

**ANALISIS *FRAMING* MODEL ZHONDANG PAN DAN M. KOSICKI MENGENAI
PEMBERITAAN GANJAR PRANOWO YANG TAMPIL DALAM TAYANGAN AZAN
DI TV SWASTA: PADA MEDIA MASSA *ONLINE* INEWS.ID DAN
METROTVNEWS.COM (PERIODE 11-19 SEPTEMBER 2023)**

¹Isgiyanti Marfu'ah, ²Drs. Buddy Riyanto, M.Si, ³Sihabuddin, S.I,Kom., M.I.Ikom

S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta

isgimarfuah@gmail.com, buddy.riyanto@gmail.com, , sihabuddincakep@gmail.com

ABSTRAK

Fungsi dari media adalah bertujuan untuk memengaruhi (*to influence*). Salah satu contohnya adalah bagaimana media digunakan sebagai alat untuk melakukan kampanye politik dengan tujuan memberikan pengelolaan kesan. Seperti dalam tayangan azan menampilkan calon presiden Ganjar, pengamat pemilu berpendapat hal tersebut merupakan politisasi identitas. Seorang jurnalis tidak terlepas pada perspektif mereka kedalam analisis data-data yang mereka dapat dilapangan. Dengan adanya perbedaan perspektif wartawan dalam mengamati fakta, munculah istilah *framing*. iNews.id dan Metrotvnews.com memiliki pandangan yang berbeda tentang munculnya Ganjar pada tayangan azan di tv swasta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media iNews.id dan Metrotvnews.com melakukan *framing* pada kasus munculnya Ganjar pada tayangan azan. Dengan menggunakan teori analisis *framing* Zhondang Pan dan Kosicki untuk menentukan realitas yang dibuat dengan mengungkap elemen skrip, sintaksis, tematik, dan retorik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iNews.id dan Metrotvnews.com melakukan *framing* media dengan cara memilih headline, narasumber, kutipan sumber dan penempatan gambar yang dijadikan alat untuk melakukan *framing* pemberitaan kedua media. dengan cara memilih headline, narasumber, kutipan sumber dan penempatan gambar yang dijadikan alat untuk melakukan *framing* pemberitaan kedua media. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan media iNews.id membuat framing persetujuan/keberpihakan terhadap Ganjar sedangkan media Metrotvnews.com memframing Ganjar dengan ketidaksetujuan/kontra.

Kata Kunci: Analisis Framing, iNews.id, Metrotvnews.com, Ganjar Pranowo, Tayangan Azan

ABSTRACT

The function of the media is to influence. One example is how the media is used as a tool to conduct political campaigns with the aim of providing impression management. As in the azan broadcast featuring presidential candidate Ganjar, election observers argue that this is identity politicization. A journalist is inseparable from their perspective in analyzing the data they get in the field. With the different perspectives of journalists in observing facts, the term framing emerged. iNews.id and Metrotvnews.com have different views on the appearance of Ganjar in the azan broadcast on private TV. The purpose of this research is to find out how iNews.id and Metrotvnews.com media framed the case of Ganjar's appearance on the azan broadcast. Using Zhondang Pan and Kosicki's framing analysis theory to determine the reality created by revealing script, syntax, thematic, and rhetorical elements. The results showed that iNews.id and Metrotvnews.com carried out media framing by selecting headlines, sources, source quotes and image placement which were used as tools to frame the news of the two media. by selecting headlines, sources, source quotes and image placement which were used as tools to frame the news of the two media. From the results of this research, it can be concluded that iNews.id media made a pro framing of Ganjar while Metrotvnews.com media framed Ganjar with disapproval/contra.

