingkungan publik, seperti kemiskinan serta persoalan terhadap lingkungan hidup. Media massa *online* terus-menerus menyajikan berita politik sehingga mempengaruhi terhadap pola pikir dan cara pandang masyarakat terhadap pilihan politik.

Pemanfaatan media massa saat ini merupakan sebuah pendukung kebutuhan dalam aktivitas masyarakat. Dalam era globalisasi dan teknologi yang berkembang pesat masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi secara gratis, praktis dan efektif. Secara teori media massa pada dasarnya bertujuan menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien kepada khalayak. Perkembangan media massa dalam teknologi mampu menghasilkan sebuah informasi serta hiburan bagi khalayak, baik dalam kebutuhan berupa media cetak, konvensional maupun media *online*. Media *online* memiliki cara tersendiri dalam menyajikan berita kepada khalayak, hal tersebut dapat berupa berita dan informasi yang cepat dan sangat mudah untuk diperoleh karena

menggunakan jaringan internet. Dengan perkembangan media *online* semacam ini, pengetahuan akan informasi bagi khalayak secara tidak langsung akan terpenuhi. Pada momentum politik seperti sekarang tentu media *online* memiliki peran dan kontribusi besar dalam menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak sehingga publik mudah mendapatkan informasi tentang kriteria calon pemimpin serta rekam jejak dari seorang pemimpin. Media dapat disebut sebagai ujung tombak dalam proses demokrasi, karena dalam menyampaikan pesan politik media pasti melibatkan masyarakat umum.

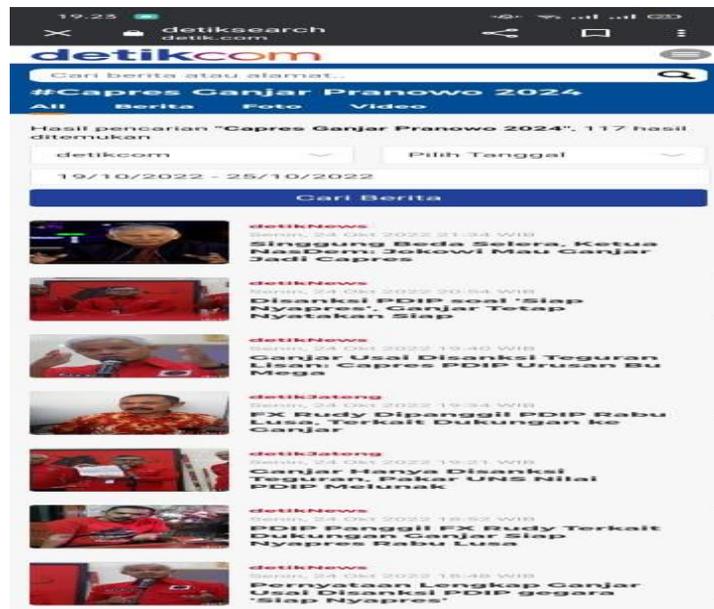
Pada tahun 2022, media massa baik media konvensional, elektronik maupun media *online gencar* memberitakan pemilihan presiden yang akan berlangsung 2024 mendatang. Sementara Joko Widodo dan Ma'ruf Amin baru menjabat tiga tahun sebagai presiden dan wakil presiden periode 2019-2024. Dilansir dari situs resmi <https://www.kpu.go.id> pemilihan presiden akan berlangsung pada 14 Februari 2024 mendatang. Muncul beberapa nama yang dianggap masyarakat layak untuk memimpin Indonesia, seperti Menteri Pertahanan Republik Indonesia Prabowo Subianto, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dan Mantan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta Anies Rasyid Baswedan. Berbagai lembaga survei telah melakukan survei yang rata-rata melakukan *framing* terhadap tokoh seperti, Ganjar, Pranowo dan Anies sebagai capres yang memiliki elektabilitas tinggi. Sekarang Ganjar Pranowo masih berstatus Gubernur Jawa Tengah untuk periode 2018-2023.

