

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2024, Indonesia akan kembali menyelenggarakan pemilihan umum presiden (pilpres) yang menjadi fokus perhatian masyarakat dan media massa. Pemilihan Umum (pemilu) merupakan pesta demokrasi terbesar yang dapat memicu terjadinya sebuah perubahan pada sistem politik di Indonesia. Selain perubahan sistem politik sistem media juga ikut berubah karena dalam negara demokrasi layaknya Indonesia, media memiliki peran penting yang diandalkan (Nurlatifah, 2015).

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) menunjukkan pilihan strategisnya dengan mengusung Ganjar Pranowo sebagai calon presiden (Bacapres) untuk bertarung dalam kontestasi politik tersebut. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) secara resmi mengusung Ganjar Pranowo yang saat ini menjabat sebagai gubernur Jawa Tengah sebagai bakal calon presiden (bacapres) pada pemilihan umum (pemilu) 2024. Ketua umum PDIP, Megawati Soekarnoputri menetapkan Ganjar Pranowo sebagai bacapres setelah berdiskusi dengan para petinggi partai termasuk presiden RI Joko Widodo (cnnindonesia, 2023). Ada beberapa alasan kenapa Ketua Umum PDIP memilih Ganjar Pranowo sebagai calon presiden PDIP yakni Megawati mencari pemimpin yang kokoh secara ideologi, visioner, memiliki kemampuan memimpin yang mumpuni, professional, serta memahami kehendak rakyat (Ramadhan, 2023). Pemberitaan mengenai calon presiden merupakan elemen penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi arah perjalanan politik sebuah negara.

Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) merupakan salah satu dari sekian banyak partai politik yang memiliki pengaruh besar dalam perpolitikan saat ini. Pasalnya hal ini dapat dilihat dari kader PDIP yang memegang jabatan strategis di Pemerintahan. Saat ini kader PDIP memegang tampuk tertinggi kekuasaan eksekutif yakni Joko Widodo sebagai presiden RI, serta legislatif yakni DPR RI

yang diketuai oleh Puan Maharani yang merangkap sebagai ketua Bidang Politik dan Keamanan PDIP yang juga anak dari ketua umum PDIP. Serta beberapa kepala daerah dan menteri seperti Ganjar Pranowo sebagai gubernur provinsi Jawa Tengah, I Wayan Koster sebagai gubernur provinsi Bali, Tri Rismaharini sebagai Menteri Sosial Republik Indonesia dan masih banyak lainnya (Fithri, Abidin, Jailani, 2023).

Ganjar Pranowo sebagai figur politik yang telah menjabat di pemerintahan tingkat regional, serta diusung oleh partai pertahana yang berkuasa, menjadi sorotan utama dalam pemilihan kali ini. Namun tak hanya itu saja, Ganjar kerap menjadi sorotan akibat blunder-blunder yang dilakukannya. Kamus Besar Bahasa Indonesia menggambarkan blunder sebagai kesalahan serius yang memalukan disebabkan oleh suatu kecerobohan, kebodohan, maupun kelalaian (Santosa, 2023). Pada Juni 2023 di *podcast* yang dipandu oleh Deddy Corbuzier, Ganjar secara terang-terangan mengatakan bahwa ia gemar menonton video porno (Sadewo, 2023). Ia juga pernah menelepon Heru Budi Hartono selaku PJ Gubernur DKI Jakarta mengenai keluhan warga Jakarta Utara, padahal ia merupakan Gubernur Jawa Tengah, dan DKI Jakarta bukanlah wilayah kewenangannya. Lalu Ganjar juga sempat muncul pada sebuah tayangan adzan stasiun televisi milik MNC Group, sehingga memicu beragam reaksi. Hal tersebut ramai disorot serta dikaitkan dengan politik identitas, padahal Ganjar pernah mengatakan bahwa dirinya tak punya sejarah melakukan politik identitas (cnnindonesia, 2023). Selanjutnya pada saat Kuliah Kebangsaan FISIP UI, ia dinilai tak memiliki empati, karena Ganjar menanyakan siapa saja yang hadir masih membeli gas elpiji 3 kg, lalu ketika ada yang mengangkat tangan ia menanyakan “Membeli gas melon, ya, Mbak? Ada? Tersedia? Gampang? Anda orang miskin? Alhamdulillah hanya satu yang angkat tangan di sini,” katanya. Kalimat “Anda orang miskin?” itulah yang membuat Ganjar dianggap sangat mudah dalam merendahkan orang lain (Santosa, 2023) Pada saat acara yang sama ganjar juga mengatakan “Jangan teriak-teriak banyak pegawai China, diusir pak. Ya sudah kita usir besok pagi, tapi kamu bisa gantikan tidak?”. Hal tersebut dinilai Ganjar meremehkan sumber daya manusia Indonesia (Nufus, 2023) Blunder selanjutnya terjadi pada tanggal 19 September 2023 saat Ganjar tampil pada acara 3 Bacapres Bicara Gagasan di UGM, Ganjar dianggap blunder karena memandang rendah pekerjaan MC, *master of ceremony*. Saat itu