Keywords: *Framing Analysis, iNews.id, Metrotvnews.com, Ganjar Pranowo, Azan Impressions*

PENDAHULUAN

Media massa tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan, karena media massa telah menjadi bagian dari kehidupan semua orang. Dalam era modern dan canggih saat ini berita dapat diakses dengan cepat melalui media online. Media online memiliki keunggulan pada sistem pemberian informasi akses melalui konten, feed back atau timbal balik oleh pengguna yang saling aktif, partisipasi kreatif, proses pembentukan komunitas konten media, dan aspek generasi saat ini yang biasa disebut sebagai generasi yang

memahami media dan pandai dalam menggunakan media massa. (Syamsul, 2018)

Hal tersebut berdasarkan laporan Reuters Institute, ada ada 89% responden di negara kita Indonesia telah mengakses berita melalui media online pada 2021. Media daring (online) sebagai sumber berita yang paling terkenal bagi kalangan masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan Reuters Institute, ada 89% responden di Indonesia

yang sudah mengakses berita melalui media online pada 2021. (Annur, 2023).

Namun media massa akan memuat dan menyiarkan konten yang mengandung prinsip jurnalistik. Media harus objektif, tidak dipengaruhi oleh subjektivitas, dan fungsi dari media adalah bertujuan untuk memengaruhi (to influence). Media berfungsi sebagai perantara antara peristiwa dan khalayak, mereka menciptakan kekuatan sebagai penerjemah untuk menciptakan kenyataan kedua yang jelas tidak mungkin dengan kenyataan pertama. Karena peranannya, media telah menjadi kekuatan yang sangat besar sehingga dapat memengaruhi perilaku masyarakat secara drastis. Salah satu contohnya adalah bagaimana media digunakan sebagai alat untuk melakukan kampanye politik dengan tujuan memberikan pengelolaan kesan, yang berarti bahwa penggunaan media akan menguntungkan pihak tertentu.

Calon Presiden (Capres) RI Ganjar Pranowo sempat menjadi sorotan public, setelah dirinya muncul pada tayangan azan di salah satu stasiun TV swasta. Tayangan azan magrib di televisi MNC Group, yang dimiliki oleh Ketua Umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo. Ganjar tengah berwudhu kemudian salat berjamaah di

sebuah masjid dengan mengenakan baju koko putih, peci hitam dan sarung. Pengamat pemilu, Kaka Sumita berpendapat tampilan video itu sudah termasuk politisasi identitas karena Ganjar menonjolkan agama atau keyakinannya yang patut diduga hendak memengaruhi pilihan masyarakat. Pemunculan Ganjar sebagai 'model' di tayangan azan magrib itu dianggap sebagai iklan terselubung oleh khalayak dan ada beberapa orang menganggapnya sebagai bentuk politik identitas, menggunakan azan untuk kepentingan politik.

Kaita Ampera, seorang politisi PDI Perjuangan, menyatakan bahwa tayangan itu ditujukan untuk umum. Kemunculan Ganjar di acara itu juga jelas merupakan iklan. Ade Armando, pengamat komunikasi Ade Armando, berpendapat bahwa tayangan azan yang ditujukan untuk iklan merupakan hal ilegal. Pada 19 September 2023 Ganjar Pranowo memberikan klarifikasi tentang keterlibatannya dalam acara azan di salah satu TV swasta dan menolak tuduhan bahwa dia melakukan politik identitas melalui keterlibatannya dalam acara azan tersebut.

Pemberitaan politik selalu menarik perhatian khalayak karena memiliki nilai berita yang tinggi, terutama apabila mengandung berita kontroversial. Berbagai

sumber media online menawarkan berbagai perspektif tentang berita, dan adalah perbedaan perspektif wartawan dalam mengamati fakta. Framing merupakan metode yang digunakan untuk memahami mekanisme alur media dalam melihat suatu peristiwa yang dapat menularkan hasil akhir dari pengkonstruksian realitas.