Ketika kita berkaca pada, hal tersebut dapat dilihat seperti penelitian berikut ini tentang pemberitaan media terhadap kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Meskipun memiliki dampak yang negatif terhadap masyarakat, seakan pemberitaan terkait persoalan itu tidak menarik bagi media. Realitas seperti ini tidak terjadi pada isu tentang politik yang seakan sangat menarik bagi media melakukan berbagai upaya akan pemberitaannya banyak dan dapat diakses oleh masyarakat luas. Artinya, pemberitaan politik masih sangat mendominasi atas pemberitaan-pemberitaan yang lain yang walaupun memiliki nilai berita atau manfaat yang cukup tinggi bagi khalayak. Media sebagai jembatan antara masyarakat dan pemerintah, sudah barang tentu dalam

pemberitaanya harus menyampaikan apa yang menjadi persoalan utama yang dihadapi oleh masyarakat, seperti persoalan ekonomi, pendidikan maupun kesehatan yang semakin hari semakin kompleks persoalannya. Media bukan menjadi corong kekuasaan dengan menyajikan pemberitaan-pemberitaan yang sama sekali tidak berfaedah seperti melakukan *branding* terhadap tokoh tertentu apalagi itu merupakan tokoh politik. Hal ini relevan yang dengan penelitian dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan Media *Online* Detik.com dan Kompas.com Mengenai kebijakan Kaltim Steril” yang dilakukan oleh Sucipta dan Kurniawan pada tahun 2021. Berdasarkan temuan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan berpatokan pada empat struktur *framing* yaitu, struktur sintaksis, skrip, tematik dan struktur retorik.

Jika dilihat dari *framing* media Detik.com bahwa masih terdapat temuan oleh peneliti, bahwa media massa masih saja membela kepentingan-kepentingan tertentu seperti pemerintah. Pada penelitian di atas dapat dilihat bahwa media massa dominan memberitakan tentang peran penting pemerintah dalam menurunkan jumlah kasus Covid-19, tetapi media massa tidak memberitakan bagaimana dampak yang dirasakan oleh masyarakat selama kebijakan tersebut diberlakukan. Ketika mengamati realitas isi dari konten berita sekarang ini, tentu yang paling banyak adalah pemberitaan tentang politik dengan melibatkan petinggi partai tertentu yang memiliki elektabilitas dalam memenangkan pilpres mendatang. Dengan segala kemampuan yang ada, tentu partai politik memiliki tokoh politik atau kader yang akan mencalonkan menjadi presiden. Pertarungan partai politik di kalangan elit tentu jelas menjadi perbincangan hangat bagi para politisi yang memiliki kepentingan tertentu. Dapat diamati bahwa, perhatian media tentu bukan lain adalah bagaimana memberitakan peristiwa seperti ini agar menarik perhatian khalayak umum.

Gambar 1 Berita Ganjar Pranowo di Media Detik.com



Sumber. Detik.com

Partai politik mulai berani mendeklarasikan calon presiden seperti yang dilakukan oleh partai Nasdem beberapa bulan yang lalu, Partai Nasdem berani mencalonkan Anies untuk bertarung pada pemilihan presiden 2024. Dalam prosesnya partai politik dan pendukung tentu melibatkan media dalam pemberitaan nama-nama yang akan diusulkan menjadi capres. Lembaga survei tidak tinggal diam dalam melakukan kerja survei, nama-nama yang berpotensi akan mencalonkan diri pada kontestasi pilpres 2024. Dari survei beberapa lembaga survei nama Ganjar Pranowo dinilai layak untuk mencalonkan diri sebagai Capres 2024. Beberapa bulan yang lalu nama Ganjar muncul dengan elektabilitas tinggi di beberapa lembaga survei seperti yang dilakukan oleh Lembaga Survei Poltracking dengan sepuluh nama teratas capres potensial pada pilpres 2024 mendatang nama Ganjar Pranowo berada pada urutan pertama dengan angka 26,6 persen. Berdasarkan hasil survei Lembaga Survei Litbang Kompas tanggal 24 September-7 Oktober 2022, elektabilitas Gubernur Jawa Tengah menempatkan posisi pertama 23, 2 persen disusul Prabowo 17,6 persen dan Anies hanya 16,5 persen. Sementara menurut survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Carta Politika pada 4-12 November 2022 menempatkan nama Ganjar Pranowo dengan elektabilitas paling tinggi berada pada angka 23,6

