

Pemberitaan Prabowo Gibran jelang pilpres 2024: Analisis framing pada media online

Chelsea Uly Artha Pandiangan¹, Jaduk Gilang Pembayun², Eny Ratnasari³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

ABSTRAK

Latar Belakang: Pilpres 2024 memicu banyak polemik di kalangan masyarakat. Majunya Gibran sebagai cawapres mendampingi Prabowo dinilai tidak etis. Pasalnya berdasarkan putusan MK 141/PUU-XXI/2023, Gibran tidak memenuhi syarat usia minimal. Bukan bertindak sebagaimana mestinya, Radar Semarang justru menjadi wadah kandidat 02 untuk berkampanye dalam bentuk produk jurnalistik. **Tujuan:** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui framing yang dibangun media online Radar Semarang pada pemberitaan Prabowo Gibran. **Metode:** Analisis yang digunakan adalah konsep framing Robert Entman melalui empat perangkat analisis yaitu define problem, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivistik. Teknik pengumpulan data dimulai pada tanggal 2-31 Januari 2024. Periode tersebut dipilih karena mendekati masa akhir sekaligus masa tenang kampanye Pilpres 2024. Setelah melalui seleksi data, terpilih 19 artikel. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembingkai berita yang dilakukan media online Radar Semarang terhadap isu pemilihan presiden dan wakil presiden Prabowo Gibran menunjukkan adanya keberpihakan. Keberpihakan dapat dilihat dari dominasi Prabowo Gibran pada berita pilpres 2024, penekanan terhadap judul maupun isi berita yang mengarah pada kesan baik, penggunaan metafora yang cenderung menjatuhkan kandidat lawan, menampilkan fakta yang dikehendaki media juga memasukan propaganda kepentingan beberapa pihak. Dari sisi jurnalistik, wartawan belum menerapkan prinsip *cover both side* dalam membuat produk jurnalistik. Hal ini menyebabkan peran Radar Semarang sebagai arus komunikasi politik tidak berjalan dengan baik. Radar Semarang berusaha menjadi wadah membangun citra bagi Prabowo Gibran untuk berkampanye demi memperoleh dukungan suara. Oleh karenanya, konstruksi realitas yang dilakukan Radar Semarang mampu menggiring opini publik.

Kata-kata kunci: Analisis framing; calon presiden; media online; pilpres 2024; radar Semarang

Framing analysis of Prabowo Gibran news ahead of the 2024 presidential election

ABSTRACT

Background: The 2024 presidential election has sparked much controversy among the public. Instead of acting as he should, Radar Semarang has become a forum for Candidate 02 to campaign in the form of journalistic products. **Purpose:** This study aims to determine the framing built by the online media Radar Semarang in the news about Prabowo Gibran. **Method:** The analysis used is Robert Entman's framing concept through four analytical tools, namely defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and treatment recommendations. The data collection technique began on January 2-31, 2024. **Results:** The results of the study show that the news framing carried out by the online media Radar Semarang on the issue of the presidential and vice presidential election of Prabowo Gibran shows bias. Bias can be seen from the dominance of Prabowo Gibran in the 2024 presidential election news, the emphasis on the title and content of the news that leads to a good impression, the use of metaphors that tend to bring down opposing candidates, presenting facts desired by the media and also including propaganda for the interests of several parties. From a journalistic perspective, journalists have not applied the principle of covering both sides in creating journalistic products. This causes Radar Semarang's role as a political communication stream to fail. Radar Semarang tries to be a place to build an image for Prabowo Gibran to campaign in order to gain support. Therefore, the construction of reality carried out by Radar Semarang can lead to public opinion.

Keywords: Framing analysis; online media; presidential candidates; presidential election 2024; radar Semarang

Untuk mengutip artikel ini (Gaya APA):

Pandiangan, C. U. A., Pembayun, J. G., & Ratnasari, E. (2025). Pemberitaan Prabowo Gibran jelang pilpres 2024: Analisis framing pada media online. *Comdent: Communication Student Journal*. 2(1), 230-249. <https://doi.org/10.24198/comdent.v2i1.61361>

Korespondensi: Chelsea Uly Artha Pandiangan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar. Jalan Barito 1 Nomor 2, Kedungsari, Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah 59155. Email: chelseautha@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemilihan presiden tahun 2024 banyak menimbulkan polemik di masyarakat. Sejak Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming dideklarasikan sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden pada pilpres 2024, berbagai media massa gencar menerbitkan berita kandidat tersebut (Abdurrahman, 2023). Hal ini terjadi karena, pertama, politik bergantung pada media karena kehidupan politik tidak terpisah dari peran media massa (Dunaway & Graber, 2022; Hall, 2018). Bahkan para politisi berusaha keras untuk menarik perhatian wartawan agar aktivitas politik mereka diliput oleh media (Perloff, 2021; Wolfsfeld, 2022). Kedua, tingkah laku dan pernyataan para aktor politik seringkali menjadi subjek berita meskipun peristiwa politik yang diliput adalah kegiatan biasa sehingga setiap hari pemberitaan politik menghiasi berbagai media (J. L. Nelson, 2021; Tunstall, 2024).

Dalam konteks berkampanye dan kepentingan politik, media selalu memberikan perhatian khusus yang dapat mengubah fungsi secara keseluruhan (Medvic, 2021; C. J. Nelson et al., 2023). Seiring berjalannya waktu kampanye terus berkembang dikarenakan semakin beragam dan meluasnya media massa, pesatnya kemajuan teknologi yang terhubung dengan internet, dan perubahan kebijakan yang mengatur pemilihan dan kampanye (Gerstlé & Nai, 2019; Perloff, 2021; Stromer-Galley, 2019).

Media dapat berperan sebagai penonton, penjaga, pelayan, dan penipu. Sebagai penonton, media mewakili dan mengartikulasikan harapan audiens (Goulet, 2020). Media juga berinteraksi dengan berbagai kelompok demografi (Picone, 2024; Stever & David Cohen, 2024). Adapun sebagai penjaga, media memantau dan meminta pertanggungjawaban dari pihak yang berwenang (Okutan, 2017). Media juga mempromosikan transparansi dan akuntabilitas (Lucio et al., 2022). Kemudian sebagai pelayan, media menyebarluaskan informasi penting (Sambu et al., 2021) hingga menyediakan forum publik dan mendorong partisipasi masyarakat (Okutan, 2017). Namun media juga bisa berpotensi menyesatkan dan menjadi penipu karena menyebarkan misinformasi dan propaganda (Asomah, 2024; Cetina Presuel & Martínez Sierra, 2019). Oleh karena itu, media perlu mengatasi tantangan etika dan menjaga kepercayaan publik dengan akuntabilitas (Drozdek, 2015; Neri, 2017).

Media massa merupakan unsur terpenting kampanye dalam pemilihan umum, karena media digunakan untuk menyebarkan pengaruhnya. Tidak heran media dijadikan saluran paling dominan elit politik berkomunikasi untuk memperoleh dukungan suara (Allen et al., 2018; Blumler & Gurevitch, 2023; Daud, 2021; Golding & Murdock, 2018; Kerbel, 2018; McCombs & Valenzuela, 2020; Neyazi, 2018; Sevenans, 2018; Walker, 2019).