Ganjar yang sedang membicarakan Pendidikan berbicara bahwa 10 lulusan terbaik perguruan tinggi selayaknya menjadi dosen bukan menjadi MC. Najwa Shihab sebagai pemandu acara merespon, “Siapa MC, Mas? Saya Jurnalis bukan MC.” Lalu Ganjar membalas, “Bukan, ya? Jurnalis lah kalau begitu.”. Najwa Shihab selanjutnya menegaskan kembali bahwa jurnalis merupakan pekerjaan yang membanggakan (Malau, 2023). Selain itu terdapat blunder yang juga dilakukan Ganjar sebelum ia ditetapkan sebagai bacapres PDIP, yakni ketika Ganjar dinilai berperan dalam batalnya Piala Dunia U-20, karena penolakannya terhadap Timnas Israel yang datang ke Indonesia (Nariswari, 2023). Lalu terdapat stigma Blunder-blunder tersebutlah yang membuat elektabilitas Ganjar Pranowo merosot (cnnindonesia.com, 2023).

Banyaknya media online, serta dari latar belakang pemilik medianya, bukannya tak mungkin ada perbedaan pandangan dari setiap pemberitaan yang ditulis meskipun tema pemberitaannya sama. Beberapa politikus sekaligus konglomerat media memanfaatkan media massa untuk melancarkan kepentingan politik mereka (Susanto, 2018). Berita yang ditulis oleh media kerap terpengaruh oleh kepentingan serta ideology yang dimiliki oleh pemilik media. Konten yang ditulis oleh media dipengaruhi oleh pemilik media massa. Intervensi yang dilakukan oleh pemilik media massa secara tak langsung masyarakat telah “diseleksikan” dalam menerima berita, lebih-lebih pemberitaan yang terkait pemilik media tersebut. Dalam artian konten media bukan merupakan cerminan asli dari realitas namun terbangun dari berbagai aspek yang memproduksi banyak bentuk yang berbeda dari realitas. Terdapat aspek pemilik media yang mempengaruhi pembingkaiannya serta penyusunan agenda konten media (Kurniasari & Aji, 2015).

Faktanya, saat ini terdapat empat konglomerat media di Indonesia yang juga terjun dalam dunia politik. Yang pertama ialah Erick Thohir yang memiliki sejumlah perusahaan media yakni PT Republika Mandiri, PT Mahaka Media Tbk, dan PT Danapati Abinaya Investama (Jak TV). Selanjutnya Abu Rizal Bakrie pemilik Bakrie Group yang didalamnya terdapat PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) dan PT Visi Media Asia Tbk. Lalu Hary Tanoë Soedibjo, pendiri MNC

Group memiliki beberapa perusahaan media diantaranya PT Media Nusantara Citra Tbk dan PT Global Mediacom Tbk dan PT Media Nusantara Citra Tbk. Dan yang keempat ialah Surya Dharma Paloh pemilik Media Group yang dikenal sebagai pemilik Metro TV, dan Media Indonesia (CNBC, 2023).

