



*Framing Pemberitaan Calon Presiden 2024 Ganjar Pranowo pada Media Alternatif Perempuan *Konde.co* dan *Magdalene.co**

<https://doi.org/10.25008/caraka.v6i1.118>

GUNTUR SIBERSON*
FILOSA GITA SUKMONO
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

The media has become a strategic tool in the 2024 election contest to build political image. Presidential candidates utilize positive coverage and media strategies to increase popularity and shape the desired public perception. Despite Ganjar's high electability, he often finds himself entangled in controversial blunders. This study examines how *konde.co* and *magdalene.co*, as alternative women's media, frame Ganjar Pranowo's political agenda. The research aims to understand the framing of Ganjar Pranowo's news coverage as a 2024 presidential candidate on the *konde.co* and *magdalene.co* news portals. The method used is qualitative, employing Zhongdang Pan and M. Gerald Kosicki's framing analysis, which considers four text structure devices: syntactical, script, thematic, and rhetorical. The results show that *konde.co* frames Ganjar Pranowo with rhetoric focusing on portraying him as a potential leader who brings positive change. On the other hand, *magdalene.co* modifies the style of reporting on Ganjar Pranowo during the pre-campaign, campaign, and post-campaign periods. The chosen diction often aims to provoke critical thinking among readers and highlight contradictions in Ganjar's policies and actions.

Keywords: Ganjar Pranowo; Framing; Women's alternative media; Election 2024; Presidential candidate

ABSTRAK

Media menjadi alat strategis dalam kontestasi Pemilihan Umum 2024 untuk membangun citra politik. Calon presiden memanfaatkan pemberitaan positif dan strategi media untuk meningkatkan popularitas serta membangun citra yang diinginkan di mata publik. Meski elektabilitas Ganjar tinggi, Ganjar sering terjatuh dalam blunder kontroversial. Penelitian ini mengkaji bagaimana media *Konde.co* dan *Magdalene.co* membingkai agenda politik Ganjar Pranowo sebagai media alternatif perempuan. Penelitian ini bertujuan mengetahui framing pemberitaan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024 di portal berita *Konde.co* dan *Magdalene.co*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis *framing* Zhongdang Pan dan M. Gerald Kosicki, dengan memperhatikan empat perangkat struktur teks: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Hasil penelitian menunjukkan, *Konde.co* membingkai Ganjar Pranowo dengan retorika berfokus pada penggambaran Ganjar sebagai pemimpin potensial yang membawa perubahan positif. Sedangkan *Magdalene.co* melakukan perubahan gaya pemberitaan Ganjar Pranowo pada pra-kampanye, kampanye dan pasca kampanye. Diksi yang dipilih sering kali bertujuan untuk menggugah pemikiran kritis pembaca dan menyoroti kontradiksi dalam kebijakan dan tindakan Ganjar.

Kata kunci: Ganjar pranowo; Framing; Media alternatif Perempuan; Pemilu 2024; Calon presiden

Author's email correspondent: guntur.s.isip20@mail.umy.ac.id

The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript
--

Copyright © 2025: Guntur Siberson

Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at http://caraka.web.id
--

Submitted: 6/06/2024; Revised: 13/12/2024; Accepted: 04/06/2025

PENDAHULUAN

Berita merupakan hasil dari pembentukan dan interpretasi realitas, yang dapat berbeda bagi setiap individu, sehingga menghasilkan pemahaman yang beragam. Tidak ada standar absolut dalam penyusunan berita. Perbedaan antara berita dan kenyataan sebenarnya bukanlah kesalahan, melainkan hasil dari cara individu tersebut menginterpretasikan realitas. Akibatnya, berita cenderung memiliki unsur subjektif, karena wartawan meliput peristiwa dengan sudut pandang dan pertimbangan pribadi (Eriyanto, 2011b). Dalam persaingan politik pemilihan presiden 2024, media menjadi alat strategis yang tak terelakkan untuk membangun citra politik. Para calon presiden secara aktif memanfaatkan pemberitaan positif dan strategi media untuk meningkatkan popularitas serta membentuk citra yang diinginkan di mata publik. Media online di Indonesia memiliki kecenderungan kuat untuk mempraktikkan jurnalisme *bias* dalam meliput pemilu presiden (Hasfi & Wijayanto, 2021).