Radar Semarang merupakan redaksi salah satu berita lokal naungan Jawa Pos Group yang

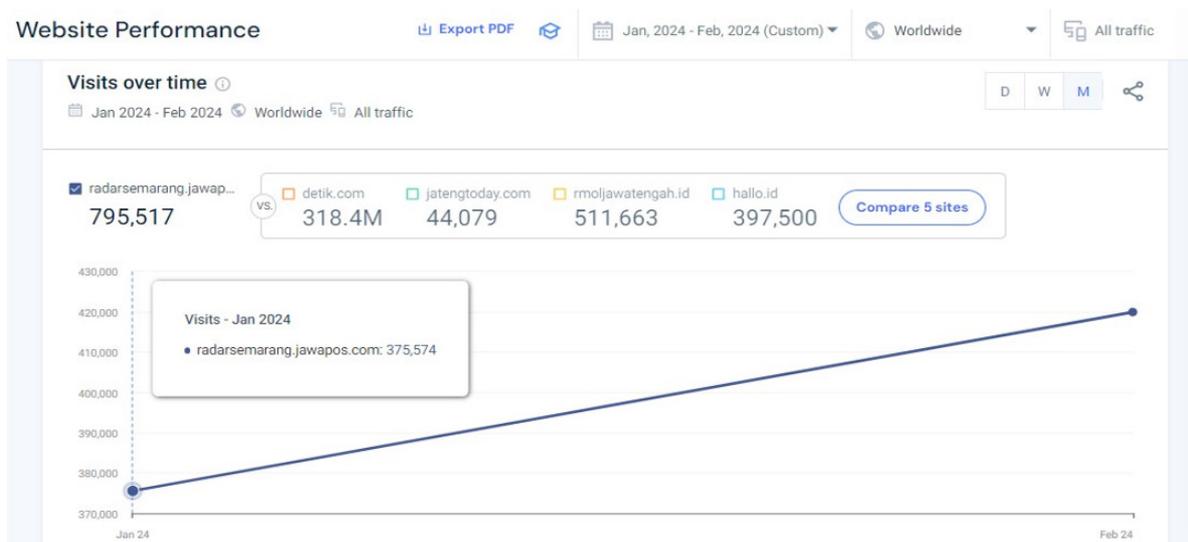
Tabel 1 Perbandingan Media *Online* Radar Se-Jawa Tengah

No	Media Online	Total Kunjungan Januari - Februari	DPT Tahun 2024
1	Radar Semarang	795.517 (11,81% dari bulan Januari)	2.042.782 Orang
2	Radar Magelang	880.392 (50,32 % dari bulan Januari)	1.104.700 Orang
3	Radar Solo	1,330 JT (-13,47% dari bulan Januari)	439.009 Orang
4	Radar Kudus	1,233 JT (32,6% dari bulan Januari)	642.666 Orang

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024

melakukan publisitas tinggi terhadap pemberitaan pilpres 2024. Radar Semarang menunjukkan antusias tinggi terhadap kandidat Prabowo Gibran dengan menerbitkan sejumlah berita terkait kandidat 02. Radar Semarang melakukan pembingkaiian berita dengan penyampaian yang menggunakan judul dan metafora kontroversial. Bahkan sering melakukan publikasi isi dengan konteks yang sama pada berita yang berbeda sehingga terlihat mendominasi pada kandidat 02 saja.

Semarang sebagai Ibukota Provinsi Jawa Tengah menjadi penyumbang suara terbanyak dari Jawa Tengah pada Pemilihan Presiden 2024 dengan jumlah 2.042.782 pemilih meliputi wilayah kota dan kabupaten (Tabel 1). Terhitung sejak masa kampanye dimulai pengunjung situs Radar Semarang mengalami peningkatan. Portal berita online Radar Semarang gencar mempublikasikan berita khususnya pada kandidat nomor urut 02 Prabowo Gibran. Menurut situs Similarweb, intensitas pengunjung sebuah website Radar Semarang mengalami peningkatan sebanyak 375.574 di bulan Januari 2024 (Gambar 1).



Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024

Gambar 1 Intensitas Pengunjung *Website* Radar Semarang Periode Januari-Februari 2024

Sebagai pilar demokrasi yang berperan penting dalam arus komunikasi politik Radar Semarang seharusnya bersikap profesional. Memang tidak ada media yang benar-benar netral, namun jika media digunakan sebagai alat propaganda pemberitaan yang hadir akan terus mengarah pada kepentingan beberapa golongan. Terutama dalam menyikapi fenomena kampanye di media digital, media harus berdiri sebagai alat kontrol sosial. Namun pada pelaksanaan Radar Semarang belum mampu menjalankan tugas dengan baik untuk menyampaikan isu-isu pilpres kepada masyarakat.

Radar Semarang dengan berlebihan membesarkan informasi kurang penting sehingga terjadi ketidakseimbangan antara fakta yang penting dan fakta yang tidak penting di masyarakat. Jika dikritisi telah terjadi keberpihakan yang dilakukan dalam pemberitaan pilpres 2024 semasa kampanye. Radar Semarang seperti agen konspirasi hanya menampilkan fakta tertentu yang dikehendaki. Berusaha menonjolkan kelompok dominan dengan cara yang sering tidak disadari sehingga mampu mengelabui khalayak.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menggunakan *framing* Entman. Beberapa penelitian sebelumnya menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki dengan empat struktur besar analisis yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Amalia & Setiawan, 2022; Febriyanti & Karina, 2021; Frasticha & Pribadi, 2022; Meita, 2023; Munif, 2023; Permatasari, 2022; Pratama & Saragih, 2022; Siagian & Ritonga, 2024; Wijaya, 2021). Disamping itu, penelitian terdahulu menggunakan analisis *framing* Gamson dan Modigliani, melalui dua tahap yaitu *framing device* dan *reasoning device* (Amiliya, 2022; Aulia et al., 2022; Aziz et al., 2022; Febriana et al., 2020; Hasyim, 2017; Indainanto et al., 2022; Meilisa & Julianto, 2025; Rahim et al., 2022). Penelitian lain menggunakan analisis *framing* Murray Edelman dengan mengkategorisasikan pemaknaan perspektif melalui pemilihan kata tertentu yang kemudian dikelompokkan dalam rubrik tertentu atau rubrikasi berita (Arzil, 2020; Dwita et al., 2023; Launa & Lusianawati, 2021; Nabila, 2021; Sobari & Ramdani, 2019; Suprpto, 2024; Vanie & Rangkuti, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Radar Semarang menonjolkan dan menafsirkan realitas mengenai kandidat presiden dan wakil presiden Prabowo Gibran. Dengan teori *framing* Robert Entman (Entman, 1993), peneliti menganalisis pemberitaan kandidat Prabowo Gibran menuju Pilpres 2024 pada media *online* Radar Semarang periode Januari 2024.

KAJIAN PUSTAKA

Framing Media

Analisis *framing* merupakan salah satu metode analisis data kualitatif dalam konteks analisis teks dan bahasa. Analisis *framing* melihat sebuah perspektif yang digunakan untuk mengamati dan menafsirkan realitas sosial. Dengan analisis ini dapat dipahami cara media memaknai peristiwa

dan bagaimana media mengkomunikasikan kepada khalayak. Dalam pemberitaan politik, analisis *framing* digunakan untuk memberikan wawasan mengenai dinamika politik media dan pengaruhnya terhadap opini publik dan proses demokrasi. *Framing* adalah prinsip seleksi, penekanan dan presentasi realitas dengan menonjolkan pesan sehingga mampu menarik perhatian pembaca (D'Angelo, 2017). Secara sederhana, cara bercerita media pada peristiwa, aktor, kelompok, atau apapun yang mempengaruhi hasil akhir konstruksi realitas (Denzin et al., 1981).

Terdapat dua komponen utama *framing*, yaitu interpretasi peristiwa, menyangkut bagian mana yang diliput oleh media dan bagian mana yang tidak diliput. Selanjutnya menulis fakta, yang dipilih dan ditampilkan dengan kata, kalimat, atau gambar digunakan untuk mendukung gagasan. Konsep *framing* mengacu pada perspektif dramaturgi, sebuah kerangka analisis yang mempunyai efek persuasif. Pendekatan ini mempunyai pengaruh, pertama melihat realitas media menampilkan pesan dengan berbeda-beda, kedua melihat hubungan interaksionis antara khalayak dan media (Entman, 1993). Tanpa disadari *framing* memberikan efek bagi khalayak, dapat dilihat dari penonjolan aspek tertentu dengan menghilangkan aspek lain dan berusaha menampilkan tokoh tertentu dengan menyembunyikan tokoh lain (D'Angelo, 2017).

