



ECHOES OF ALLEGIANCE: ANALISIS FRAMING BERITA KEBERPIHAKAN JOKOWI OLEH TEMPO DAN VIVA GROUP

Marlene¹, Gerson Ralph Manuel Kho²

^{1,2} Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

¹marleneleenn39@gmail.com

Abstract

In 2024, Indonesia held a democratic election to determine the next president for the upcoming five years. One factor influencing public choice was the political endorsement of President Joko Widodo. Jokowi often became a reference point for voters through his statements and actions, which hinted at his political alignment. This phenomenon attracted significant attention from the mass media, which ideally should provide balanced and impartial information. However, media outlets frequently construct their own realities to shape public opinion. This study examines the issue of President Jokowi's political endorsement, which sparked public unrest and social movements. The research aims to analyze news framing by Tempo and VIVA Group regarding this issue in the context of the 2024 election. Using a qualitative approach with the framing analysis model of William A. Gamson and Andre Modigliani, this study compares how both media outlets framed the issue. The findings reveal distinct differences in news construction between Tempo and VIVA Group. Both outlets framed Jokowi's political endorsement in opposing ways, generating contrasting perceptions of the same event. This underscores the pivotal role of media in shaping public perspectives through news framing.

Keywords: 2024 election, framing, online media, partiality, President Jokowi

Abstrak

Pada tahun 2024, Indonesia menggelar pesta demokrasi untuk menentukan siapa yang akan menduduki kursi RI 1 lima tahun ke depan. Salah satu faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat adalah arah dukungan Presiden Joko Widodo. Jokowi sering menjadi acuan masyarakat melalui pernyataan dan tindakannya yang mencerminkan arah dukungan politiknya. Fenomena ini menarik perhatian media massa, yang seharusnya berperan menyampaikan informasi secara berimbang. Namun sayangnya, media kerap membangun realitasnya sendiri untuk menggiring opini publik. Isu keberpihakan Presiden Jokowi dipilih dalam penelitian ini karena memicu gejolak publik dan gerakan sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis *framing* berita oleh Tempo dan VIVA Group terkait isu keberpihakan Presiden Jokowi dalam Pemilu 2024. Pendekatan kualitatif digunakan dengan analisis *framing* model William A. Gamson dan Andre Modigliani untuk membandingkan pembedaan kedua media. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan konstruksi berita antara Tempo dan VIVA Group. Tempo dan VIVA Group membingkai isu keberpihakan Jokowi dengan cara yang berlawanan, menciptakan persepsi berbeda terhadap peristiwa yang sama. Hal ini menggarisbawahi peran media dalam memengaruhi pandangan publik melalui *framing* berita.

Kata kunci: *framing*, keberpihakan, media daring, Pemilu 2024, Presiden Jokowi

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum atau yang biasa akrab disebut pemilu adalah peristiwa ketika rakyat

terlibat secara langsung dalam memilih pemimpin mereka yang kemudian akan memegang kendali pemerintahan serta

memutuskan hal-hal yang juga berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas (Falah, 2023). Menurut Falah (2023), pemilu menjadi penting karena merupakan salah satu pilar utama dalam sebuah negara demokrasi. Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, pemilu adalah wujud pelaksanaan demokrasi dan kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, serta Presiden dan Wakil Presiden yang dilaksanakan berdasarkan asas pemilu yaitu langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Meliala (2020) menyatakan bahwa dengan diberlakukannya sistem pemilihan umum secara langsung oleh rakyat, para kontestan pemilu tentunya berhadapan dengan kenyataan bahwa masyarakat yang berperan sebagai pendukung merupakan kunci keberhasilan dari kandidat pemilu untuk dapat memenangkan persaingan dalam pesta demokrasi.

Pada tahun 2024 tepatnya pada 14 Februari, dilaksanakan pemilihan umum secara serentak di Indonesia yang salah satunya adalah untuk memilih presiden dan wakil presiden. Menurut Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1, Pemilihan Umum Presiden dan Wakil

Presiden yang disebut Pemilu Presiden dan Wakil Presiden adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024, terdapat 3 kandidat pasangan calon yang telah mendaftar dan ditetapkan Komisi Pemilihan Umum (KPU), yaitu Anies Rasyid Baswedan – Muhaimin Iskandar dengan nomor urut 1, Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dengan nomor urut 2, serta Ganjar Pranowo – Mahfud MD dengan nomor urut 3.