Menjelang pemilihan presiden 2024 di Indonesia, Ganjar Pranowo muncul sebagai calon potensial dengan elektabilitas tinggi. Survei dari Lembaga Teknologi Strategi (DTS) pada November 2022 menunjukkan Ganjar meraih 31,57%, diikuti oleh Prabowo dengan 28,10%. Survei Mujani Research and Consulting (SMRC) pada Desember 2021 mencatat elektabilitas Ganjar sebesar 32,2% dan Prabowo 17,0%. Terakhir, survei Charta Politika menunjukkan Ganjar dengan 25,8%, diikuti oleh Prabowo dengan 22,3%. Meskipun elektabilitasnya tinggi, Ganjar Pranowo sering terlibat dalam blunder kontroversial.

Menurut CNN Indonesia, Hanggoro mencatat empat blunder oleh Ganjar dan Megawati Soekarnoputri, Ketua Umum PDIP. *Pertama*, pengakuan Ganjar tentang video porno, yang menurut survei LSI Denny JA, 86,1% responden menganggap tidak wajar untuk seorang capres. *Kedua*, PDIP dianggap blunder dengan menyebut presiden sebagai petugas partai, dengan 69,9% responden tidak setuju. *Ketiga*, Ganjar dinilai berperan dalam pembatalan Piala Dunia U-20 di Indonesia, dianggap paling bersalah bersama Erick, Wayan Koster, dan Megawati. *Keempat*, Ganjar dianggap tidak pantas saat menghubungi PJ Gubernur DKI terkait keluhan warga di Jakarta Utara, dengan 74,7% responden setuju (Primadhyta, 2021)

Ganjar Pranowo berbicara pada acara "Mata Najwa *on Stage*" di UGM, dengan tema "Tiga Bacapres Bicara Gagasan", pada Selasa, 19 September 2023. Dalam wawancara tersebut, Ganjar terperosok dalam retorika yang meremehkan profesi jurnalis. Dia menyatakan bahwa 10 lulusan terbaik suatu perguruan tinggi tidak bekerja sebagai MC atau jurnalis. Meskipun diucapkan sebagai lelucon kepada Najwa Shihab, putri ulama Quraish Shihab, komentar tersebut dianggap serius dan mendapat kecaman luas. Masyarakat merasa, seorang calon presiden seharusnya menghormati peran penting jurnalis dalam menjaga kebenaran dan keseimbangan informasi.

Ratna (2013) dalam A. R. Lastamimi (2022) menyatakan, media memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap perbedaan gender, khususnya dalam perlakuan terhadap perempuan. Namun, media massa cenderung memperkuat dominasi laki-laki dalam representasi dan produksi mereka. Laki-laki sering digambarkan

sebagai tokoh yang kuat, berkuasa, dan mandiri, sementara perempuan cenderung tidak mendapat gambaran yang sama. Kekurangan representasi positif ini berkaitan dengan mayoritas pembuat media yang adalah laki-laki, sesuai dengan konsep Marshall McLuhan bahwa "*media are extensions of man*". Media merupakan perluasan dari manusia, dengan "*man*" cenderung merujuk pada laki-laki.

Magdalene.co adalah *platform* daring yang fokus pada isu-isu gender dan seksualitas, menyediakan ruang aman bagi perempuan, dan mengkritisi media yang menggunakan bahasa seksis. *Konde.co*, dikelola oleh aktivis dan jurnalis perempuan, memiliki misi serupa dalam mengadvokasi isu-isu perempuan. Selain aktif dalam jaringan (daring), *Konde.co* juga terlibat langsung dalam advokasi untuk perempuan dan masyarakat pinggiran melalui diskusi, petisi, dan kegiatan lainnya. Implementasi kebijakan terkait *gender* di ruang redaksi media massa bukanlah hal baru, tetapi selalu relevan untuk dibahas, terutama dalam mengkaji ketimpangan hubungan antara laki-laki dan perempuan dalam praktik jurnalisisme yang seharusnya menyajikan pemberitaan secara adil dan tidak memihak (R. Ritonga et al., 2016).

Berbeda dengan media alternatif perempuan lainnya, *Konde.co* menyoroti dukungan Presiden Jokowi terhadap Ganjar Pranowo dalam pemilu 2024 karena mereka berasal dari partai yang sama. *Konde.co* mencatat bahwa Ganjar adalah satu-satunya calon presiden dengan gaya kepemimpinan membumi seperti Jokowi. Sedangkan *Magdalene.co* menyoroti kemiripan Ganjar dengan Jokowi sebagai figur sipil dengan komunikasi yang membumi, berasal dari Jawa Tengah, yang menjadi poin penting bagi pemilih.

Sebagai media yang mengutamakan nilai-nilai kesetaraan, *Magdalene.co* lebih cenderung menyoroti isu-isu hak perempuan, kekerasan terhadap perempuan, kesenjangan *gender*, dan partisipasi politik perempuan. Dalam konteks ini, blunder yang dilakukan oleh Ganjar mungkin dianggap kurang relevan jika tidak terkait langsung dengan fokus utama media tersebut.