Konstruksi Sosial atas Realitas dalam Media Massa

Konstruksi realitas dalam media massa merupakan cara atau strategi media dalam menjalankan perannya dalam membingkai peristiwa. Struktur ini dirancang untuk mempengaruhi khalayak terhadap realitas yang diciptakan oleh media massa. Teori ini mengandung asumsi dasar bahwa pemahaman tercipta dari komunikasi dengan orang lain begitupun dengan realitas sosial yang merupakan hasil konstruksi komunikasi tertentu yang berbeda-beda pada setiap orang (Berger, 2017; Couldry & Hepp, 2020).

Media massa membuat gambaran tentang realitas melalui pembuatan produk atau rekayasa yang dilakukan oleh pengelolanya baik itu redaksi maupun wartawan. Media massa mempengaruhi bahasa dan makna dengan berbagai cara. Menciptakan kata dan makna baru, menambah makna dari istilah lama, mengganti makna lama dengan makna baru, dan meningkatkan kekuatan kaidah kebahasaan yang sudah ada (Couldry & Hepp, 2020).

Media mempunyai hubungan timbal balik dengan realitas sosial: pertama, media mencerminkan keadaan di sekitarnya, kedua, media membentuk realitas sosial melalui pilihan representasi yang selektif kemudian menyajikan situasi dengan caranya sendiri. Sebagai pengembangan dari pendekatan konstruksi sosial Peter Ludwig Berger konstruksi sosial media massa tercetus dalam beberapa tahap, diantaranya: (1) Tahap menyiapkan materi konstruksi; (2) Tahap sebaran konstruksi; (3) Pembentukan konstruksi realitas; (4) Tahap konfirmasi (Bungin, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis isi teks media. Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif yaitu penelitian yang cenderung menggunakan analisis untuk memahami fenomena yang sedang diteliti secara menyeluruh baik dalam bentuk kata dan bahasa dalam konteks khusus dengan memanfaatkan landasan teori ilmiah (Creswell, 2010).

Peneliti menjadikan teks berita pada media *online* Radar Semarang sebagai sasaran penelitian. Hal ini dikarenakan berita yang ada pada Radar Semarang menjadi sumber utama bagi masyarakat Jawa Tengah. Radar Semarang juga merupakan media lokal yang aktif mengangkat isu nasional dan menghasilkan kunjungan tinggi. Disamping itu, Jawa Tengah sering dijuluki sebagai “kandang banteng” atau basis kuat pendukung partai PDIP serta Semarang penghasil suara terbanyak se-Jawa Tengah dalam pemilihan umum.

Penelitian ini memilih bulan Januari 2024 untuk dijadikan rentang waktu berita yang dijadikan analisis. Pemilihan waktu ini dikarenakan bulan Januari 2024 mendekati masa akhir kampanye sekaligus menjelang masa tenang kampanye. Peneliti kemudian mendokumentasikan 19 artikel berita kandidat calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming sepanjang Januari 2024. Dalam masa ini, Radar Semarang gencar menerbitkan berita-berita yang dominan terhadap kandidat nomor urut 02 Prabowo Gibran. Disamping itu, cenderung terlihat menjatuhkan kandidat lain melalui pemberitaannya. Jika dikritisi apa yang dilakukan Radar Semarang menunjukkan keberpihakan dan terlihat jelas usaha suatu media dalam mencari suara. Radar berusaha dengan keras untuk menyesuaikan sudut pandangannya dan masyarakat dalam menilai kandidat 02 Prabowo Gibran melalui berita-berita yang diterbitkan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *framing* dengan model Robert Entman.

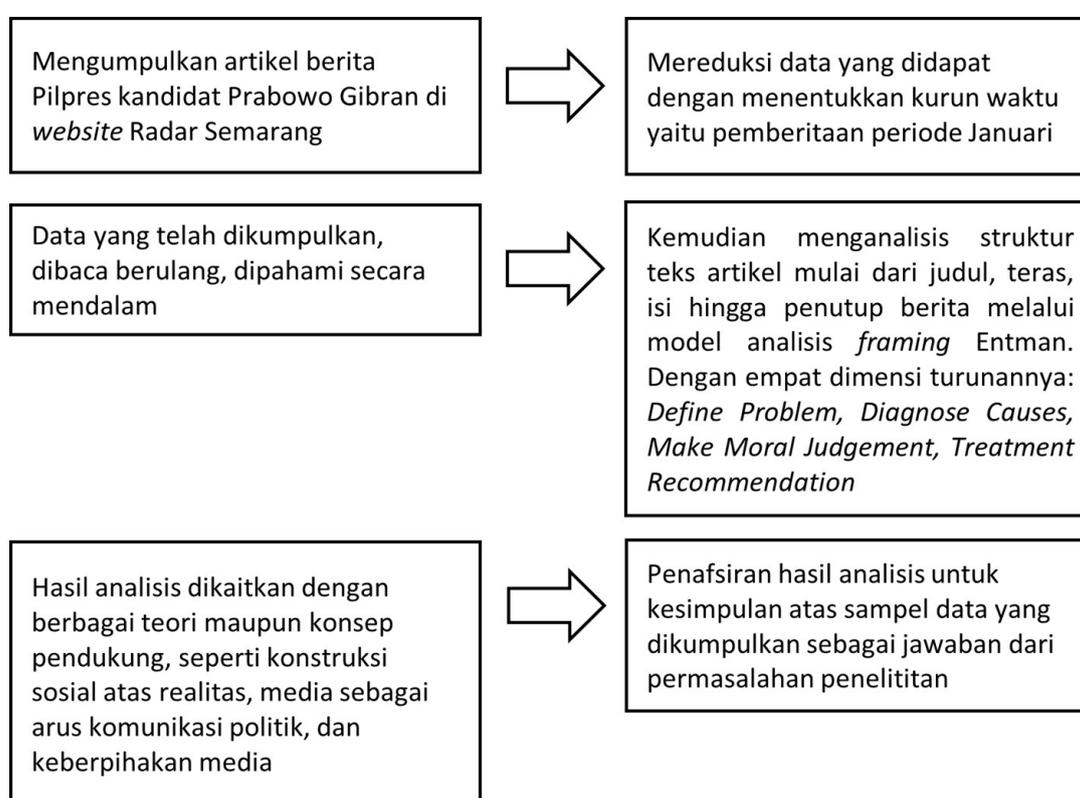
Tabel 2 Empat Dimensi *Framing* Robert Entman

Perangkat Framing	Fokus Analisis
<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh siapa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: Entman, 1993

Teknik analisis ini dianggap sesuai dengan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui *framing* yang dibangun media *online* Radar Semarang pada pemberitaan Prabowo Gibran dalam Pilpres 2024. Analisis *framing* menurut Entman, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk memahami, memaknai dan bagaimana pemilihan fakta dilakukan suatu media dengan membuat pesan menjadi lebih menonjol dengan dua dimensi besar yaitu pemilihan fakta dan penekanan fakta (D'Angelo, 2017; Entman, 1993).

Peneliti menganalisis data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Proses dimulai dari mengumpulkan artikel pemberitaan mengenai pilpres kandidat Prabowo Gibran di media online Radar Semarang. Kemudian artikel yang telah terbit di seleksi melalui proses reduksi data, dengan memilah atau menyederhanakan lalu menentukan kurun waktu spesifik yaitu artikel kandidat Prabowo Gibran yang terbit sebulan sebelum memasuki minggu tenang kampanye tepatnya di bulan Januari 2024. Sejumlah 19 artikel terpilih. Setelah itu, artikel-artikel tersebut dibaca secara berulang dengan seksama, tujuannya untuk memperdalam makna pada pembingkaiian suatu produk jurnalistik. Jika sudah dimaknai, artikel tersebut dianalisis lebih lanjut melalui model framing Robert Entman, dengan empat dimensi turunannya. pertama, *define problem* untuk memahami bagaimana suatu peristiwa didefinisikan. Pada dimensi ini Radar membingkai sosok Prabowo Gibran sebagai pemimpin yang diinginkan masyarakat berkat kerja nyatanya.