persen, disusul Anies dengan 23,1 persen dan Prabowo 22 persen. Data di atas jelas bahwa Ganjar memiliki elektabilitas yang tinggi mengungguli Prabowo dan Anies Baswedan sebagai capres 2024. Tetapi media seringkali melakukan pembingkaihan terhadap tokoh politik tertentu dan notabene mempunyai citra politik yang positif di mata masyarakat. Setiap media tentu memiliki filosofi sendiri dalam mengartikan dan memahami suatu peristiwa atau isu yang masih hangat diperbincangkan oleh publik (Tempo, 2022).

Jika diamati lebih jauh pemberitaan media mengenai Ganjar, dapat dibayangkan bahwa Ganjar Pranowo merupakan salah satu isu yang paling banyak diberitakan oleh media, baik media cetak, *online* maupun media elektronik. Hal ini tentu tidak terlepas dari sosok Ganjar yang beberapa hari yang lalu sempat mengeluarkan statement nyatakan siap capres hingga pada akhirnya dipanggil oleh DPP PDIP. Jika dibandingkan dengan tokoh lain, seperti Anies maupun Prabowo rasanya Ganjar tetap diperbincangkan oleh publik melalui pemberitaan yang disajikan oleh media massa. Isu terkait pencapresan Ganjar tetap disajikan ke publik oleh media massa dengan tujuan bahwa publik dapat mengenal Ganjar. Kedua media di atas tentu memiliki karakter tersendiri dalam pemberitaan tentang pencapresan Ganjar tahun 2024.

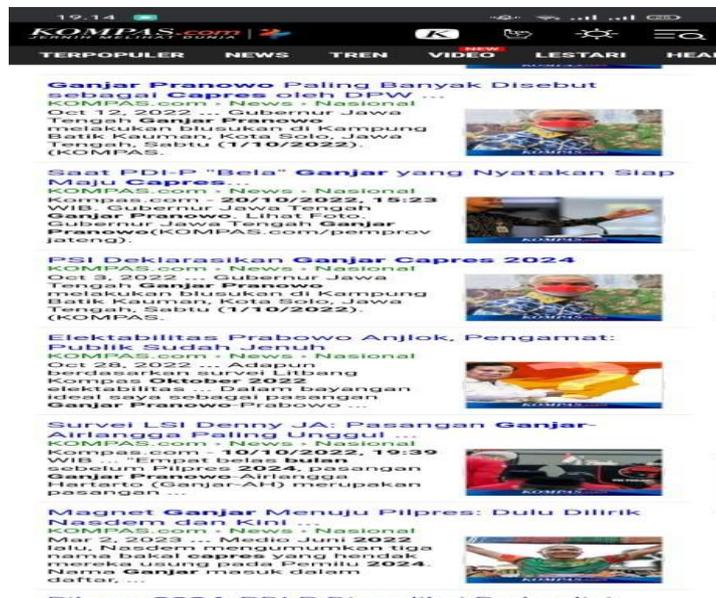
Analisis *framing* di dalam penelitian ini akan melakukan pemahaman dan telaah oleh peneliti mengenai model Zhongdang dan Kosicki dengan menjabarkan pembingkaihan sebagai strategi konstruksi realitas berita. Perangkat *framing analysis* model Zhongdang dan Gerald diantaranya, sintaksis (cara wartawan menyusun fakta), skrip (cara wartawan mengisahkan fakta), tematik (cara wartawan menulis fakta) dan retorik (cara wartawan menekankan fakta). Alasan peneliti menggunakan analisis model Zhongdang dan Kosicki karena analisis ini akan berusaha membongkar realitas yang dibingkai oleh media. Tidak hanya itu analisis *framing* Pan dan Kosicki sangat populer di antara analisis yang ada seperti analisis dari Robert N. Entman yang menekankan pada dua dimensi umum yaitu seleksi isu dan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu. Sementara Zhongdang dan Kosicki membahas secara detail tentang isi berita dengan menggunakan empat struktur. Peneliti mengamati pemberitaan