Dari nama pemilik media di atas terdapat beberapa nama yang juga terafiliasi dengan partai politik. Yang dapat disaksikan secara jelas yakni Hary Tanoesoedibjo tokoh utama pendiri MNC Group yang merangkap sebagai ketua Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Partai tersebut juga jelas menyatakan dukungannya terhadap Ganjar Pranowo pada pemilu 2024. MNC Group sendiri memiliki 4 televisi nasional yaitu MNC TV, RCTI, Global TV, dan INews, 6 portal berita online diantaranya Okezone, Sindonews, INews.id, IDX Channel, serta MNC Trijaya, dan 4 radio yakni Radio Dangdut Indonesia, Sindo Trijaya FM, V Radio, dan Global Radio (MNC, 2023). Selain Hary Tanoesoedibjo, juga terlihat Media Group yang dimiliki Surya Dharma Paloh sekaligus merupakan ketua umum partai Nasional Demokrat (NasDem) yang mendukung Anies Rasyid Baswedan sebagai bacapres pada pilpres 2024. Media Group sendiri memiliki 3 stasiun televisi yaitu Metro TV, Magna Channel, serta Metro Globe Network dan 5 portal berita online yakni Mediaindonesia.com, Medcom.id, ID.M, Lampungpost, dan Toko108.com (mediagroup, 2023).

Berita yang ditampilkan media tidaklah realitas yang terjadi sebenarnya karena berita yang ditulis telah melalui proses seleksi. Berita yang ditampilkan media pada pemberitaannya akan memberikan penekanan kepada aspek tertentu, dan mengaburkan aspek yang tak diinginkan media. Peristiwa tersebut memungkinkan terjadi karena praktisi serta pemilik media yang mempunyai perbedaan latar belakang serta lingkungan sosial politik, dan posisinya dapat memberikan warna partisipasi lainnya. Media memiliki kekuatan dalam membuat pesan atau menggambarkan isu dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki media serta yang terlibat didalam media tersebut (Karman, 2012). Konstruksi realitas dibuat pada setiap pemberitaan dilakukan guna membangun citra positif bakal calon presiden dan bakal calon wakil presiden satu dan sebaliknya membangun citra negatif untuk bakal calon presiden dan bakal calon wakil presiden lawannya.

Konstruksi realitas dibentuk pada sosok tertentu dengan menggunakan kata-kata tertentu serta berulang kali dilakukan.

Saat ini semakin banyak konten berita pada portal berita daring yang dengan sengaja maupun tidak, menunjukkan representasi kepemilikan perusahaan medianya. Pada penelitian oleh Kurniasari (2018), isi dari sebuah media tidaklah mencerminkan realitas yang asli, namun terdapat pembentukan konten media yang memiliki berbagai faktor latar belakang sehingga menghasilkan beragam versi serta perbedaan dari realitas yang sebenarnya (Kurniasari & Aji, 2018). Kepemilikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi agenda penyusunan teks media. Keterlibatan pemilik media merupakan salah satu pertimbangan dalam produksi konten media.

Framing mulanya sudah muncul pada tahun 50an yakni pada tahun 1955 yang dicetus oleh Beterson. Frame didefinisikan sebagai sebuah perangkat kepercayaan yang memiliki konsep yang terstruktur yang mengontrol sudut pandang seperti politik, wacana, dan kebijakan, dan memberikan kategori untuk menilai suatu realitas (Sobur, 2013). Robert N. Entman mengenalkan jenis analisis pembingkai yang dibentuk dari dua aspek utama yaitu penonjolan pada isu tertentu dan seleksi isu (Eriyanto, 2014).

Dari beberapa media, peneliti tertarik untuk meneliti iNews.id, portal berita online tersebut merupakan salah satu portal berita online milik MNC Group yang pemiliknya juga merupakan ketua umum Partai Persatuan Indonesia yaitu Hary Tanoesoedibjo. Partai perindo merupakan satudari sekian partai politik yang mendukung koalisi Ganjar Pranowo sebagai capres 2024. Dari fakta tersebut menjadikan alasan peneliti untuk menjadikan iNews.id karena terdapat keterkaitan antara pemilik media dengan partai politik yang mengusung salah satu calon presiden yakni Ganjar Pranowo.

Pengamat Sebut Ganjar Berhasil Gerus Citra Negatif Petugas Partai

Tin News - Rabu, 20 September 2023 | 21:07 WIB



Sebuah Calon Presiden Ganjar Pranowo saat acara pengisian Salakarya di Gedung Sastra Pramana, Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta, Sabtu (16/09/23).