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Gambar 2 Proses Analisis Data

Kedua, *diagnose causes* untuk mengetahui apa penyebab dari masalah. Pada dimensi ini Radar Semarang membingkai pemberitaan kandidat O2 erat kaitannya dengan Presiden Jokowi. Berusaha menunjukkan dukungan penuh Jokowi kepada Prabowo Gibran, berdampak pada migrasi pendukung yang beralih mendukung.

Ketiga, *make moral judgement* untuk memperkuat gagasan dan mengidentifikasi secara rinci terjadinya masalah. Radar Semarang membingkai Prabowo Gibran sebagai calon pemimpin yang paling mengerti kebutuhan masyarakat berkat program Pro-Rakyatnya.

Keempat, *treatment recommendation* untuk menekankan masalah agar dimaknai sesuai dengan apa yang dikehendaki media. Pada dimensi ini pembingkai yang dilakukan Radar Semarang terhadap Prabowo Gibran dengan membuat pernyataan atau kalimat kesimpulan pada penutup berita. Menyatakan bahwa Prabowo Gibran satu-satunya kombinasi yang tepat memimpin Indonesia di tahun 2024. Hasil analisis kemudian dihubungkan dengan berbagai teori maupun konsep sejalan, sehingga mampu menarik kesimpulan atas sampel data yang dikumpulkan sebagai jawaban dari permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil analisis pemberitaan kandidat Prabowo Gibran dalam Radar Semarang dengan perangkat *framing* Entman (Tabel 3).

Dalam artikel yang berjudul 'Kian Kuat, Prabowo-Gibran Raih Dukungan Masif Pemilih Puas Kinerja Jokowi' yang diterbitkan pada 2 Januari 2024, *define problems* adalah dalam membingkai isu pilpres, Radar Semarang konsisten memposisikan Prabowo Gibran sebagai pasangan yang memperoleh banyak dukungan masyarakat. Radar Semarang mengutip hasil survei dari Lembaga Survei Indonesia (LSI) yang menyatakan bahwa Prabowo Gibran memperoleh dukungan sebanyak 51,0 persen dari pemilih yang puas dengan kinerja Jokowi.

Selanjutnya, *diagnose causes*. Kandidat O2 erat kaitannya dengan Jokowi. Terlepas dari fakta Gibran adalah anak sulungnya, pernyataan Jokowi bahwa seorang presiden boleh ikut berkampanye, dan usaha keduanya untuk melanjutkan program pro rakyat kepemimpinan Jokowi berdampak pada perolehan dukungan yang masif. Bingkai tersebut dapat dilihat dari usaha media mengaitkan segala sesuatu mengenai kandidat Prabowo Gibran dengan Jokowi. Tujuannya untuk menambah kekuatan kandidat O2 dalam berkampanye dan menarik perhatian publik. Berikut adalah kutipan dari artikel.

"Prabowo-Gibran unggul di kelompok yang puas dengan kinerja Jokowi," tutur Djayadi Hanan, Direktur Eksekutif Lembaga Survei Indonesia (LSI). Selain pemilih yang puas dengan kinerja Presiden Jokowi, Prabowo-Gibran semakin lekat dan erat dengan simbol keberlanjutan. Prabowo-Gibran diyakini akan melanjutkan dan menuntaskan program pro rakyat yang sudah dijalankan Presiden Jokowi.

Tabel 3 Hasil Analisis dengan Perangkat *Framing* Entman

Tanggal Terbit	Judul Berita	Hasil Analisis dengan Perangkat Framing Entman			
		Define Problems	Diagnose Causes	Make Moral Judgement	Treatment Recommendation
2 Januari 2024	'Kian Kuat, Prabowo-Gibran Raih Dukungan Masif Pemilih Puas Kinerja Jokowi'	Prabowo Gibran merajai dan mendominasi Pilpres 2024.	Terus meraih dukungan masif dari pemilih yang puas dengan kinerja Jokowi.	Prabowo Gibran berkomitmen memajukan Indonesia dari berbagai aspek.	Prabowo Gibran sebagai pemimpin tepat membangun Indonesia.
	'Jateng Perlahan Jadi Basis Prabowo-Gibran Berkat Efek Dukungan Besar-besaran Pemilih Jokowi-Ma'ruf'	Jateng jadi basis pendukung Prabowo Gibran.	Efek migrasi besar-besaran pemilih Jokowi Ma'ruf Amin.	Adanya Jokowi <i>effect</i> yang diterima Prabowo Gibran.	Prabowo Gibran berpotensi besar bisa menguasai Pulau Jawa di Pilpres 2024.
4 Januari 2024	'Banyak Program Pro Zilenial, Dukungan Pemilih Muda Kuat Ke Prabowo-Gibran'	Dukungan besar generasi milenial dan Z ke kandidat 02.	Program yang berpihak pada generasi muda.	Komitmen Prabowo Gibran untuk memenuhi kebutuhan generasi muda dan simbol keberlanjutan Jokowi.	Elektabilitas terus berada dipuncak berkat program pro rakyat.
5 Januari 2024	'Pemilih Puas Kinerja Jokowi Menangkan Prabowo-Gibran untuk 2024'	Prabowo Gibran kandidat paling meyakinkan	Dukungan penuh pemilih puas kinerja Jokowi.	Migrasi pendukung Jokowi menganggap Prabowo Gibran pemimpin ideal untuk meneruskan kepemimpinan.	Prabowo Gibran untuk Indonesia 2024.
	'Didukung Pemilih Puas Kinerja Jokowi, Prabowo-Gibran Main Pedes Menangkan Pilpres 2024'	Prabowo Gibran percaya diri menangkan pilpres 2024.	Dukungan penuh pemilih puas kinerja Jokowi.	Migrasi pendukung Jokowi menganggap Prabowo Gibran pemimpin ideal untuk meneruskan kepemimpinan.	Masyarakat menilai Prabowo Gibran kandidat paling meyakinkan.
31 Januari 2024	'Relawan DPC Ndaru Kota Semarang Dikukuhkan, Siap Memenangkan Prabowo-Gibran'	Relawan DPC Ndaru Kota Semarang optimis memenangkan Prabowo Gibran dengan satu putaran di pilpres 2024.	Dukungan penuh DPC Ndaru pada kandidat 02.	Relawan garis keras untuk menjadikan Prabowo Gibran sebagai presiden dan wakil presiden di tahun 2024.	Dinilai sebagai calon pemimpin yang menyongsong Indonesia emas.

Sumber: Hasil Analisis, 2024

Berikutnya, *make moral judgement*. Komitmen penuh kandidat 02 untuk memajukan bangsa dilihat dari upaya menginovasi berbagai program yang sesuai dengan kebutuhan rakyat juga keberlanjutan pembangunan IKN pada masa kepemimpinan Jokowi. Berikut adalah kutipan dari artikel.

“Salah satu program yang akan dilanjutkan Prabowo-Gibran adalah mengakselerasi pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) di Kalimantan Timur. Tidak hanya itu, akan diadakan industrialisasi berbasis sumber daya alam termasuk di sekitar maritim, program yang berbasis kepada Asta Cita, menjamin rumah murah dan sanitasi untuk masyarakat yang membutuhkan, menguatkan pendidikan sains dan teknologi serta digitalisasi, juga melestarikan seni budaya, peningkatan ekonomi kreatif dan peningkatan prestasi di bidang olahraga.”

Terakhir, *treatment recommendation*. Prabowo Gibran dinilai sebagai kombinasi yang sangat dibutuhkan dan tepat untuk memimpin Indonesia pada pilpres 2024 sebab meneruskan program pembangunan Pro Rakyat Jokowi. Berikut kutipan artikelnya, “Dengan komitmen program Prabowo-Gibran yang pro rakyat tersebut, tidak mengherankan dukungan terus mengalir kepada mereka, sebagai pemimpin tepat dan ideal untuk membangun Indonesia Maju.”