Dalam menentukan pasangan calon mana yang akan dipilih, Meliala (2020) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat menentukan, seperti program atau kebijakan yang ditawarkan, citra sosial, perasaan emosional, citra kandidat, dan beberapa faktor lainnya. Pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2024, Ayuningtyas pada laman GoodStats.id (2024) menyatakan bahwa secara langsung maupun tidak langsung, Presiden Republik Indonesia yang menjabat saat ini, Joko Widodo atau yang akrab disebut Jokowi menjadi salah satu tolak ukur masyarakat dalam memilih kandidat calon presiden dan wakil presiden di Pemilu 2024. Hal ini dapat terjadi berkaitan dengan tingkat kepuasan masyarakat yang tinggi terhadap kinerja

Presiden Jokowi (Ayuningtyas, 2024). Ayuningtyas (2024) juga memaparkan bahwa berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada Januari 2024, kepuasan masyarakat terhadap kinerja Presiden Jokowi mencapai 83 persen. Lembaga survei lainnya juga menunjukkan hasil yang selaras, seperti survei yang dilakukan Indikator Politik Indonesia yang menunjukkan tingkat kepuasan masyarakat mencapai 79,5 persen dan survei yang dilakukan Poltracking Indonesia menunjukkan angka 77,6 persen (Ayuningtyas, 2024).

Selain itu, hasil survei Poltracking Indonesia yang dipaparkan GoodStats.id juga menampilkan bagaimana kekuatan Presiden Jokowi dalam mempengaruhi pilihan masyarakat pada Pemilu 2024 (Ayuningtyas, 2024). Data tersebut juga memperlihatkan bahwa masyarakat sebagai calon pemilih sebagian besar mempertimbangkan arah dukungan Presiden Jokowi terhadap calon presiden dan calon wakil presiden pada Pemilu 2024 (Ayuningtyas, 2024). Pengaruh yang diberikan oleh Presiden Jokowi terhadap keputusan memilih masyarakat pada Pemilu 2024 erat kaitannya dengan istilah Jokowi *Effect* atau Efek Jokowi. Jokowi *effect* merupakan sebuah istilah yang dibuat oleh media pada dua pemilu terakhir untuk menggambarkan bagaimana popularitas Jokowi bisa memberikan pengaruh dalam

dunia politik dan ekonomi di Indonesia (Franedya, 2024).

Dari data popularitas ketiga pasangan calon presiden dan wakil presiden di Jawa Tengah, terlihat bahwa popularitas pasangan Prabowo – Gibran melonjak pada bulan Oktober 2023 sejak Prabowo mengumumkan Gibran Rakabuming Raka sebagai pasangan calon wakil presiden secara umum yang diasumsikan sebagai tanda tersirat persetujuan Presiden Jokowi (Lamb, 2024). Manuver ini dirasa telah membuahkan hasil yang besar dalam meningkatkan dukungan terhadap Prabowo yang menggambarkan migrasi dari para loyalis Presiden Jokowi (Lamb, 2024). Lamb pada Reuters (2024) juga mengatakan bahwa kritik terhadap sosok Prabowo yang erat kaitannya dengan masa lalu yang kelam tertutupi dengan sosok Jokowi yang rendah hati dan terkenal peduli dengan rakyat. Hal ini diperkuat dengan pernyataan seorang warga asal Semarang bahwa jika tidak ada Gibran, Prabowo tidak akan meraih banyak dukungan karena ketika rakyat melihat Gibran, mereka melihat sosok Jokowi (Lamb, 2024).

Sama seperti kasus-kasus lainnya hal ini juga tidak terlepas dari pemberitaan media. Media massa memiliki peran penting terutama dalam melakukan pemberitaan isu-isu terkait pemilu 2024, termasuk strategi politik, sosialisasi pada masyarakat, persiapan yang dilakukan, serta pengawasan

(Sumarni, 2023). Muhazir (2021) dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Politik” menyatakan bahwa sampai tingkatan tertentu, masyarakat menjadikan informasi yang diperolehnya dari media massa sebagai rujukan untuk memahami dan menginterpretasikan peristiwa penting dan membentuk persepsi dan sikap yang pada akhirnya menjadi dasar untuk keputusan serta tindakan yang diambil. Media massa juga terlibat dalam pembuatan berbagai pesan politik melalui liputan politik yang berdampak pada konstruksi opini publik secara meluas (Akbar & Rusfian, 2021). Becketl, dkk. (2021) menyatakan bahwa proses melakukan konstruksi opini publik yang dilakukan oleh media massa salah satunya adalah melalui *framing* (Akbar & Rusfian, 2021).