Gambar 1. 1 Pemberitaan INews.id

Mediaindonesia.com merupakan salah satu portal berita daring yang termasuk ke dalam Media Group yang pemiliknya adalah Surya Dharma Paloh yang juga menjadi ketua umum partai Nasional Demokrat (NasDem). Surya Dharma Paloh yang juga menjabat sebagai ketua umum partai Nasdem tentunya akan mempengaruhi narasi serta konstruksi pemberitaan di media yang dimilikinya (Aprisal, 2022). Alasan inilah yang menjadikan peneliti memilih mediaindonesia.com sebagai media yang diteliti, karena keterkaitan antara pemilik media yang merangkap sebagai ketua umum partai politik yang merupakan kolaisi partai pengusung Anies Baswedan sebagai capres pada pilpres 2024 serta berseberangan dengan kubu Ganjar Pranowo.

Rabu 24 Mei 2023, 15:43 WIB

Denny JA: Istilah Petugas Turunkan Elektabilitas Ganjar Pranowo

Wibisono | Politik dan Hukum



Gambar 1. 2 Pemberitaan Mediaindonesia.com

Sebagai pembanding dari kedua media di atas, peneliti memilih Kompas.com, hal ini peneliti pilih karena pemilik Kompas.com tidak terafiliasi

dengan partai politik manapun saat ini. Sehingga dapat dikatakan bahwa redaksi Kompas memiliki kebebasan dan tidak terpengaruh intervensi atau tekanan dari pihak tertentu. Selain itu Kompas.com juga merupakan situs berita daring terpercaya di Indonesia yang beritanya selalu *update* selama 24 jam (Suprobo, T., Siahainenia, R., & Sari, D. K., 2016). Kompas.com juga merupakan media daring peringkat kedua yang sering diakses serta pada Januari 2023 memiliki 162,4 juta *pageview* (similarweb, 2023).



Gambar 1. 3 Pemberitaan di Kompas.com

Walaupun Kompas.com tidak terafiliasi dengan kekuatan politik manapun namun tetap terdapat kecenderungan dalam pemberitaan Kompas.com. Dari hasil penelitian seperti penelitian oleh Tiana Cahya Wardhani dengan judul “Konstruksi Realitas Politik dalam Pemberitaan Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014” dengan hasil Kompas cenderung menulis pemberitaan terkait Joko Widodo secara positif dan tak memperlihatkan kekurangannya, dan Kompas cenderung agresif ketika menulis sisi negatif Prabowo Subianto. Lalu pada penelitian oleh Epi Aersih Tansal dengan judul “Representasi Isu Politik Identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 Pada Pemberitaan Kompas.com” yang menyebut Kompas.com telah melakukan pembingkaiannya dengan melihat ancaman persatuan bangsa Indonesia dari isu politik identitas, selain itu Kompas juga menulis teks beritanya dengan diksi yang provokatif kepada kalangan pemilih muslim dan mengangkat pemberitaan dari satu pandangan saja. Lalu pada penelitian yang ditulis Fairuz Ilham Magribi yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Isu Penyerangan Ulama Indonesia dalam Harian Kompas.com dan Republika.com Periode Februari-

April 2018” dengan hasil Kompas.com lebih berpihak kepada citra pemerintah dalam hal ini Polri dalam menyelesaikan kasus penyerangan ulama di Indonesia. Berdasar dari ketiga hasil penelitian tersebut menunjukkan Kompas.com memiliki kecenderungan dalam menulis beritanya sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai hasil pembingkai media ini.

Didasari latar belakang di atas, penelitian ini penting dan layak diteliti karena banyak terlibatnya pihak saat pemilihan presiden 2024 khususnya partai politik yang terafiliasi dengan media. Pemilik media yang merangkap ketua umum partai politik juga menarik perhatian peneliti apakah akan mempengaruhi pemberitaan di mediana atau tidak. Khususnya pada posisi Ganjar Pranowo yang memiliki partai pendukung yang terafiliasi dengan media dan di sisi lain memiliki partai rival yang terafiliasi juga dengan media. Dari hal tersebut peneliti memilih ketiga media yakni INews.id sebagai media yang pemiliknya juga ketua umum partai yang mendukung Ganjar Pranowo, Mediaindonesia.com yang pemiliknya ketua umum partai yang bertarung melawan Ganjar, dan Kompas.com sebagai perwakilan media yang tak terafiliasi dengan capres manapun.