Adapun dalam artikel yang berjudul ‘Didukung Pemilih Puas Kinerja Jokowi, Prabowo-Gibran Makin Pedes Menangkan Pilpres 2024’. Hasil analisis dari *define problems* adalah Radar Semarang berusaha membingkai kandidat Prabowo Gibran sebagai pemimpin yang diinginkan oleh masyarakat Jateng, sehingga membuat keduanya lebih percaya diri unggul di wilayah lawan. Analisis ini didasarkan pada kutipan artikel berikut, “Pasangan capres-cawapres nomor urut 2, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka terus meraih dukungan masyarakat Jawa Tengah.”

Selanjutnya, hasil analisis dimensi *diagnose causes* adalah Radar Semarang dengan konsisten mencantumkan hasil survei pendukung Prabowo Gibran yang dijadikan nilai lebih sehingga mampu menarik perhatian dan dukungan masyarakat lebih banyak lagi. Dukungan penuh yang diberikan Jokowi memainkan peran besar dalam memberi pengaruh juga mendominasi suara di wilayah tersebut. Berikut adalah kutipan artikel yang mendukung hasil analisis ini.

“Jika dilihat berdasarkan survei yang dirilis Polling Institute periode 26-28 Desember 2023, pemilih yang puas kinerja Presiden Jokowi, mayoritas melabuhkan dukungan kepada Prabowo-Gibran...Prabowo-Gibran memperoleh dukungan tertinggi dengan total 52,0 persen. Kali ini pemilih yang puas dengan kinerja Presiden Jokowi menjadi tambahan elektoral positif bagi Prabowo-Gibran.”

Berikutnya, hasil analisis dimensi *make moral judgement* adalah keberpihakan Jokowi berdampak pada migrasinya pendukung Ganjar ke Prabowo. Hal ini disebabkan masyarakat memandangi kandidat 02 tepat untuk meneruskan pembangunan yang sebelumnya dilakukan Jokowi. Berikut adalah kutipan artikel yang mendukung hasil analisis ini.

“Mereka beranggapan jika Prabowo-Gibran merupakan kombinasi ideal untuk meneruskan pembangunan pro rakyat Presiden Jokowi. “Migrasi pendukung yang puas dengan kinerja Presiden Jokowi jika tiga bulan lalu, didominasi oleh paslon nomor urut 3, kini selama 3 bulan terakhir, migrasi terus berlangsung ke paslon 02, sekarang Pak Prabowo sudah menguasai ceruk

pemilih puas kinerja Jokowi, selisih sudah sangat signifikan,” kata Kennedy, Peneliti Polling Institue dalam keterangannya. Kennedy menyimpulkan dengan komitmen Prabowo-Gibran tersebut, dukungan dan harapan terus mengalir kepada mereka.”

Terakhir, hasil analisis dari *treatment recommendation* adalah Prabowo Gibran merupakan kombinasi yang paling meyakinkan untuk meneruskan Jokowi dibanding kandidat lain. Analisis ini didasarkan pada kutipan artikel berikut, “Orang Indonesia itu kini menilai Prabowo-Gibran itu paling meyakinkan, paling mampu memimpin dan berkomitmen melanjutkan kerja Jokowi,” tandasnya.

Konstruksi Realitas yang dibangun Media Online Radar Semarang Terhadap Pemberitaan Prabowo Gibran Selama Masa Kampanye

Radar Semarang masif menerbitkan artikel berkaitan dengan tahun politik serta hasil elektabilitas para kandidat yang bersaing. Namun Radar Semarang hanya fokus menerbitkan berita mengenai segala sesuatu yang dilakukan kandidat Prabowo Gibran. Hal ini membuktikan bahwa media berpotensi menampilkan informasi yang tidak berimbang dan cenderung berpihak ke golongan tertentu (Baran & Manalu, 2012).

Tindakan Radar Semarang yang menghasilkan informasi tidak berimbang dan kredibel, dapat berpotensi mempengaruhi khalayak dan memperburuk situasi. Hal ini sejalan dengan konsep *agenda setting*, yakni media tidak menentukan ‘apa yang seharusnya dipikirkan’ tetapi mempengaruhi ‘apa yang dipikirkan’ (Rakhmat, 2018). Konstruksi yang dilakukan Radar Semarang dalam pemberitaan pilpres 2024 terhadap kandidat Prabowo Gibran periode Januari 2024, terjadi melalui proses komunikasi sehingga media dengan sadar hanya menerbitkan berita yang dianggapnya penting.

Pertama, tahap menyiapkan materi konstruksi. Dalam mengemas pemberitaan Prabowo Gibran menuju pilpres 2024 periode bulan Januari, Radar Semarang memiliki konsistensi sebagai agen konstruksi realitas pada isu. Pada tahap ini, penyiapan materi yang dilakukan media *online* Radar Semarang cenderung menunjukkan keberpihakan pada kapitalisme dan semu kepada masyarakat. *Kedua*, tahap sebaran konstruksi. Radar Semarang berusaha menyelaraskan apa yang dinilai penting oleh media akan dinilai penting juga bagi pembaca.

Ketiga, pembentukan konstruksi realitas. Radar Semarang terlihat sebagai partisan yang mendukung penuh kandidat Prabowo Gibran di pilpres 2024, tidak menerapkan prinsip *cover both sides* dimana berita yang diterbitkan berdasarkan satu sudut pandang, tidak berimbang, adanya tendensi untuk menggiring opini, dan mendominasi. Hal ini menyebabkan media tidak mampu independen dari berbagai kepentingan ekonomi politik. Pada akhirnya, konstruksi yang dibentuk Radar Semarang hanya membangun citra baik kandidat Prabowo Gibran di media.

Keempat, tahap konfirmasi. Radar Semarang konsisten mencantumkan kalimat pernyataan sebagai media dalam memandang Prabowo Gibran. Terlihat pada bagian akhir artikel berita, selalu

menekankan bahwa kandidat Prabowo Gibran satu-satunya yang tepat memimpin Indonesia. Hal ini merupakan cara yang digunakan untuk mempersuasi khalayak pembaca agar sepakat dengan apa yang ditampilkannya.

Khalayak bukanlah subjek yang pasif dalam menafsirkan pesan, sehingga apa yang disajikan media belum tentu mampu memberi pengaruh karena setiap orang memaknai peristiwa dengan caranya masing-masing (Berger, 2017; Fiske, 2017). Setiap orang akan memaknai peristiwa dengan bingkai berbeda yang diberikan komunikator. Pada prinsipnya manusia akan terus mempelajari setiap masalah dan bagaimana masalah tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya (Ardèvol-Abreu, 2015; Hirzalla & van Zoonen, 2017). Proses memaknai itu dilatarbelakangi oleh pengetahuan, pengalaman juga nilai yang dianut seseorang.

Keberpihakan Media Online Radar Semarang Terhadap Kandidat 02 Prabowo Gibran

Media tidak sepenuhnya netral, sebaliknya memiliki pandangan tersendiri dalam melihat peristiwa. Akan ada bias ideologi yang dimasukkan oleh media ke dalam pemberitaannya. Ketidaknetralan ini terlihat pada bingkai yang dibuat masing-masing media. Suatu peristiwa dapat diberitakan dengan menekankan aspek-aspek yang berbeda. Bias penguasa, aktivitas organisasi media, sudut pandang wartawan merupakan faktor yang mempengaruhi isi media (Rodrigo-Ginés et al., 2024; Schiffer, 2017). Tidak selalu berita bernilai penting dianggap penting, media hanya ingin menampilkan bagian yang ingin ditonjolkan dan dianggap lebih menguntungkan. Seharusnya media khususnya wartawan mempertanggung jawabnya profesinya sebagai jurnalisme untuk memberikan loyalitas kepada masyarakat sesuai dengan Sembilan Prinsip Jurnalisme Bill Kovach.