Magdalene.co dan *Konde.co* memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi masyarakat, terutama perempuan, dalam konteks pemilihan presiden 2024. Mereka dapat memperjuangkan isu-isu yang relevan bagi pemilih perempuan, memperkuat representasi dan partisipasi mereka dalam proses politik, meskipun calon presidennya adalah seorang laki-laki. Melalui liputan yang seimbang tentang profil calon presiden, analisis program politik yang berdampak pada perempuan, serta pengangkatan suara perempuan, media tersebut dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendorong kesadaran gender dalam politik dan penguatan peran serta perempuan dalam demokrasi. Dengan demikian, media alternatif perempuan diharapkan dapat memperkuat representasi perempuan dan menjadikan suara mereka lebih terdengar dalam proses pemilihan presiden.

Magdalene.co dan *Konde.co*, telah berperan aktif dalam mengangkat isu-isu gender melalui pemberitaan tentang Ganjar Pranowo dalam konteks pemilihan presiden 2024. Dengan menghadirkan rubrik "Pemilu 2024" secara konsisten, keduanya telah menciptakan ruang untuk memperjuangkan beragam isu gender.

Dengan demikian, media berbasis online seperti *Magdalene.co* dan *Konde.co* memberikan kontribusi dalam mengembangkan kesadaran gender dalam masyarakat. Partisipasi mereka tidak hanya membawa dampak pada kaum perempuan, tetapi juga pada kaum laki-laki. Advokasi isu perempuan menjadi lebih efektif ketika didukung oleh pemahaman dan dukungan dari kedua *gender*. Ini menekankan pentingnya melibatkan laki-laki sebagai rekan dalam perjuangan advokasi *gender*, bukan sebagai lawan atau pihak yang

terpisah. Dengan demikian, upaya yang dilakukan oleh kedua media ini mendorong terciptanya pandangan baru tentang peran perempuan dalam masyarakat (Maryani & Adiprasetyo, 2017).

Kemunculan media feminis seperti yang menjadi objek kajian ini menjadi antitesis terhadap keberadaan media arus utama ketika dominasi perempuan relatif lebih menonjol di dalamnya, baik dalam posisi pelaku maupun kontennya. Keberadaan media feminis ini menjadi gangguan tersendiri bagi media arus utama dengan praksis feminismenya (Sunarto et al., 2023).

Analisis *framing* adalah cara untuk memahami bagaimana wartawan memilih dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari suatu berita (Sobur, 2015). Surdiasis (1999) menegaskan, pandangan atau perspektif wartawan memengaruhi penonjolan fakta, penekanan, dan presentasi berita kepada khalayak (Sobur, 2015). Menurut Entman, *framing* penting dalam komunikasi politik karena memilih aspek-aspek tertentu dari realitas yang diabaikan yang dapat mempengaruhi pandangan khalayak (Siahaan, 2001).

Analisis *framing* membantu dalam memahami bagaimana berita dibentuk oleh media dan dampaknya terhadap persepsi publik terhadap isu politik dan tokoh-tokoh terkait. Politisi dan jurnalis bersaing dalam pembentukan *frame* berita dalam upaya mencari dukungan politik.

Penelitian ini bertujuan melihat sudut pandang media alternatif perempuan dalam memberitakan Ganjar sebagai calon presiden 2024. Portal *Konde.co* dan *Magdalene.co* dipilih karena bebas dari kepentingan politik dan memiliki perspektif inklusif dan kritis dari sudut pandang perempuan. Analisis *framing* Zhondang Pan dan M. Gerald Kosicki digunakan untuk melihat aspek yang ditonjolkan media ini yang dapat mempengaruhi opini publik terhadap Ganjar. Penelitian ini berlandaskan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan studi dokumentasi untuk pengumpulan data.

KERANGKA TEORI

Framing Media

Framing seperti bingkai jendela yang menentukan dan membatasi pandangan kita terhadap suatu peristiwa. Jurnalis melihat peristiwa dengan bingkai tertentu, sehingga memengaruhi apa yang diberitakan atau tidak. Beberapa bagian peristiwa diberi penekanan lebih besar, sementara yang lainnya dikesampingkan (Eriyanto, 2019). *Framing* memungkinkan media untuk menyoroti isu tertentu sesuai kepentingannya. Ini menciptakan sudut pandang yang berbeda antar media. Wartawan dapat menyajikan berita sesuai pola pikir media, sehingga realitas terbentuk secara berbeda oleh setiap media. Realitas bukanlah sesuatu yang langsung ditangkap, melainkan hasil dari proses konstruksi (Eriyanto, 2011).