Kemudian, unit analisis yang peneliti gunakan yakni sejumlah 30 artikel berita dari situs berita daring INews.id, Mediaindonesia.com, dan Kompas.com periode April 2023 – Oktober 2023 yang memuat berita mengenai Ganjar Pranowo sebagai Bacapres PDIP. Peneliti memanjangkan periode guna memperoleh unit analisis agar dapat mengambil 10 berita dalam setiap media. Berita yang dipilih berjumlah 10 dikarenakan peneliti ingin memastikan dari banyak berita yang ditulis media sehingga analisis mempunyai validitas yang akurat.

Adapun penelitian sebelumnya yang menjadi tolak ukur dalam penelitian ini, yang pertama ialah penelitian oleh Frederikus Bintang Hayati dengan judul “Pemberitaan Ganjar Pranowo Capres 2024 Pada Media Online Kompas.com dan Detik.com (Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)”. Penelitian tersebut mengatakan bahwa Kompas.com mengedepankan objektivitas dalam pemberitaannya, sedangkan Detik.com dalam menulis beritanya lebih mementingkan kepentingan elit politik khususnya pendukung Ganjar. Penelitian

dengan perangkat framing Entman serta pemilihan tiga media sebagai pembanding, menjadi kebaruan dari penelitian ini.

Selanjutnya penelitian kedua yang menjadi rujukan peneliti ialah penelitian yang ditulis oleh Imelda Dwi Putri Nainggolan dan Catur Sutarnoaji dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Ganjar Pranowo Menolak Kehadiran Timnas Israel di Indonesia pada Mediaindonesia.com” dengan hasil Mediaindonesia bersifat netral dalam menulis beritanya serta memberikan ruang untuk Ganjar memberikan tanggapannya dan tidak juga terlihat kepentingan politik pribadi di Mediaindonesia.com. Yang menjadi pembeda dari penelitian ini yakni terdapat pada peristiwa yang diteliti dan terdapat tiga media yang digunakan peneliti sebagai perbandingan.

Lalu penelitian selanjutnya yakni yang ketiga yang menjadi acuan ialah penelitian dengan judul “Analisis Framing Entman Terhadap Pemberitaan mediaindonesia.com dan Kompas.com Terhadap Berita Puan Maharani Sebagai Bakal Calon Presiden 2024”. Penelitian tersebut menemukan bahwa Kompas.com dan Mediaindonesia, keduanya melakukan moral judgement (kebijakan moral) dengan mengkritisi akal sehat, ketika terdapat Puan Maharani sebagai pejabat negara yang memiliki ambisi menjadi presiden sedangkan rakyat dalam keadaan prihatin. Yang menjadi kebaruan dari penelitian ini yaitu terdapat pada penggunaan tiga media sebagai pembanding serta terdapat perbedaan fenomena yang ada.

Berlandaskan seluruh pemaparan yang peneliti tuliskan, maka judul penelitian ini ialah “Pembingkaihan Ganjar Pranowo Sebagai Bacapres PDIP (Analisis Framing Robert N. Entman di INews.id, Mediaindonesia.com, dan Kompas.com Periode April 2023 – Oktober 2023).

1.2. Rumusan Masalah

Berangkat latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini ialah “Bagaimana Pembingkai Berita Ganjar Pranowo sebagai Bacapres PDIP di INews.com, Mediaindonesia.com, dan Kompas.com periode April 2023- Oktober 2023?”

1.3. Tujuan Penelitian

Didasari rumusan masalah tersebut, tujuan pada penelitian ini ialah guna mengetahui Pembingkai Berita Ganjar Pranowo sebagai Bacapres PDIP di INews.com, Mediaindonesia.com, dan Kompas.com periode April 2023- Oktober 2023.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini yakni dapat memberikan kontribusi dalam studi media, serta dapat memperkaya penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, dan memperkaya pemahaman mengenai cara media membingkai sebuah isu.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini nantinya akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai peran media dalam membingkai sebuah isu yang terjadi, serta bagaimana sudut pandang yang berbeda dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Sehingga hal ini dapat membantu masyarakat lebih kritis serta melihat isu dari berbagai sudut pandang dalam pemberitaan di media.