Berdasarkan hasil analisis, Radar Semarang melanggar prinsip poin kedua 'Loyalitas Pertama Jurnalistik adalah Kepada Masyarakat.' Wartawan harus menyajikan informasi berimbang, relevan dengan kepentingan dan memprioritaskan masyarakat (Kovach & Rosenstiel, 2020). Disini kewajiban sosial seorang wartawan untuk memberi informasi harus lebih didahulukan daripada kepentingan pemilik media. Berikutnya poin keempat 'Praktisi Jurnalisme Harus Menjaga Independensi terhadap Sumber Berita.' Wartawan harus melaporkan informasi tanpa adanya pengaruh atau bias ideologi, sehingga tidak memihak pada kepentingan tertentu. Kemudian poin kelima 'Jurnalisme Harus Menjadi Pemantau Kekuasaan.' Wartawan sebagai perwakilan dari masyarakat untuk mengawasi tingkah laku pemangku kekuasaan, sehingga harus bersikap kritis dalam memberi pandangan yang nantinya menjadi produk berita dan dikonsumsi masyarakat. Terakhir poin ketujuh 'Jurnalis Harus Berupaya Keras untuk Membuat Hal yang Penting, Menarik, dan Relevan.' Wartawan memiliki tujuan jelas dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan masyarakat untuk memahami dunia dan menjadikannya relevan dengan kemampuan menulis, riset, dan kreativitas yang baik. Dengan kata lain, jurnalis mempunyai tanggung jawab lebih dari sekedar memberikan informasi tetapi

membuat produk jurnalistik menjadi lebih menarik untuk disimak.

Radar Semarang memilih untuk menjadi sarana transaksional untuk pihak tertentu berkampanye dalam momentum pemilihan presiden. Secara eksplisit, Radar Semarang menyatakan keberpihakan kepada kandidat Prabowo Gibran. Terlihat jelas dari usaha untuk menjadikan Prabowo Gibran sebagai sentral pembicaraan dengan konsisten membangun berita-berita positif, memantik perhatian publik pembaca dengan menggunakan judul berita yang terkesan menjual, dan selalu mencantumkan nama Jokowi sebagai sumber kekuatan yang tidak dimiliki pihak lawan. Akibatnya, tercipta kecenderungan pemilik media untuk menyebarkan gagasan subjektif dan menjadikan media sebagai alat kontrol atas wacana publik.

Pada artikel "Prabowo-Gibran Buktikan Program dengan Aksi Nyata Bukan Kata-kata" menyatakan, "Pasangan capres-cawapres nomor urut 2, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka terus menjadi primadona masyarakat Jateng. Kerja nyata Prabowo-Gibran langsung memberi dampak terhadap masyarakat". Judul berita dan kutipan tersebut sebagai tanda yang paling mudah diketahui publik pembaca, bahwa benar terjadinya keberpihakan suatu media, sehingga media cenderung mempertahankan ideologi kelompok dominan (Rodrigo-Ginés et al., 2024; Schiffer, 2017).

Berikut adalah penonjolan aspek dalam artikel yang menunjukkan keberpihakan Radar Semarang dalam mendukung kandidat Prabowo Gibran.

Menampilkan Berita Positif Kandidat Prabowo Gibran Berkat Program Pro Rakyat

Radar Semarang membingkai pemberitaan pilpres kandidat 02 dengan kesan positif dan hanya menampilkan berita-berita yang sifatnya membangun citra kedua tokoh tersebut. Radar Semarang tidak pernah menyinggung tentang rekam jejak kurang baik yang pernah dialami baik Prabowo maupun Gibran. Namun sebaliknya berusaha menekankan bahwa keduanya calon pemimpin ideal untuk Indonesia.

Inisiasi program pro rakyat yang diusung oleh Prabowo Gibran dinilai oleh Radar Semarang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini mendasari Radar Semarang menekankan makna, dalam setiap penyampaiannya berusaha meyakinkan publik bahwa Prabowo Gibran satu-satunya calon pemimpin yang bisa mengatasi berbagai masalah yang terjadi. Dengan bingkai pemimpin yang mengerti kebutuhan rakyat, rakyat juga akan merasakan kedekatan serupa sehingga banyak memberikan dukungan terhadap Prabowo Gibran.

Jokowi Effect

Semenjak Jokowi menyatakan ikut berkampanye dan sering menunjukkan sinyal dukungan ke kandidat 02, secara percaya diri Radar Semarang selalu mengaitkan berita Prabowo Gibran dengan

Jokowi. Bahkan tidak jarang menggunakan nama Jokowi pada judul dan isi berita dan menganggap kandidat tersebut sebagai simbol keberlanjutannya.

Jokowi *effect* memberikan performa yang berbeda bagi Prabowo dibanding pilpres tahun-tahun sebelumnya, salah satunya menggiring opini publik (Mccombs & Valenzuela, 2020). Media adalah tempat seseorang memperoleh informasi mengenai realita politik, bingkai yang disajikan media akan mempengaruhi pembaca dalam menafsirkan peristiwa. Biasanya peristiwa politik dikemas lebih dramatis sehingga mudah untuk mempengaruhi pandangan khalayak (Hall, 2018; Perloff, 2021; Wolfsfeld, 2022). Hal ini terjadi pada pembingkaihan yang dilakukan Radar Semarang terhadap kandidat Prabowo Gibran. Keterkaitan Jokowi dan kandidat 02 yang ditekankan dalam artikel berpotensi menggiring pandangan pembaca. Efek dukungan Jokowi berakibat meningkatnya peroleh dukungan berbagai kalangan secara drastis. Tidak bisa dipungkiri juga memicu dukungan berbagai relawan sosial yang ikut berkampanye secara totalitas.

Dominasi Pemberitaan Kandidat 02 Prabowo Gibran

Dalam media *online* Radar Semarang, terlihat adanya dominasi pemberitaan kandidat Prabowo Gibran. Berdasarkan hasil penelitian, telah terbit 19 artikel pilpres Prabowo Gibran selama Januari 2024, dengan rincian 2 Januari (12 artikel), 4 Januari (3 artikel), 5 Januari (3 artikel), dan 31 Januari (1 artikel). Pemberitaan yang terbit mengarah pada kepentingan pihak tertentu dan digunakan untuk membangun citra baik Prabowo Gibran selama masa kampanye. Radar Semarang tidak memberikan porsi seimbang untuk kandidat lain.

Pada pemberitaan Prabowo Gibran terlihat adanya bias ideologi pemilik untuk memasukkan propaganda pihak tertentu dengan tujuan komersil (Hall, 2018; Perloff, 2021; Wolfsfeld, 2022). Disini pemilik media menggunakan kekuasaan untuk mempengaruhi khalayak melalui apa yang disajikan media. Bias dilakukan secara eksplisit maupun implisit, namun dalam berita Prabowo Gibran, Radar Semarang secara berani dan terang-terangan menunjukkan dukungan.

Radar Semarang beberapa kali menampilkan berita yang lebih menguntungkan Prabowo Gibran dan terkesan menjatuhkan kandidat lawan. Dalam pembingkaihan berita kerap meninggikan Prabowo Gibran dengan memberikan perbandingan tajam pada lawannya. Apalagi sebagai media lokal sentral di Jateng, Radar Semarang dengan jelas menunjukkan persaingan kepada kandidat Ganjar Mahfud. Hal tersebut merupakan cara yang dilakukan Radar Semarang untuk menunjukkan keberpihakan dengan tidak memberikan porsi yang sama untuk kandidat lain mendapatkan *treatment* media seimbang (Schiffer, 2017). Hal ini dapat mempengaruhi pandangan masyarakat dan memainkan peran penting dalam mempengaruhi hasil pemilihan suara.