Berdasarkan perspektif komunikasi, analisis digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini menekankan pada strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring penafsiran khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2015).

Dengan kata lain, *framing* adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, (1999) dalam (Sobur, 2015). menjelaskan cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang

akan ditampilkan, bagian mana yang akan ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut. Karenanya berita menjadi manipulatif dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang *legitimate*, objektif, alamiah, wajar, atau tak terelakan (Sobur, 2015).

Framing adalah konsep yang memberikan kesempatan kepada media untuk menyusun realitas dengan menonjolkan isu tertentu dalam pemberitaannya. Pemberian ruang ini tergantung pada kepentingan media yang sedang meliput isu tersebut.

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika berita dari satu media dengan yang lainnya memiliki sudut pandang yang berbeda. Wartawan diberi kebebasan untuk menyusun dan menyajikan berita sesuai dengan pola pikir yang digunakan oleh media tersebut. Akibatnya, realitas yang ada akan terbungkus dengan cara yang berbeda-beda oleh setiap media. Realitas bukanlah sesuatu yang hanya ditangkap dan dituliskan secara langsung, melainkan hasil dari proses konstruksi (Eriyanto, 2011).

Media dalam menyusun realitas peristiwa harus memperhatikan dua aspek krusial yang dijelaskan oleh Eriyanto. *Pertama*, proses pemilihan fakta atau realitas, di mana wartawan memilih fakta yang akan disampaikan dan yang tidak, memengaruhi penekanan pada aspek tertentu yang menciptakan perbedaan antar media. *Kedua*, penyajian fakta, terkait dengan cara fakta disampaikan kepada publik melalui teknik seperti penempatan yang mencolok atau pengulangan label tertentu, yang memengaruhi cara menonjolkan realitas dalam laporan berita.

Media digital

Media *online* telah merambah dunia jurnalistik, mengakibatkan transformasi signifikan dengan banyaknya peralihan ke ranah digital. Portal berita digital muncul sebagai hasil kemajuan teknologi internet, sesuai dengan perubahan pola audiens yang dinamis dalam mencari informasi. Di Indonesia, jumlah portal berita *online* yang terus bertambah menciptakan persaingan ketat dalam industri ini (Arifin, 2013).

Perkembangan media digital di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi. Pada awalnya, perkembangan teknologi digital di Indonesia dimulai pada tahun 90-an hingga 2000-an awal, dengan titik baliknya terjadi pada tahun 2005-2007. Namun, perkembangan yang signifikan terjadi setelah melewati era 2010-an. Pada tahun 2021, 62,10% populasi Indonesia telah mengakses internet, mencerminkan keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, pada tahun yang sama, 90,54% rumah tangga di Indonesia telah memiliki minimal satu nomor telepon seluler (Amheka, 2023).

Banyaknya informasi atau berita yang tersedia dari berbagai sumber memberikan keleluasaan kepada pembaca untuk memilih media yang mereka anggap dapat dipercaya. Media massa memiliki keterkaitan dengan literasi media, yakni kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, menganalisis, dan berkomunikasi tentang konten media (Putri et al., 2020). Literasi media ini juga mencakup kemampuan dalam memahami serta menggunakan media massa secara efektif dan efisien.

Pesan yang disampaikan melalui media *online* memiliki keunggulan tersendiri. Setiap individu memiliki kemampuan untuk menciptakan informasi sendiri, penyebaran informasi dapat dilakukan secara simultan dan diterima dengan cepat, pesan yang disampaikan dapat bersifat singkat, dan interaksi antar pengguna media sosial dapat terjalin.

Ketersediaan media digital yang mudah diakses telah mengubah perilaku masyarakat dalam membaca. Kini, kita bisa membaca kapanpun dan dimanapun, seperti mengakses web, berita, ebook, surel, jurnal digital, dan lain sebagainya (Ghofur et al., 2019).

Agenda Setting dalam Pemilihan Umum

Agenda *setting* merujuk pada proses pengaturan prioritas atau fokus dalam agenda, yang bisa mencerminkan tujuan tersembunyi. Agenda *setting* dikenal juga sebagai pengaturan agenda media, di mana setiap media massa memiliki tujuan yang sesuai dengan visi, misi, dan kebijakan manajemen serta pemiliknya (Efendi et al., 2023).

Eriyanto (2019) menyatakan bahwa teori agenda *setting* memiliki dua konsep utama. *Pertama*, agenda media, yaitu daftar isu yang diberitakan media, diukur melalui frekuensi dan penonjolan pemberitaan. *Kedua*, agenda publik, yaitu daftar isu yang dianggap penting oleh publik, diukur melalui survei. Teori ini berhipotesis bahwa ada korelasi antara agenda media dan agenda publik; isu yang sering diberitakan media cenderung dianggap penting oleh publik.