media dalam hal politik tentu sangat tidak berimbang atau tidak sesuai dengan realitas sebenarnya. Hal ini yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis *framing* Zhongdang dan Gerald, sehingga dengan analisis model ini dapat membantu peneliti dalam melakukan analisis pemberitaan Ganjar capres 2024. Media seringkali tidak objektif dalam memberitakan peristiwa atau isu tertentu apalagi isu tentang politik yang sangat rentan terhadap intervensi pihak luar dalam menyajikan berita. Seperti dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti melihat keterlibatan tokoh politik dan pengusaha mengintervensi terhadap konten dari media. Peristiwa sengaja dibingkai oleh media, bukan hanya oleh wartawan tetapi ruang redaksi sebuah media juga memiliki andil dalam membingkai suatu realitas berita (Eriyanto, 2007:115).

Framing adalah metode analisis media, sama seperti analisis teks media dan analisis semiotika. *Framing* secara sederhana dapat diartikan sebagai pembingkai sebuah peristiwa baik politik, ekonomi, pendidikan serta peristiwa-peristiwa yang melibatkan banyak orang. *Framing* dipahami sebagai penonjolan atas informasi-informasi tertentu dalam konteks yang berbeda sehingga isu tertentu mendapatkan perhatian lebih besar dari isu yang lain walaupun dianggap penting.

Peneliti menggunakan model analisis Zhongdang Pan dan Kosicki karena analisis Zhondang dan Kosicki menguraikan secara detail setidaknya empat poin penting dalam menganalisis berita diantaranya, sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat struktur ini membentuk semacam tema yang mempertemukan elemen-elemen semantik narasi berita, selain itu model analisis menduga setiap berita mempunyai pembingkai yang berperan sebagai sumber pengelompokan pandangan yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Maka penelitian yang akan dilaksanakan, peneliti berfokus menganalisis berita tentang Ganjar Pranowo capres 2024 pada media Kompas.com dan Detik.com.

Gambar 2 Berita Ganjar Pranowo di Media Detik.com



Sumber. Kompas.com

Kompas.com ialah media *online* telah lama berkontribusi memberikan berita dan informasi kepada masyarakat tentu menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian. Tidak hanya itu, *Reuters Institute* merilis laporan *Digital News Report 2022* tentang lanskap media massa pada Rabu, (15/6/22). Laporan yang bertajuk media *online* paling banyak dikonsumsi di Indonesia menempatkan media *online* Kompas.com berada di urutan kedua dengan jumlah 48 persen. Sementara itu, peringkat tiga puluh besar media *online* Indonesia bulan Januari 2022 versi Alexa media *online* Kompas.com berada pada urutan lima besar. Sedangkan sepuluh website yang paling banyak dikunjungi di Indonesia tahun 2022 versi Alexa, kompas.com peringkat sembilan, menjadikannya sebagai portal berita paling banyak dikunjungi. Media Kompas.com sebagai media *online* yang telah lama berkecimpung dalam proses pemberitaan perpolitikan Indonesia tentu memiliki banyak pemberitaan terkait capres Ganjar pada pemilihan presiden 2024.

Tabel 1.