SIMPULAN

Pembingkaiian berita yang dilakukan media *online* Radar Semarang terhadap isu pemilihan presiden dan wakil presiden Prabowo Gibran menunjukkan adanya keberpihakan. Keberpihakan yang dilakukan media *online* Radar Semarang dapat dilihat dari dominasi Prabowo Gibran pada berita pilpres 2024, penekanan terhadap judul maupun isi berita yang mengarah pada kesan baik, penggunaan metafora yang cenderung menjatuhkan kandidat lawan, menampilkan fakta yang dikehendaki media juga memasukan propaganda kepentingan beberapa pihak.

Dari sisi jurnalistik, wartawan belum menerapkan prinsip *cover both side* dalam membuat produk jurnalistik. Radar Semarang hanya berusaha menjadi wadah membangun citra bagi Prabowo Gibran untuk berkampanye demi memperoleh dukungan suara. Radar Semarang belum mampu menyajikan informasi yang memiliki kepentingan umum, informasi yang berimbang, dan informasi yang sifatnya mencerdaskan publik pembaca. Dengan demikian, konstruksi realitas yang dilakukan Radar Semarang secara tidak langsung membentuk perubahan pandangan, sifat, dan tingkah laku publik dalam memahami kandidat O2 Prabowo Gibran.

Berdasarkan analisis *framing* milik Robert Entman, Radar Semarang berusaha mendefinisikan Prabowo Gibran calon pemimpin yang tepat untuk memajukan Indonesia di tahun 2024. Proses penonjolan aspek terlihat dalam hasil penelitian pada bagian perangkat *define problems* dan *diagnose causes*. Kandidat Prabowo Gibran digambarkan sebagai pemimpin yang merangkul rakyat kecil dan generasi muda serta dianggap sebagai pemimpin ideal untuk Indonesia kedepan. Pembingkaiian yang dilakukan Radar Semarang hanya menggunakan satu sudut pandang saja, banyak memasukkan nilai-nilai subjektif media sehingga sebagai media tidak dapat menerapkan prinsip jurnalistik yang baik dalam memaknai peristiwa. Oleh karenanya, sebagai media yang bertindak untuk menyampaikan informasi berkualitas, sebagai ruang publik juga alat kontrol sosial terlebih dalam isu politik.

Sebagai pilar demokrasi, Radar Semarang belum menyajikan pemberitaan yang sifatnya mencerahkan dan mencerdaskan publik pembaca. Dalam membuat produk jurnalistik tidak menerapkan prinsip-prinsip jurnalisme sehingga hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang berimbang tidak terpenuhi. Berdasarkan hasil penelitian, artikel berita yang dipublikasi merujuk pada kepentingan kandidat Prabowo Gibran untuk mendapatkan dukungan suara. Bukan tanpa alasan suatu media memasukkan propaganda terutama dalam momentum penting seperti pilpres, mesti ada hubungan kerjasama yang telah disepakati antara kedua belah pihak. Mungkin sebagian masyarakat tidak menyadari, tetapi media seringkali digunakan sebagai wadah berbisnis bagi kepentingan pihak tertentu. Sesuai dengan himbauan dewan pers dan terterang pada peraturan undang - undang bahwa media tidak digunakan untuk memobilisasi kepentingan pihak tertentu.

Seharusnya Radar Semarang tidak menempatkan keberadaannya sebagai wadah para kandidat capres cawapres untuk berkampanye di pilpres 2024.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas analisis dengan subjek, objek dan model perangkat *framing* yang berbeda agar hasil temuan lebih variatif. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada pemberitaan periode Januari 2024 sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas rentang waktu. Disamping itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan model perangkat *framing* berbeda. Disamping itu, media *online* diharapkan lebih selektif dalam memilih dan menekankan realitas serta memastikan bahwa isi berita tidak mengarah pada kepentingan pihak tertentu terkhusus pada berita politik dimasa kampanye. Selain itu, media juga harus secara tegas memisahkan berita yang sifatnya mempromosikan dengan berita umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, S. (2023, October 25). Prabowo-Gibran pakai baju biru untuk daftar pilpres 2024: Agar sejuk, damai. *Tempo.Co*. <https://www.tempo.co/politik/prabowo-gibran-pakai-baju-biru-untuk-daftar-pilpres-2024-agar-sejuk-damai-128681>
- Allen, B., Stevens, D., & Berg, J. (2018). *Truth in advertising?: Lies in political advertising and how they affect the electorate*.
- Amalia, M., & Setiawan, H. (2022). Luhut Binsar Pandjaitan membantah dugaan pengambilan untung bisnis PCR: Analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada media CNN Indonesia dan detik. Com. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2382–2387. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3282>
- Amiliya, L. (2022). Agama dan media massa (Analisis framing kasus penistaan agama Sule pada kompas.com). *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 10(02), 59075. <https://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/wasathiya/article/view/5090>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain. In *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053en>
- Arzil, A. P. A. (2020). Indonesia digital public sphere: An alternative and counterhegemonic space for covid-19. *Proceedings of the 6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.026>
- Asomah, J. Y. (2024). Is social media a helpful communicative tool in combatting corruption in developing countries? evidence from Ghana. *Communication and the Public*. <https://doi.org/10.1177/20570473241263610>
- Aulia, H., Ikhtiono, G., & Syafrin, N. (2022). Berita aksi reuni 212 2019 dalam framing tempo.co (Edisi November 2019–Februari 2020). *Koloni*, 1(3), 193–201. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/koloni.v1i3.142>
- Aziz, A. K. Al, Sumarah, N., & Ekopotro, W. (2022). Analisis framing pesan lingkungan dalam film dokumenter “The story of birthplace.” *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(03), 39–53. <https://www.aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/462>
- Baran, S. J., & Manalu, S. roul. (2012). *Pengantar komunikasi massa: Melek media dan budaya*. Erlangga.
- Berger, A. A. (2017). *Media analysis techniques*. Sage Publications.

- Blumler, J., & Gurevitch, M. (2023). *Politicians and the press: An essay on role relationships. In the political communication reader*. Routledge.
- Bungin, B. (2019). *Sosiologi komunikasi*. Kencana.
- Cetina Presuel, R., & Martínez Sierra, J. M. (2019). Algorithms and the news: Social media platforms as news publishers and distributors. *Revista de Comunicación, 18(2)*, 261–285. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A13>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2020). Media and the social construction of reality. In *The Oxford Handbook of Digital Media Sociology* (pp. 27–39). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197510636.013.2>
- Creswell, J. W. (2010). *Research design : Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- D'Angelo, P. (2017). Framing: Media frames. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–10). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0048>
- Daud, R. S. (2021). The role of political communication in shaping public opinion: A comparative analysis of traditional and digital media. *Journal of Public Representative and Society Provision, 1(2)*, 63–69. <https://doi.org/10.55885/jprsp.v1i2.241>
- Denzin, N. K., Keller, C. M., & Goffman, E. (1981). Frame analysis reconsidered. *Contemporary Sociology, 10(1)*, 52. <https://doi.org/10.2307/2067803>
- Drozdek, A. (2015). Media ethics. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 42–47). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.11017-7>
- Dunaway, J. L., & Graber, D. A. (2022). *Mass media and American politics*. CQ Press.
- Dwita, A. S., Pramudya, G. W., & Sukmawati, A. I. (2023). Analisis framing Murray Edelman dalam berita “Dampak PT. Medco terhadap masyarakat lingkaran tambang” pada media AJNN.net. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi, 7(2)*, 88–101. <https://doi.org/10.56873/jimik.v7i2.290>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43(4)*, 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Febriana, R. P., Sukarelawati, S., & Fitriah, M. (2020). Framing device in gamson and modigliani model about the news of Komisi Pemberantasan Korupsi. *Jurnal Komunikasi, 6(2)*. <https://doi.org/10.30997/jk.v6i2.2753>
- Febriyanti, Z., & Karina, N. . N. (2021). Konstruksi berita CNN Indonesia tentang Gibran Rakabuming Raka pasca pilkada serentak kota Solo 2020: Analisis framing perspektif Zhongdang Pan-Gerald M Kosicki. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 2(06)*, 146–155. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/409>
- Fiske, J. (2017). *Reading the popular*. Routledge.
- Frasticha, L. Y., & Pribadi, F. (2022). Bingkai demokratisasi isu pengesahan UU cipta kerja (Analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki pada media dalam jaringan Kompas.Com dan Tribunnews.Com). *Jurnal Komunikasi Dan Media, 2(1)*, 1–9. <https://doi.org/10.24167/jkm.v2i1.3206>
- Gerstlé, J., & Nai, A. (2019). Negativity, emotionality and populist rhetoric in election campaigns worldwide, and their effects on media attention and electoral success. *European Journal of Communication, 34(4)*, 410–444. <https://doi.org/10.1177/0267323119861875>
- Golding, P., & Murdock, G. (2018). Ideology and the mass media: the question of determination. In *Routledge Revivals: Ideology and Cultural Production (1979)*. Routledge.
- Goulet, V. (2020). *Audiences and readership of revolutionary leftist media: The “Media Leader” hypothesis* (pp. 67–102). Routledge. https://doi.org/10.1007/978-3-030-34054-4_5
- Hall, S. (2018). Deviance, politics, and the media. In *Deviance and Social Control* (pp. 261–306). Routledge.
- Hasyim, N. M. (2017). Konstruksi citra maskulinitas calon presiden (study analisis framing model Gamson