Teori agenda *setting* menunjukkan bahwa media membentuk persepsi publik terhadap isu-isu tertentu. Agenda media adalah isu-isu yang diberitakan, sedangkan agenda publik adalah isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Melalui *framing*, media memengaruhi opini publik. Teori ini berasumsi bahwa media tidak hanya mencerminkan, tetapi juga menyaring dan membentuk apa yang dilihat publik, sering kali menekankan cerita sensasional. Semakin banyak perhatian media terhadap suatu isu, semakin besar kemungkinan publik menganggapnya penting.

Berdasarkan teori agenda *setting*, pemberitaan media massa yang positif atau negatif terhadap kandidat selama kampanye sangat memengaruhi hasil pemilu. Oleh karena itu, muncul anggapan bahwa "menguasai media berarti menguasai publik." Sebelum teori ini diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw, Bernard Cohen menyatakan bahwa media lebih dari sekedar penyedia informasi; mereka membentuk apa yang dianggap penting oleh publik. Dunia dipersepsikan berbeda oleh individu berdasarkan "peta" yang diberikan oleh media massa (Baran & Davis, 2007).

Di Indonesia, teori agenda *setting* sering digunakan untuk mengukur popularitas calon presiden menjelang pemilu sejak 2014. Lembaga survei seperti Lingkaran Survei Indonesia (LSI) rutin merilis survei yang menunjukkan perubahan signifikan dalam popularitas kandidat selama kampanye, terutama terkait liputan media. Fenomena ini menguji hipotesis agenda *setting*, di mana media massa mengarahkan publik tentang "apa yang harus dipikirkan" melalui penonjolan isu (*priming*) dan pembingkai pesan (*framing*). Media mengangkat isu hingga menjadi nasional (Ritonga, E.Y, 2018).

METODOLOGI

Paradigma adalah sudut pandang untuk memahami dunia nyata. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma ini menyatakan bahwa realitas sosial adalah hasil konstruksi, bukan sesuatu yang alami. Fokusnya adalah memahami bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi. Penelitian ini berlandaskan paradigma konstruktivis dengan pendekatan deskripsi kualitatif, melihat fakta sebagai konstruksi yang diinterpretasikan (Eriyanto, 2011).

Penelitian *framing* sesuai dengan paradigma konstruktivistik karena menyoroti bagaimana realitas dibentuk melalui konstruksi sosial dan interpretasi individu atau kelompok. Konstruktivisme menekankan bahwa realitas bukan objektif, tetapi terbentuk melalui interaksi sosial dan interpretasi (Butsi, 2019). Riset *framing* fokus pada bagaimana pesan media disusun untuk mempengaruhi persepsi suatu isu, sesuai dengan konsep konstruktivisme yang menyatakan persepsi masalah tergantung pada penyajian informasi. Oleh karena itu, riset *framing* berada dalam paradigma konstruktivistik karena menekankan bahwa pemahaman realitas sosial terbentuk melalui interpretasi subjektif dan konstruksi sosial (Sobur, 2015).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus deskriptif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi mendetail tentang fenomena yang diamati, dengan tujuan mengidentifikasi masalah, membandingkan, mengevaluasi, dan mempelajari pengalaman orang lain dalam situasi serupa. Hal ini untuk membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan di masa depan (Rakhmat, 1985). Fokus penelitian adalah pemberitaan Ganjar Pranowo dalam pemilu 2024 oleh *Konde.co* dan *Magdalene.co*.

Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan analisis dokumen untuk mendapatkan informasi terkait isu yang sedang diteliti (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi dokumen dengan fokus pada berita tentang Ganjar Pranowo sebagai calon presiden Indonesia tahun 2024 yang dipublikasikan oleh media alternatif perempuan *Konde.co* dan *Magdalene.co*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Data dikumpulkan dari dua sumber: *primer* dan *sekunder*. Data *primer* berupa berita-berita terkait periode Agustus 2023 hingga Februari 2024, yang dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti terhadap relevansi dengan isu penelitian. Pemilihan berita dilakukan dengan pencarian kata kunci "capres Ganjar Pranowo" dan seleksi judul-judul berita yang relevan dengan isu politik yang sedang diteliti.

Data *sekunder* diperoleh dari sumber-sumber seperti *website*, jurnal penelitian terdahulu, dan buku-buku yang mendukung penelitian ini. Tahap seleksi berita dilakukan dalam dua tahap, pertama dengan pencarian kata kunci dan kedua dengan seleksi judul-judul berita yang relevan dengan latar belakang masalah penelitian.