Sepuluh *Website* yang Paling Banyak dikunjungi di Indonesia 2022 Versi Alexa.com

No	Nama Website	Peringkat
1	Google	1
2	YouTube	2
3	Facebook	3
4	Instagram	4
5	WhatsApp	5
6	Twitter	6
7	Disney-Hotstar	7
8	Tokopedia	8
9	Kompas.com	9
10	Detik.com	10

Sumber : Alexa.com 2022

Reuters Institute merilis laporan *Digital News Report 2022* tentang lanskap media massa pada Rabu, (15/6/22), media *online* Detik.com menjadi media *online* dengan peringkat pertama media *online* paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat dengan jumlah mencapai 65 persen. Dikutip dari situs resmi Alexa yang merilis peringkat tiga puluh besar media *online* Indonesia bulan Januari 2022 menempatkan media *online* Detik.com pada urutan ketujuh dari tiga puluh media *online* yang ada di Indonesia. Tidak hanya itu, rilis yang berbeda dilakukan oleh alexa yaitu sepuluh *website* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia 2022 media *online* Detik.com masuk dalam daftar dengan peringkat kesepuluh dibawah Kompas.com. Tentu hal ini menjadi alasan mendasar peneliti memilih kedua media *online* yang memiliki kontribusi besar dalam memberikan berita dan informasi yang faktual dan kredibel untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Selain itu, Kompas.com dan detik.com mempunyai pangsa pasar cukup tinggi di Indonesia (Alexa, 2022).

Table 2

Media *Online* Paling Banyak Dikonsumsi Masyarakat Indonesia tahun 2022

No	Nama Media	Nilai/% Responden
1	Detik.com	65%
2	Kompas.com	48%
3	CNN Indonesia	35%
4	Tribunnews	32%
5	TVOnews.com	30%
6	MetroTVnews.com	28%
7	Luputan6.com	25%
8	Okezone	23%
9	Kumparan	21%
10	Tempo.ci.id	19%

Sumber: *Reuters Institute Digital News Report 2022*

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui media Kompas.com dan Detik.com melakukan *framing* berita secara realitas pada pemberitaan capres Ganjar Pranowo yang akan mencalonkan diri untuk maju pada kontestasi politik 2024. Kompas.com dan detik.com adalah media dengan mendapatkan keleluasaan untuk mengarahkan sudut pandang pemberitaan, seperti capres Ganjar Pranowo digambarkan oleh media dalam pemberitaannya sehingga menjadi menarik untuk dicermati dan dianalisis dengan menggunakan *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki yang menekankan pada empat struktur sintaksis, struktur tematik, struktur skrip dan struktur retorik.

Posisi Kompas.com dan Detik.com, diharapkan berada dalam posisi sebagai media yang menyampaikan informasi dan pemberitaan bagi masyarakat, bukan malah ikut andil sebagai corong untuk kepentingan kelompok tertentu. Maka dari itu, penelitian ini akan melihat dan menganalisis berita Kompas.com dan Detik.com dalam melakukan *framing* mengenai isu Ganjar Pranowo capres 2024 dengan empat (4) struktur penting meliputi, struktur retorik, sintaksis, tematik dan skrip. Berdasarkan konteks penelitian diatas maka penulis mengambil judul **“Pemberitaan Ganjar Pranowo Capres 2024 Pada Media *Online* Kompas.com dan Detik.com (Analisis *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana *framing* pemberitaan Ganjar Pranowo capres 2024 pada media *online* Kompas.com dan Detik.com *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

1.3. Tujuan Penelitian

Mengetahui *framing* pemberitaan Ganjar Pranowo capres 2024 pada media *online* Kompas.com dan Detik.com dengan menggunakan *framing* model Pan dan Kosicki.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Memberi kontribusi terhadap kemajuan Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya dalam analisis *framing*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian terhadap pembingkaiian terhadap capres Ganjar Pranowo di media *online* Kompas.com dan Detik.com memberikan gambaran yang lengkap tentang bagaimana media *online* di Indonesia melakukan penyampaian informasi terhadap berita capres Ganjar 2024.