Framing pada dasarnya adalah cara atau metode yang digunakan untuk melihat cara bercerita media pada sebuah peristiwa yang digambarkan pada cara pandang media terhadap sebuah realitas yang dijadikan berita (Siregar & Qurniawati, 2022). Entman memaparkan bahwa dalam melakukan *framing*, biasanya media akan memilih kata-kata dan gambar yang konstruktif untuk merangsang tercapainya bingkai yang diinginkan (Alvin, 2022). Dengan demikian, sebuah peristiwa atau topik yang sama kemudian dapat disajikan dalam *framing* atau pembedaan berita dari beragam

sudut pandang (Alvin, 2022). Menurut Kriyantono dalam jurnal yang ditulis Ayomi (2021), *framing* digunakan media untuk menekankan atau menonjolkan aspek tertentu sesuai dengan kepentingan media. Kriyantono menyimpulkan bahwa dengan begini, dalam sebuah peristiwa hanya bagian tertentu saja yang bermakna, mendapatkan perhatian lebih, dirasa penting, dan pada akhirnya dapat tertanam dan lebih diingat oleh khalayak (Ayomi, 2021).

Meskipun banyak orang yang selalu menganggap kepemilikan media hanya sebagai latar belakang semata dalam perkembangan media, pada kenyataannya posisi pemilik media tidak lepas dari kecenderungan media dalam mengatur konten atau isi media, termasuk dalam melakukan *framing* pada suatu peristiwa tertentu. Hal ini sesuai dengan kajian yang dipaparkan Shoemaker dan Reese pada 1996 yang berasumsi bahwa isi sebuah berita dipengaruhi berbagai faktor, yaitu faktor individu (wartawan, editor, pemimpin redaksi), tekanan dari luar media, serta ideologi media itu sendiri (Alvin, 2022). Ketika terjadi pemberitaan terkait sebuah isu terutama yang menyangkut kepentingan oposisi politik, biasanya isu ini akan dibingkai sedemikian rupa untuk menarik perhatian masyarakat dan menyerang pihak oposisi atau menyelamatkan pihak sendiri, yang kemudian membuat isu-isu atau kasus yang

berkaitan dengan dunia politik dapat menjadi berita hangat media oposisi (Akbar & Rusfian, 2021)

Matthew Kieran dalam Irfan dan Mulyana (2021) mengemukakan bahwa sebuah berita tidak dibentuk seketika dalam ruang hampa, melainkan diproduksi dari ideologi dominan yang dimiliki oleh suatu institusi media. Maka sebagai bentuk kepemilikan media, implementasi kepentingan pemilikinya dalam konten media yang diberitakan juga berbeda-beda (Mulyana & Irfan, 2021). Ideologi juga berperan dalam bagaimana sumber kekuasaan melakukan sesuatu dalam kepentingannya sebagai kelas yang berkuasa melebihi suatu organisasi (Yusriah et al., 2023). Di Indonesia, tidak sedikit pemilik media yang juga berperan sebagai aktor dalam dunia politik, di mana hal tersebut pada akhirnya turut mempengaruhi isi pemberitaan media (Akbar & Rusfian, 2021). Tidak terkecuali dalam isu terkait keberpihakan Presiden Jokowi yang menjadi perhatian publik secara meluas. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan analisis *framing* terkait isu keberpihakan Jokowi pada Pemilu 2024. Dari beberapa ahli yang mencetuskan teori analisis *framing*, peneliti memilih teori *framing* milik William A. Gamson dan Andre Modigliani. *Framing* menurut Gamson merupakan jawaban dari pertanyaan utama yang ada dalam studi

gerakan sosial, yakni apa yang menyebabkan seorang individu dapat tergabung dalam gerakan atau protes sosial dan juga apa yang membuat ribuan orang bisa turun ke jalan melakukan sebuah aksi dan memiliki perasaan yang sama atas sebuah isu (Eriyanto, 2015). William A. Gamson dalam buku yang ditulis Eriyanto (2015) juga berpendapat bahwa berhasilnya sebuah gerakan sosial terbentuk tidak lepas dari pbingkaiian terhadap suatu peristiwa sehingga berdampak pada timbulnya kegiatan kolektif.