Berita yang diambil dari kedua portal tersebut mencakup periode Agustus 2023 hingga Februari 2024. *Magdalene.co* menerbitkan 45 berita, sedangkan *Konde.co* menerbitkan 11 berita. Berita-berita ini dipilih berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan dan fokus penelitian. Hingga didapatkan 2 berita dari *Konde.co* dan 5 berita dari *Magdalene.co*.

Penelitian ini menggunakan model analisis *framing* oleh Zhongdang Pan & M. Gerald Kosicki. Model ini menyatakan bahwa setiap laporan berita memiliki kerangka kerja yang mengorganisir ide-ide. Analisis terhadap teks berita melibatkan pengamatan simbol-simbol yang diatur melalui perangkat simbolik, membentuk struktur teks berita. Hal ini menekankan bahwa teks berita dibentuk secara terstruktur, tidak muncul begitu (Eriyanto, 2011). Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menerjemahkan ke dalam empat aspek struktural dari teks sebagai alat *framing*, yaitu sintaksis, skrip, tema, dan retorika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masa kampanye, pemberitaan tentang Ganjar Pranowo di media *Konde.co* dan *Magdalene.co* lebih menyoroti latar belakang, pencapaian, dan profilnya sebagai Gubernur Jawa Tengah. Berita tersebut fokus pada keberhasilannya dalam memimpin

provinsi, kebijakan yang diambil, serta perannya dalam pemerintahan, sering kali dibandingkan dengan Jokowi. Nada pemberitaan bersifat netral dan informatif, memberikan informasi tentang profil dan kebijakan Ganjar tanpa banyak opini, serta berfokus pada data dan fakta tentang kinerja dan aktivitas politiknya.

Selama masa kampanye, pemberitaan di *Konde.co* dan *Magdalene.co* bergeser ke aktivitas kampanye, pernyataan politik, dan strategi Ganjar. Media perempuan ini lebih banyak menyoroti kegagalan Ganjar sebagai Gubernur Jawa Tengah, dengan nada berita yang bisa kritis atau mendukung tergantung pada konteks. Kritik terhadap langkah-langkah kampanye Ganjar mulai muncul, juga evaluasi terhadap janji-janjinya dan persaingannya dengan calon lainnya. Namun, *Konde.co* cenderung kurang memberikan sorotan signifikan pada Ganjar Pranowo selama kampanye, terbukti dengan hanya satu berita yang dimuat tentangnya.

Ketika kampanye dimulai, media seperti *Magdalene.co* ikut beralih perhatian untuk menyajikan informasi terkini tentang pemilu, termasuk isu-isu politik yang semakin kompleks seperti janji kampanye, debat, dan strategi politik. Mereka perlu menyajikan analisis yang lebih kritis dan beragam untuk tetap relevan dan membedakan diri dari media lainnya (media arus utama) (Atton, 2002).

Magdalene.co menekankan pentingnya isu-isu seputar kampanye politik Ganjar Pranowo, menetapkan bahwa topik ini layak dibahas secara mendalam. Dalam kerangka teori agenda *setting* oleh McCombs dan Shaw (1972), media memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi publik dengan menyoroti isu-isu tertentu, seperti yang dilakukan oleh *Magdalene.co* dengan fokus pada kampanye politik dan aktivitas Ganjar Pranowo.

Berdasarkan kesimpulan di atas, perubahan gaya pemberitaan *Konde.co* dan *Magdalene.co* tentang Ganjar Pranowo sebelum dan selama masa kampanye mencerminkan prinsip-prinsip teori agenda *setting*, di mana media tidak hanya melaporkan berita tetapi juga mengarahkan perhatian publik dan membentuk diskusi melalui pemilihan dan pembedaan isu-isu penting.

Secara keseluruhan, perubahan gaya pemberitaan di *Konde.co* dan *Magdalene.co* selama masa kampanye dipengaruhi oleh kebutuhan untuk tetap relevan dan responsif terhadap perubahan dinamika politik, permintaan informasi dari pembaca, serta misi editorial untuk menyediakan berita yang mendidik, kritis, dan memperjuangkan isu-isu kelompok marginal.

Keterkaitan antara *Agenda Setting* dan *Framing* pada berita Ganjar Pranowo sebagai calon presiden adalah bahwa media massa menggunakan keduanya untuk memengaruhi masyarakat. Dengan menentukan isu-isu yang paling penting (*Agenda Setting*), media massa juga dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memahami suatu isu dengan cara mengkonstruksi realitas (*Framing*).