Terdapat dua media yang memberitakan munculnya Ganjar dalam tayangan azan dengan perspektif yang berbeda. iNews.id memberikan berita dengan narasi persetujuan dengan Ganjar, sedangkan pada Metrotvnews.com membuat berita dengan menampilkan opini kontra/tidak setuju dengan tampilnya Ganjar dalam tayangan azan. Pemilihan dua media tersebut juga dilatarbelakangi oleh kedua CEO dari media tersebut dimana CEO iNews.id Harry Tanoe merupakan Ketua Umum Partai Perindo pengusung Ganjar pada pilpres 2024. Surya Paloh pemilik media Metrotvnews.com yang juga merupakan Ketua Umum Partai Nasdem dimana pada pilpres 2024 mendukung penuh Anies Baswedan yang merupakan rival Ganjar.

Dengan demikian iNews.id dan Metrotvnews.com akan memiliki pemberitaan yang berbeda tentang

munculnya Ganjar pada tayangan azan di tv swasta. Oleh karena itu, penelitian diperlukan untuk menentukan kecenderungan pemberitaan masing-masing media. Dalam kecondongan pemberitaan suatu media, pembingkaihan, atau *framing*, dapat memberikan makna. Metode pembingkaihan Zhongdang Pan dan M. Kosicki digunakan untuk menentukan realitas yang ada dengan mengungkap elemen skrip, sintaksis, tematik, dan retorik dari unit yang akan dianalisis.

KAJIAN TEORI

1. Berita

Secara sederhana, berita adalah cerita atau keterangan tentang peristiwa atau kejadian penting. Berita biasanya berupa pernyataan yang disiarkan melalui media massa, dan didefinisikan sebagai informasi yang pantas atau layak untuk disajikan kepada publik. Berita yang pantas adalah informasi yang faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik. (Suryawati, 2014)

2. Kontruksi Media Atas Realitas

Bagaimana media mengkonstruksi berita adalah bagian penting dari pemahaman kita tentang media. Konstruksi media adalah proses melalui

mana media mengubah bagaimana berita disampaikan kepada khalayak sesuai dengan harapan mereka. Peter L. Berger dan Thomas Luckman membangun konsep konstruksionisme dalam tesisnya, konstruksi sosial atas realitas bahwa publik adalah produk yang plural, dialektis, dan dinamis.

Menurut Berger, realitas sosial adalah suatu pengetahuan yang tumbuh dan berkembang dari konstruksi sosial, seperti konsep, kesadaran umum, dan wacana publik. Kontruksi sosial yang dibuat oleh individu dikenal sebagai realitas sosial. Hubungan antara individu dan orang lain dapat dilakukan secara bebas. Orang mengontruksi realitas sosial melalui media massa dengan cara yang berbeda-beda. Berdasarkan prosesnya, manusia berinteraksi dengan lingkungannya dari bayi sampai dewasa. mencakup dunia fisik dandunia manusia dalam proses pembuatan realitas berita dalam media daring atau cetak. (Eriyanto, 2015)

3. Ideologi Media

Raymond William mendefinisikan ideologi menjadi tiga jenis: (1) ideologi adalah sistem kepercayaan yang dipegang oleh kelompok tertentu; (2) ideologi adalah

seperangkat kategori palsu dimana kelompok yang menguasai memakainya untuk mendominasi kelompok lain; dan (3) ideologi adalah proses umum untuk menemukan makna dan ide. (Eriyanto, 2018)

Shoemaker dan Reese (2014) berpendapat bahwa “ideologi adalah bagian yang dapat memengaruhi isi media. Ideologi adalah salah satu mekanisme simbolik yang berfungsi sebagai kekuatan yang mengikat dalam public”. Peningkatan ideologi menunjukkan betapa pentingnya organisasi dan kebiasaan media itu.

4. Analisis *Framing*

Salah satu metode analisis yang berbeda dengan metode lain adalah analisis *framing*, yang mencakup konstruksi dan tatanan informasi serta masalah dan peristiwa. Konstruksi realitas sosial adalah penyebaran informasi yang cepat, luas, dan merata. Oleh karena itu, membentuk opini publik atau massa yang seringkali apriopri dan sinis dalam menanggapi peristiwa yang ditayangkan atau dibuat oleh media (Bahja Bastulbar, 2021).