Daftar Pustaka

- Admin. 2022. *10 Website yang Paling Banyak dikunjungi di Indonesia 2022, Tidak ada Netflix*. URL:<https://bakri.uma.ac.id/10-website-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia-2022-tidak-ada-netflix/>. Diakses Pada, 15 November 2022, Pukul 13:01
- Amazo, Alexa. 2022. *30 Besar Peringkat Media Online Indonesia per Januari 2022 Versi Alexa*. URL:<https://prabangkaranews.com/2022/04/30-besar-peringkat-media-online-indonesia-per-januari-2022-versi-alexa/>. Diakses pada 11 Desember 2022, Pukul 16:50
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arsyad, Azhar. (2017). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, H. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Cangara, Hafied. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Denis M,Q. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Selemba Humanika
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing; Konstruksi Ideologi Dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS
- Eriyanto. 2004. *Analisis Framing; Konstruksi Ideologi Dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS
- Eriyanto. 2007. *Analisis Framing; Konstruksi Ideologi Dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS
- Flora, E. 2014. *Analisis Framing Berita Calon Presiden Ri 2014 - 2019 Pada Surat Kabar Kaltim Post Dan Tribun Kaltim*. *Jurnal Politik*, 2 (3): 347-356
- Nurita, D. 2021. *Charta Politika: Elektabilitas Ganjar, Prabowo, dan Anies Teratas Capres 2024*, (Online), (<https://nasional.tempo.co/read/1541399/charta-politika-elektabilitas-ganjarprabowo-dan-anies-teratas-capres-2024>), diAkses 20 Desember 2021.

- Permatasari, I. 2022. *Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres Di 2024: Pada Media Online Cnnindonesia.Com DanTempo.Co,(Online),(Phttps://www.google.com/url?*
- Firmansyah,W. 2022. *Hasil Survei: Ganjar Pranowo Ungguli Semua Kandidat di Bursa Capres 2024, (Online), (https://nasional.sindonews.com)* diakses 1 Januari 2022.
- Haryanto, Sri. (2021). *Pengantar Jurnalistik*. Yogyakarta: Bildung.
- KBBI Daring, 2023 Pukul 19.22 WIB, dari *Kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Proporsional*
- KBBI Daring, 2023 Pukul 19.22 WIB, dari *Kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Komprehensif*
- Permatasari, I. 2022. *Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres Di 2024: Pada Media Online Cnnindonesia.ComDanTempo.Co,(Online),(Phttps://www.google.com/url?*
- Pahlevi,R. 2022. *Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia, (Online),(https://databoks.katadata.co.id)*,diakses 16 juni 2022
- Lubis, P. 2020. *Analisis Framing Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di Majalah Tempo.Com(Analisis Framing model Robert N. Entman)*. Skripsi. Medan: Fisip.UMSU
- McNair, & Brian. 2011. *AnIntroduction to Political Communication*. Terj, Imam *Muttaqien. Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media.
- McNair, & Brian. 2015. *AnIntroduction to Political Communication*. Terj, Imam *Muttaqien. Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusa Media.
- Mondry.(2016). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pasaribu, R. 2021. *Analisis Framing Pemberitaan Pada Media Online Dan Streotype Terhadap Beauty Pageant (Analisis Framing Zhong Dang Pan Dan Gerald M. Kosicki)*. Skripsi. Medan: Fisip. UIN

- Romli, Asep Syamsul M. (2014). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO dan Tips Media Sosial*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Romli, 2018, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelolah Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Romli, Asep Syamsul M. (2006). *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Cetakan 7. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Qorib, Fathul. (2018) *Teknik Reportase dan Penulisan Berita*. Malang: Intrans Publishing
- Sobur, Alex. (2012) *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sucipta, Kurniawan. 2021. Analisis Framing Pemberitaan Media *Online* Detik.com dan Kompas.com Mengenai Kebijakan KaltimSteril, 1(13): 38-29
- Sukardi (2019) *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryawati, Indah. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumadiria, AS. Haris. (2015). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis RekatamaMedia.
- <https://www.detik.com/>
- <https://www.kompas.com/>

Qorib, Fathul. (2018) *Teknik Reportase dan Penulisan Berita*. Malang: Intrans Publishing