Dalam kampanye Ganjar Pranowo, media massa dalam hal ini *Konde.co* dan *Magdalene.co* menggunakan agenda *setting* untuk menentukan isu-isu yang dianggap paling penting oleh masing-masing media, seperti visi dan program politik Ganjar Pranowo, dan menggunakan *Framing* untuk mengkonstruksi realitas dengan cara menonjolkan aspek-aspek yang mendukung Ganjar Pranowo sebagai calon presiden yang lebih baik atau tidak lebih baik.

Dengan demikian, *Agenda Setting* dan *Framing* pada kampanye Ganjar Pranowo berfungsi sebagai alat untuk memengaruhi masyarakat dan memainkan peran penting dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap calon presiden.

Perbedaan *framing* antara *Konde.co* dan *Magdalene.co* ditemui melalui empat struktur *framing*: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Meskipun kedua media ini adalah media alternatif perempuan, mereka memiliki perbedaan dalam mengkonstruksi realitas sosial menjadi realitas media yang terjadi pada Ganjar Pranowo.

Sintaksis *Konde.co* menggunakan kalimat formal dan mendetail, berfokus pada kronologi dan fakta penting tentang Ganjar, menyoroti peran dan kontribusinya dalam politik. Sebaliknya, *Magdalene.co* menggunakan bahasa santai dan kritis dengan narasi lebih longgar, mengaitkan berita dengan konteks sosial-budaya yang lebih luas serta memberikan analisis mendalam tentang kebijakan Ganjar.

Struktur Skrip, *Magdalene.co* menyajikan 5W+1H secara lengkap dan sesuai, sementara *Konde.co* belum lengkap. Struktur Tematik *Konde.co* fokus pada isu spesifik tentang kepemimpinan Ganjar dan dampaknya, seringkali menyoroti aspek positif. *Magdalene.co* membahas tema yang lebih kritis, menyajikan sisi positif dan negatif Ganjar serta implikasi kebijakannya.

Struktur Retorik, *Konde.co* menggunakan diksi netral dan informatif, menggambarkan Ganjar sebagai pemimpin potensial untuk perubahan positif. *Magdalene.co* menggunakan diksi emosional dan kritis, dengan kata-kata seperti "kontroversial" atau "inkonsistensi" untuk menyoroti perbedaan janji politik dan realitas.

Perbedaan ini mencerminkan kepentingan masing-masing media dalam memberitakan Ganjar Pranowo dan bagaimana mereka membingkai berita untuk mempengaruhi persepsi publik sesuai dengan agenda mereka. Media berperan dalam membentuk agenda publik mengenai Ganjar sebagai calon presiden, tidak hanya melaporkan berita tetapi juga memberikan penilaian yang mempengaruhi opini pembaca.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap berita Ganjar Pranowo di *Konde.co* dan *Magdalene.co* selama Agustus 2023 hingga Februari 2024, dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan M. Gerald Kosicki, disimpulkan kedua media tersebut menyajikan berita dengan konstruksi realitas yang hampir sama: mencerminkan kepentingan masing-masing media.

Kesimpulannya, media bukan hanya penyampai informasi tetapi juga pembentuk realitas sosial dan pengatur agenda publik, sehingga penting bagi pembaca untuk lebih kritis dalam mengonsumsi berita politik. Setiap media memiliki elemen yang berbeda, sehingga konstruksi yang dihasilkan oleh masing-masing media juga bervariasi. Hal ini juga dapat mencakup kepentingan internal masing-masing media tersebut (Marvianto & Toni, 2020).

Penelitian ini menggarisbawahi bahwa hasil analisis *framing* terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden di *Konde.co* dan *Magdalene.co* memiliki keterbatasan karena pemilihan berita dan rentang waktu penelitian yang terbatas. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, disarankan untuk melanjutkan penelitian dengan rentang waktu yang lebih luas atau menggunakan metode penelitian alternatif, seperti analisis wacana kritis. Metode ini, menurut Fairclough dan Wodak, mampu mengungkap praktik *bias* dalam teks dan hubungan kekuasaan yang tersembunyi (Silaswati, 2019).

Dalam menghadapi persaingan dengan media arus utama, *Magdalene.co* dan *Konde.co* dapat meningkatkan relevansi dan daya saing mereka dengan beberapa strategi.

Pertama, mereka dapat memperkuat liputan politik mereka dengan lebih banyak menyajikan berita *straight news* yang objektif dan informatif.