Struktur besar *framing* model Pan dan Kosicki (Eriyanto, 2015):

a. Sintaksis

Menurut definisi umum kebahasaan, sintaksis adalah susunan kata atau frasa dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis adalah istilah yang mengacu pada bagaimana berita disusun. *Headline*, *lead*, latar informasi, sumber, dan penutup adalah komponen utama dari teks berita. Partai-partai ini disusun secara teratur dan konsisten, membentuk skema yang berfungsi sebagai pedoman untuk penyusunan fakta. Sintaksis yang paling umum adalah piramida terbalik. Secara keseluruhan, sintesis menunjukkan cara wartawan memahami peristiwa dan ke mana berita akan disampaikan.

b. Skrip

Struktur ini berkaitan dengan cara reporter menyampaikan fakta dalam berita. Berita sering kali disusun ke dalam bentuk cerita. Ini disebabkan oleh dua hal. Yang pertama mengenai laporan berita sering mencoba menunjukkan bahwa peristiwa yang ditulis sebagai kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. Kedua, berita biasanya berusaha mengaitkan teks yang ditulis dengan lingkungan pembaca. Struktur skrip ini biasanya terdiri dari

5W+1H (who, what, when, where, why, dan how). Ada kemungkinan bahwa elemen kelengkapan berita ini akan menjadi penanda yang signifikan. Skrip menunjukkan mana yang diutamakan dan mana yang disembunyikan.

c. Tematik

Menurut Pan dan Kosicki, berita mirip dengan pengujian hipotesis: peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan digunakan untuk memberikan dukungan logis bagi hipotesis yang dibuat. Pengujian hipotesis ini dapat disamakan dengan struktur tematik berita, yaitu cara fakta ditulis dan disusun dalam teks untuk mendukung tema yang dipilih wartawan. Struktur tematik berkaitan dengan bagaimana wartawan menyampaikan pendapat mereka tentang peristiwa dalam bentuk detail, koherensi, bentuk kalimat dan kata ganti yang ada di antara kalimat yang membentuk teks keseluruhan.

d. Retoris

Struktur retoris wacana berita menerangkan tentang kata-kata atau gaya yang digunakan wartawan dalam menekankan atau

menonjolkan makna, membuat gambar, meningkatkan pemahaman yang diinginkan mengenai suatu berita, dan mendukung kepercayaan bahwa berita itu dipercayai benar. Struktu ini dapat dilihat dengan melalui leksikon dan grafis yang digunakan dalam berita.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan memakai metode kualitatif. Dengan demikian jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang memiliki untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab masalah dengan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin. seseorang, kelompok, peristiwa, atau hal lainnya. Objek yang diteliti adalah berita/artiket-artikel yang memuat tentang munculnya Ganjar Pranowo dalam tayangan azan ditv swasta pada media massa online iNews.id dan Metrotvnews.com pada periode 11-19 September 2023.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ada dokumentasi. Dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti mempelajari dokumen yang sudah ada untuk digunakan dalam penelitian dan

mengumpulkan dan menambah data yang diperlukan.

Proses yang dapat diidentifikasi untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengunduh artikel – artikel berita mengenai membahas tentang Ganjar Pranowo yang tampil dalam tayangan azan di televisi swasta di media online iNews.id dan Metrotvnews.com
2. Menyusun artikel berita yang akan dianalisis secara kronologis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang dikumpulkan kemudian dilakukan analisis *framing* sesuai dengan teori *framing* Zhondang Pan dan Kosicki.

Framing Pemberitaan iNews.id

Dari ke empat berita yang dianalisis menghasilkan data sebagai berikut:



Waketum MUI Anwar Abbas (foto: MPI)

Sumber: <https://www.inews.id/>

Pada berita pertama ini iNews.id memfokuskan pendapat dari MUI bahwa apa kontroversi yang dilakukan Ganjar bukan merupakan masalah. MUI juga mengungkapkan jika bacapres selain Ganjar juga boleh untuk mengikuti jalan yang digunakan Ganjar. Dalam berita ini hal tersebut dibingkai dengan dijadikan suatu hal yang memperlihatkan dukungan dari MUI kepada Ganjar.