- dan Modigliani pada pemberitaan koran harian Kompas dan Jawa Pos edisi Juni 2014). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1189>
- Hirzalla, F., & van Zoonen, L. (2017). Media effects: Methods of critical audience studies. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–13). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0218>
- Indainanto, Y. I., Julianto, E. N., & Saptiyono, A. (2022). Framing pemberitaan kekerasan seksual 12 santriwati di media online dengan pembigkiaan Gamson dan Modigliani. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 224–239. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i2.15974>
- Kerbel, M. R. (2018). *Remote and controlled: Media politics in a cynical age*. Routledge.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2020). *Sembilan elemen jurnalisme: apa yang seharusnya diketahui wartawan dan yang diharapkan Publik*. Yayasan Pantau, Institut Studi Arus Informasi.
- Launa, L., & Lusianawati, H. (2021). Potensi korupsi dana bansos di masa pandemi Covid-19. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 1–22. https://repository.usahid.ac.id/1154/1/potensi_korupsi.pdf
- Lucio, T., Paolo, C., Gianluigi, M., & Andrea, T. (2022). *Building the digital public administration: The impact of social media in the public sector. The perception of public employees in Italian local context* (pp. 109–117). https://doi.org/10.1007/978-3-030-83321-3_8
- Mcombs, M., & Valenzuela, S. (2020). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*. John Wiley & Sons.
- Medvic, S. K. (2021). *Campaigns and Elections*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003125099>
- Meilisa, N. S., & Julianto, E. N. (2025). Analisis framing pemberitaan Metro tv (studi kasus: Kontroversi PSSI pecat Shin Tae-Yong). *Media Bina Ilmiah*, 19(7), 5203–5214.
- Meita, A. D. (2023). Analisis framing pada pemberitaan kasus pembunuhan Ferdy Sambo di media online kumparan. Com dan tribunnews. Com. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(1), 393–407. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3880>
- Munif, M. A. (2023). No Title Analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam konstruksi pemberitaan wacana calon presiden 2024 di Indonesia. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 48–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.33507/selasar.v3i1.1170>
- Nabila, M. (2021). Indonesia COVID-19 task force statement framing in September – November 2020. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(1), 149–160. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v6i1.505>
- Nelson, C. J., Thurber, J. A., & Dulio, D. A. (2023). *Campaigns and elections American style*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003166375>
- Nelson, J. L. (2021). *Imagined audiences: How journalists perceive and pursue the public*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197542590.001.0001>
- Neri, V. (2017). *Publicity, privacy and social media. The role of ethics above and beyond the law*. 37(2), 175–189. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85038625139&partnerID=40&md5=73319e3fbbb12bbf52cafed8c7ed1df0>
- Neyazi, T. A. (2018). *Political communication and mobilisation: The Hindi media in India*. Cambridge University Press.
- Okutan, E. (2017). The role of state in ending the inequality of opportunities in the media. *International Journal of Economic Perspectives*, 11(3), 431–437. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85051686417&origin=inward&txGid=e9f42c2148988eaa620b51462805aa5e>
- Perloff, R. M. (2021). *The dynamics of political communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429298851>

- Permatasari, I. (2022). Analisis framing model Pan dan Kosicki terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo nyapres di 2024: Pada media online CNNIndonesia.com dan Tempo.co. *Jurnal Perspektif*, 1(6), 616–624. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i6.267>
- Picone, I. (2024). Imagining audiences as media users. In *The Routledge Companion to Media Audiences* (pp. 150–159). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003268543-15>
- Pratama, R., & Saragih, M. Y. (2022). Analysis of the framing model of Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki in reporting on the moving of the national capital in online mediaTempodot.co. *Budapest International Research and Critics University - Journal*, 5(2), 17405–17412. <https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5693>
- Rahim, A., Siswoyo, M., & Hermawan, A. J. (2022). Citra perempuan dalam media massa (Analisis framing William A. Gamson dan Andre Modigliani pada artikel Worklife di website Wolipop). *Jurnal Signal*, 10(1), 106. <https://doi.org/10.33603/signal.v10i01.6964>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rodrigo-Ginés, F.-J., Carrillo-de-Albornoz, J., & Plaza, L. (2024). A systematic review on media bias detection: What is media bias, how it is expressed, and how to detect it. *Expert Systems with Applications*, 237, 121641. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121641>
- Sambu, D., Lopes, C. A., & Apollo, V. (2021). Collective change through mass media: Engaging adolescent girls through interactive radio to promote AIDS-free communities in Kenya. In *Health Communication and Disease in Africa* (pp. 289–314). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2546-6_13
- Schiffer, A. J. (2017). *Evaluating media bias*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Sevenans, J. (2018). How mass media attract political elites' attention. *European Journal of Political Research*, 57(1), 153–170. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12220>
- Siagian, P., & Ritonga, M. U. (2024). Analisis framing dalam pemberitaan politik di Tvonenews.com. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 126–139. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i2.96>
- Sobari, T., & Ramdani, D. (2019). Framing religious blasphemy issues by the Governor of DKI Basuki Tjahaja Purnama in the contestation of Governor election DKI. *Proceedings of the International Conference on Interdisciplinary Language, Literature and Education (ICILLE 2018)*. <https://doi.org/10.2991/icille-18.2019.88>
- Stever, G. S., & David Cohen, J. (2024). Ways that audience members respond to media: A framework for studying audience effects. In *Handbook of Media Psychology* (pp. 89–99). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-56537-3_7
- Stromer-Galley, E. (2019). *Presidential campaigning in the Internet age*. Oxford University Press.
- Suprpto, B. (2024). The ideology behind the reporting on Habib Rizieq's trial: A framing analysis on cnnindonesia.com. In *Economic Sustainability and Social Equality in the Technological Era* (pp. 153–165). Routledge. <https://doi.org/10.1201/9781003534495-14>
- Tunstall, J. (2024). *The Westminster lobby correspondents*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032708850>
- Vanie, A., & Rangkuti, Z. (2024). Framing kata 'Etika' pada pemberitaan debat capres 2024 di Metrotvnews.com dan Republika.co.id. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(4), 311–321. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i4.3397>
- Walker, J. (2019). *Art in the age of mass media*. Routledge.
- Wijaya, K. (2021). Konstruksi berita pada media online beritasatu tentang tagar#moeldokosavedemokrat dan dukungan warganet: Analisis framing perspektif Zhongdang Pan-Gerald M Kosicki. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(08), 13–19. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/430>

Wolfsfeld, G. (2022). *Making sense of media and politics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003176657>