Berita yang jelas dan faktual akan membantu audiens memahami perkembangan politik tanpa perlu analisis yang rumit. *Kedua*, mereka bisa memanfaatkan keunikan sudut pandang mereka dengan tetap menyoroti isu-isu yang relevan bagi perempuan dalam politik, seperti kebijakan yang memengaruhi perempuan atau peran perempuan dalam politik. Dengan demikian, *Magdalene.co* dan *Konde.co* dapat menawarkan perspektif unik yang mungkin diabaikan oleh media arus utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Amheka, N. E. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Media Penyebaran Kabar Baik*. SohIB IndonesiaBaik.Id. <https://sohib.indonesiabaik.id/article/pemanfaatan-teknologi-digital-sebagai-media-penyebaran-kabar-baik-U0zNG>
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10, No 2, 195–212.
- Baran, S. J., & Davis, dennis K. (2007). *Teori dasar komunikasi massa: pergolakan dan masa depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan positivis, Konstruktivis dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48–45.
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1715–1718.
- Eriyanto. (2011a). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS Yogyakarta.
- Eriyanto. (2011b). *Analisis Framing Konstruksi, Ideology dan Politik Media*. LKis.
- Eriyanto. (2019). *Media dan Opini Publik: Bagaimana Media Menciptakan Isu (Agenda Setting), Melakukan Pembingkai (Framing), dan Mengarahkan Pandangan Publik (Priming)*. Depok: Rajawali Pers.
- Ghofur, A., Rachma, A., Lamongan, S. P., Sunan, J., & Kabupaten, K. (2019). *Pemanfaatan Media Digital Terhadap Indeks Minat Baca Masyarakat Kabupaten Lamongan Using Digital Media for the Reading Interest Index of the Lamongan District Community*. 4(2), 85–92. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v4i2.5524>
- Hasfi, N., & Wijayanto, W. (2021). The Practices of the Journalism Bias in the Mainstream Online Media in Covering the 2019 Presidential Election. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(1), 107–120. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v6i1.475>
- Lastamimi, A. R. (2022). Konstruksi Media Magdalene.Co Dan Konde.Co Tentang Perempuan Dalam Rubrik Opini Kartini. In *Https://Medium.Com/: Vol. (Issues 29-Jun-2022)*. repository.uinjkt.ac.id. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/61999/1/ADITA RORO LASTAMIMI-FDK-L.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/61999/1/ADITA_RORO_LASTAMIMI-FDK-L.pdf)
- Marvianto, E. T., & Toni, A. (2020). Framing Pemberitaan BangkaPos.com tentang Razia Tambang Timah Illegal di Propinsi Bangka-Belitung. *CARAKA : Indonesian Journal of Communications*, 1(1), 18–29. <https://doi.org/10.25008/caraka.v1i1.39>
- Maryani, E., & Adiprasetyo, J. (2017). Magdalene.co Sebagai Media Advokasi Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 111–124. <https://doi.org/10.24002/jik.v14i1.836>
- McComb, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *American Association for Public Opinion Research The Agenda-Setting Function of Mass Media Author (s): Maxwell E . McCombs and Donald L . Shaw Published by : Oxford University Press on behalf of the American*

- Association for Public Opinion Research Stabl. *Public Opinion Quaterly*, 36(2), 176–187. <https://www.jstor.org/stable/2747787>
- Primadhyta, S. (2021). *Survei Charta: Elektabilitas Ganjar-Sandi Tertinggi di Bursa Capres*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211221024917-32-736526/survei-charta-elektabilitas-ganjar-sandi-tertinggi-di-bursa-capres/amp>
- Putri, K. Y. S., Adamu, A. A., Mukhtar, S., Safitri, D., Hafni, R. D., & Nur, D. (2020). *The Impact of New Media Literacy and Supply Chain Knowledge Management on Community Economy in Indonesia*. 9(3), 562–567.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi, *Jurnal Simbiloka: Reseach and Learning in Communication Study*. 4(1), 32–41.
- Ritonga, R., Murwani, E., & Syafruddin, R. (2016). Gender Awareness of Maria Hartiningsih as Daily Kompas Reporter. *Jurnal Komunikasi*, 01(02), 58–63.
- Siahaan, H. M. (2001). *Pers yang gamang; Studi Pemberitaan Jajak Pendapatan Timor Timur*. Institut Studi Arus Informasi.
- Silaswati, M.Pd., D. D. (2019). Analisis Wacana Kritis Dalam Pengkajian Wacana. *Metamorfosis: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.55222/metamorfosis.v12i1.124>
- Sobur, A. (2015). *Analisi teks media. Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Sunarto, S., Yusriana, A., Pratiwi, M. R., & Safira, C. (2023). Critical Framing Analysis: Violence Against Women on Online Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.25008/jkiskiki.v8i1.798>