Bacapres Ganjar Pranowo. (IST)

Sumber: <https://www.inews.id/>

Dalam berita kedua iNews.id menonjolkan lagi sikap pro terhadap Ganjar dengan pemilihan headline dan narasumber. Dimana dalam headline dituliskan opini dari Asosiasi Komunikolog yang seperti dipihak Ganjar dengan menyatakan bahwa Ganjar tidak melanggar aturan dengan tampilnya dalam tayangan azan di tv swasta.



Ketua Bappilu DPP PPP Sandiaga Uno. (istimewa).

Sumber: <https://www.inews.id/>

Dalam berita ini media iNews.id menyoroti tanggapan Sandiaga Uno tentang munculnya Ganjar dalam tayangan azan. Yang dimana narasumber yang dipilih dalam berita ini merupakan tokoh-tokoh pro dengan Ganjar. Sandiaga Uno yang mendukung aksi Ganjar dengan mengatakan bahwa hal tersebut merupakan hal yang baik karena mengingatkan orang untuk salat. Tidak memperhatikan adanya politik identitas karena terdapat identitas umat islam yakni azan, wudhu dan sholat.



Sumber: <https://www.inews.id/>

Pada berita ini iNews.id menampilkan lagi narasumber yang dinilai menguatkan persepsi atau opini media bahwa aksi ganjar bukan tindakan yang melanggar aturan. Dengan kalimat “Tak langgar aturan” pada judul “KPI Tegaskan Tayangan Azan yang menampilkan Ganjar Pranowo Tak Langgar Aturan”

Adapun tujuan iNews.id supaya pembaca memiliki opini yang sama dengan media bahwa peristiwa tersebut tidak terdapat pelanggaran penayangan walaupun menggunakan tempat ibadah sebagai sarana politik. Selain masa itu belum memasuki masa pemilu sehingga yang melakukan hal tersebut tidak dapat dihukum sebagai tindakan melanggar. Secara tidak langsung media menonjolkan pihak yang setuju

dengan pernyataan keputusan KPI sehingga khalayak memiliki pendapat yang sama.

Framing Pemberitaan Metrotvnews.com

Dari ke empat berita yang dianalisis menghasilkan data sebagai berikut:



Sumber: <https://www.metrotvnews.com/>

Pada berita pertama ini Metrotvnews.com menggiring opini kearah penolakan terhadap sikap KPI dan Bawaslu yang kurang tegas dalam menanggapi munculnya Ganjar dalam tayangan azan yang mengandung motif politik. Dapat dimaknai bahwa media ingin membuat *framing* bahwa tindakan Ganjar bukan merupakan hal yang baik. menyajikan berita yang menyoroti Ketua PMII yang mendesak tv yang

menyiarkan tayangan azan dimana Ganjar menjadi modelnya. Metrotvnews.com membingkainya menjadi sesuatu yang dapat menimbulkan kontra terhadap Ganjar karena aksinya dianggap melanggar aturan penyiaran dan pemilu.



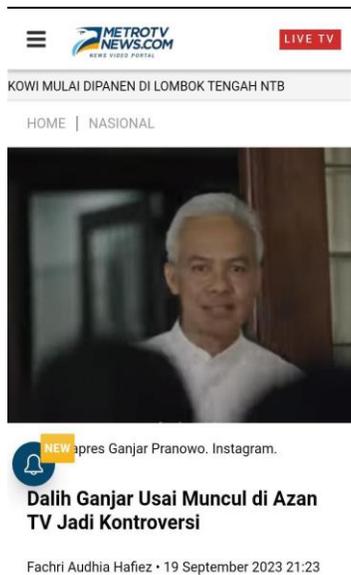
Sumber: <https://www.metrotvnews.com/>

Pada berita ini Metrotvnews.com memfokuskan sindiran PKB terhadap Ganjae. Maksud dari sindiran halus tersebut adalah dimana Ganjar dianjurkan menjadi imam sholat karena dalam tayangan azan Ganjar hanya menjadi makmum bukan menjadi imam. Dan saat sholat kata “AMIN” diucapkan setelah imam membacakan surat Al- Fatihah. Dan kata AMIN merupakan akronim dari capres yang diusung partai PKB yakni Anies Baswedan dan Cak Imin.



Sumber: <https://www.metrotvnews.com/>

Pada berita ketiga ini media Metrotvnews.com seakan ingin menunjukkan jika banyak tokoh yang kontra dengan tampilnya Ganjar dalam tayangan azan. Hal tersebut lebih ditekankan dengan menyebutkan Ade Armando yang kecewaannya dengan keputusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) karena tak ada pelanggaran dalam tayangan azan magrib di salah satu stasiun televisi (TV) yang menampilkan bakal calon presiden (bacapres) Ganjar Pranowo. KPI dinilai lemah.



Sumber: <https://www.metrotvnews.com/>

Berita terakhir ini memfokuskan bagaimana tanggapan Ganjar terhadap pemberitaan mengenai dirinya yang dinilai hanya sebagai dalih saja. Kemudian kalimat “mengundang kontroversi karena menyiratkan politik identitas” pada judul berita “Dalih Ganjar Usai Muncul di Azan TV Jadi Kontroversi” memaknai apa yang dikatakan Ganjar hanya sebuah pembelaan yang sebenarnya dirinya mengetahui hal tersebut membuat heboh publik.

Metrotvnews.com membuat *framing* dengan menampilkan hal-hal yang berbau kontra untuk membuat khalayak memiliki perspektif atau cara pandang yang sama dengan media bahwa peristiwa tersebut terdapat unsur praktik politik dan penggunaan unsur identitas suatu golongan dengan sarana

ibadah sebagai sarana politik. Hal tersebut bertujuan untuk menggiring opini khalayak agar melihat celah dari Ganjar.

KESIMPULAN

Pokok permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah dua media online yaitu iNews.id dan Metrotvnews.com dalam membingkai dan menafsirkan pemberitaan mengenai Ganjar yang tampil sebagai model dalam siaran azan pada tv swasta. Dari perbandingan kedua media tersebut setelah dianalisis menggunakan analisis Framing Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki didapatkan perbedaan dalam cara penyampaian peristiwa ke dalam beritanya. Kontruksi media iNews.id dan Metrotvnews.com mengenai pemberitaan “Munculnya Ganjar Dalam Tayangan Azan di TV Swasta (periode 11-19 September 2023)” adalah sebagai berikut;

1. Pemberitaan dari kedua media iNews.id dan Metrotvnews.com dilakukan dengan cara memilih headline, narasumber, kutipan sumber dan penempatan gambar yang dijadikan alat untuk melakukan framing pemberitaan kedua media.
2. Dalam proses pembingkai berita Media iNews.id dan Metrotvnews.com mengutip

beberapa tanggapan dari narasumber yang berbeda. iNews.id menampilkan narasumber yang sejalan/setuju dengan Ganjar seperti Sandiaga Uno dari PPP, KPI, MUI, Asosiasi Komunikolog. Sehingga pembingkaiian berita iNews.id tidak berimbang karena hanya mencantumkan beberapa narasumber yang pro terhadap isu ganjar, seharusnya iNews.id juga menampilkan narasumber diluar itu seperti pihak yang tidak setuju dengan munculnya Ganjar dalam tayangan azan. Sedangkan pihak Metrotvnews.com hanya menampilkan narasumber yang mengkritik aksi Ganjar seperti Ade Armando dari PSI, Ketua PPMI, dan PKB.

3. Tujuan pembentukan framing atas realitas media yang dilakukan oleh Media iNews.id dan Metrotvnews.com adalah sebagai sebuah usaha untuk menafsirkan kepada khalayak sesuai dengan persepsi/opini yang dianut oleh kedua media tersebut.
4. Pembingkaiian yang dilakukan oleh Media iNews.id dan Metrotvnews.com terlihat sangat

subjektif dilihat dari pemilihan narasumber, penekanan fakta dan kutipan yang dimuat. Media iNews.id menekankan keberpihakan terhadap Ganjar sedangkan Media Metrotvnews.com lebih memperlihatkan ketidaksetujuan pada Ganjar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Asep Syamsul M. Romli. 2018. Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online Cet 4, Bandung. Penerbit Nuansa Cendekia, Hal.35.
- Eliya. 2019. *Framing*, Jurus Slick Menjebak Pembaca. Bitread Digital Publishing
- Eriyanto. 2015. Analisis *Framing*: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta: LKiS
- Eriyanto. 2015. Analisis Isi. Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta. Prenada Media Group
- Eriyanto. 2018. Media dan Opini Publik. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Febriana, Kharisma Ayu. 2022. Pengantar Jurnalistik (Panduan Awal Menulis Berita dan Jurnalistik). Solok: Penerbit Mitra Cendekia Media
- J. Moleong, Lexy 2014. Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Qorib, dkk. 2019. Pengantar Jurnalistik. Indonesia: Guepedia
- Shoemaker, Pamela and Reese, Stephen. 2014. *Mediating the Message in the 21st Century*, 3rd edn, New York, NY: Routledge.
- Simarmata, S. 2014. Media dan Politik, Sikap Pers terhadap Pemerintah Koalisi di Indonesia (S. Simarmata (ed.)). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sobur, A. 2018. Analisis Teks Media. In Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis *Framing* (hal. 199). PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2017. Metode Penelitian Pendidikan, Cet.12. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumadiria, Haris. 2016. Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suryana, Y. 2015. Metode penelitian. Bandung, CV Pustaka Setia.
- Suryawati, Indah. 2014. Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik. Bogor: Ghalia Indonesia. Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Peter L. Berger dan Thomas Luckman / Burhan Bungin
- Tabroni, R. 2012. Komunikasi Politik Pada Era Multimedia. Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Jurnal :**
- Adhitama, A. P. 2016. Analisis *Framing* Pembentukan Citra Soemarmo Hadi Saputro Menjelang Pemilihan Walikota Semarang tahun 2015 di Media Harian Rakyat Jateng. *Jurnal the Messenger*, 8(1), 27-36.
- Ananda, M. F. S., Sumartias, S., & Nugraha, A. R. 2019. Analisis *Framing* Pemberitaan Korupsi Massal di Media Online Detik.com. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 253.
- Bahja Bastulbar, H. S. 2021. Analisis *Framing* Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Golkar Siap Tampung Ganjar Pranowo Di Tahun 2024 Pada Media. Analisis *Framing* Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Golkar Siap Tampung Ganjar Pranowo Di Tahun 2024 Pada Media, 5(November), 9912–9917.
- Hamid, S. A. 2016. Pengaruh Media Massa Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat. *E-BANGI*, 11, 214–226.
- Puji, S. 2021. The Construction of the Reality of Coverage Media Television about the Islamic Defenders.
- Ramadhani, D. F. A., Wahyu, D., & UPN‘Veteran’Yogyakarta, F. I. S. I. P. 2022. *Framing* Media Online Liputan6. Com Terhadap Pemberitaan Capres Muhaimin Iskandar Pada Pilpres 2024. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume XII No.*
- Santoso, P. 2016. Konstruksi Sosial Media Massa. 1(1), 30 48. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/balagh/article/view/505>
- Santoso, P. 2021. *Framing* Model of FPI News on MetroTV. *Randwick International of Social Science*

Journal, 2(3), 275–290.
<https://doi.org/10.47175/rissj.v2i3.246>

Tabroni, R. 2012. Etika KOMunikasi Politik Dalam Ruang Media Massa. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 10. Hal 2

Tarigan, K. R., & Atnan, N. (2019). Analisis Berita Sandiaga Uno Pada Deklarasi Kemenangan Pilpres 2019 (Analisis Framing Pan Dan Kosicki Pada Media Online Viva. Co. Id Dan Republika. Co. Id. *eProceedings of Management*, 6(3).

Weeks, B. E., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. 2017. Online influence Social media use, opinion leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), 214–239.

Website :

Adhitiawarman Danica. (2024 Januari 18). Survei IPE: Elektabilitas Ganjar Teratas Naik Ungguli Prabowo & Anies From Detik.com.
<https://news.detik.com/pemilu/d-7148983/survei-ipe-elektabilitas-ganjar-teratas-naik-ungguli-prabowo-anies>

Annur, C. M. (2023, June 16). Meski trennya turun, media online tetap jadi sumber berita utama masyarakat Indonesia. *Katadata*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/meski-trennya-turun-media-online-tetap-jadi-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>

Asril, S. (2023, September 19). Soal Kemunculannya di Azan Maghrib, Ganjar Mengaku Tak Lakukan Politik Identitas. *KOMPAS.com*.
<https://nasional.kompas.com/read/2023/09/19/22283271/soal->

[kemunculannya-di-azan-maghrib-ganjar-mengaku-tak-lakukan-politik](#)

BBC News Indonesia. (2023, September 10). *Ganjar muncul di video azan televisi picu polemik - Apa dan mengapa kampanye politik identitas digunakan?*
<https://www.bbc.com/indonesia/articiles/2023/09/230910-ganjar-azan-televisi-polemik>

Figri, A. A. (2023, September 11). Ganjar Tampil dalam Tayangan Azan, Asosiasi Komunikolog: Tak Ada Aturan yang Dilanggar. *iNews.ID*.
<https://www.inews.id/news/nasional/ganjar-tampil-dalam-tayangan-azan-asosiasi-komunikolog-tak-ada-aturan-yang-dilanggar/2>

Rivana Giffar. (2023, November 28). Hary Tanoe Resmikan Deklarasi Relawan MNC Group Pendukung Ganjar-Mahfud From MNC Portal.
<https://nasional.okezone.com/read/2023/11/28/337/2928920/hary-tanoe-resmikan-deklarasi-relawan-mnc-group-pendukung-ganjar-mahfud>

Royyan Tazkia Hikmatiar. (2023, 21 November). Surya Paloh Jadi Ketua Dewan Pembina Timnas AMIN, Anggotanya Petinggi PKB dan PKS From *jawapos.com*.
<https://www.jawapos.com/politik/013310635/surya-paloh-jadi-ketua-dewan-pembina-timnas-amin-anggotanya-petinggi-pkb-dan-pks>

Sari, L. D. (2023, September 13). Sakralitas Azan - *medcom.id*. *medcom.id*.
<https://www.medcom.id/pilar/kolom/9K5D8IRk-sakralitas-azan>

Syafnidawaty. (2020, November 14). *ANALISIS*. UR.
<https://raharja.ac.id/2020/11/14/analisis>

Widodo Bagiarto. *Muncul di Tayangan Azan Televisi, Saiful Anam: Publik Tidak Lagi Respek dengan Ganjar*. (2023, September 10). Rmol.id. <https://rmol.id/politik/read/2023/09/10/588475/muncul-di-tayangan-azan-televisi-saiful-anam-publik-tidak-lagi-respek-dengan-ganjar>

Yona Siti. (2023, September 14). Ganjar Muncul di Azan TV Tak Langgar Aturan, Ade Armando: KPI Tidak Berintegritas. <https://www.metrotvnews.com>. <https://www.metrotvnews.com/read/k8oCLyw0-ganjar-muncul-di-azan-tv-tak-langgar-aturan-ade-armando-kpi-tidak-berintegritas>