Dari banyaknya portal berita daring yang ada di Indonesia, penulis kemudian memilih dua portal berita, yaitu Tempo dan VIVA Group. Alasan penulis memilih Tempo adalah karena Tempo kerap kali mengambil sudut pandang yang berbeda dari media lain (Nurhajati & Wijayanto, 2019). Tempo merupakan media yang berhasil menerapkan *self-regulation* sesuai kode etik yang berlaku untuk mengontrol isi media dan menjaganya tetap objektif tanpa campur tangan pemilik media. Sedangkan, peneliti memilih VIVA Group atau PT Visi Media Asia Tbk karena media ini dimiliki oleh perusahaan konglomerat, Bakrie Group (Bakrie Group, 2024). Bakrie Group saat ini dipimpin oleh adik dari Aburizal Bakrie yaitu Nirwan Bakrie. Aburizal Bakrie adalah founder Bakrie Group yang kini menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai

Golongan Karya atau yang dikenal dengan Partai Golkar. Media daring yang kini berada dibawah naungan VIVA Group atau PT Visi Media Asia Tbk adalah tvOneNews dan VIVA.co.id (Bakrie Group, 2024). Pada Pemilu 2024, Partai Golkar telah menjadi salah satu dari tujuh partai yang merupakan koalisi pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut dua, Prabowo – Gibran (Azizah, 2024). Pemilihan kedua media tersebut didasarkan pada perbedaan kepemilikan dari kedua media, yaitu adanya perbedaan ideologi dan kepentingan sehingga menghasilkan pembingkai berita yang berbeda terhadap suatu fenomena yang sama. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan *framing* berita yang dilakukan oleh Tempo dan VIVA Group terkait isu keberpihakan Presiden Jokowi dalam penyelenggaraan Pemilu 2024.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada umumnya, terdapat tiga jenis metode penelitian yang biasanya dipakai dalam melakukan penelitian ilmiah, ketiga metode tersebut yaitu metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kualitatif, dan metode penelitian kombinasi atau *mixed method* (Waruwu, 2023). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Bodgan dan Taylor dalam Waruwu (2023) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai

prosedur penelitian yang akhirnya menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik itu secara lisan atau tertulis yang berasal dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif bertujuan melihat makna dibalik sebuah kesenjangan antara teori dan kenyataan dari sebuah realitas atau masalah yang kompleks, dinamis, dan bersifat sementara (Waruwu, 2023). Waruwu (2023) juga menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah kunci utama dalam memaknai dan menginterpretasikan setiap fenomena dan realitas sosial menggunakan teori yang berperan dalam menganalisis konsep teoritis dan fakta yang terjadi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena ingin membahas dan menganalisis bagaimana media melakukan *framing* terhadap sebuah kasus yang pada akhirnya dapat berdampak pada masyarakat luas.

Menurut Burrell dan Morgan dalam Izzalqurny dan Nabila (2021), paradigma merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menekankan kesamaan cara pandang yang mendasar dan mengikat sekelompok teori bersama-sama. Pada penelitian ini, paradigma yang digunakan peneliti adalah paradigma yang berasal dari pemikiran Joe L. Kincheloe yang merupakan gabungan dari dua paradigma, yaitu paradigma konstruktivisme dan paradigma kritis. Kincheloe dalam bukunya yang berjudul

“*Critical Constructivism*” dikutip dari jurnal yang ditulis Safitri (2017) menggabungkan kedua paradigma tersebut dan membentuk paradigma baru, yaitu paradigma konstruktivis kritis. Paradigma ini menyatakan bahwa sejarah, sosial, budaya, ekonomi, dan politik membangun perspektif diri kita di dunia ini (Safitri, 2017). Kincheloe, McLaren, dan Steinberg dalam jurnal yang ditulis Safitri (2017) menyatakan bahwa paradigma konstruktivis kritis lahir berdasarkan pemahaman bahwa pengetahuan yang ada di dunia ini adalah hasil interpretasi dari manusia yang dibuat dalam ruang yang telah dikontekstualisasikan. Peneliti memilih paradigma konstruktivis kritis karena paradigma ini dapat digunakan untuk menemukan dua cara pandang berbeda dalam melihat satu fenomena serta bagaimana peneliti dapat melihat pembingkai media dan menemukan adanya ketimpangan informasi dalam pemberitaan yang diteliti.

Pada penelitian ini, teks yang dianalisis adalah berita-berita dari media daring Tempo yang terbagi dalam koran.tempo.co dan tempo.co serta VIVA Group yang terbagi dalam VIVA.co.id dan tvOnenews.com terkait isu keberpihakan Presiden Jokowi pada Pemilu 2024 dari tanggal 24 Januari 2024 sampai 10 Februari 2024. Terdapat 275 artikel tentang

keberpihakan Presiden Jokowi pada media Tempo dan 176 artikel pada media VIVA Group, dengan total 451 artikel. Dari keseluruhan berita yang diunggah, peneliti memutuskan untuk memilih 42 butir artikel yang isi beritanya secara khusus membahas keberpihakan Presiden Jokowi pada Pemilu 2024. Adapun artikel-artikel berita yang ditetapkan sebagai unit analisis pada penelitian ini terbagi atas 21 artikel berita dari Tempo dan 21 artikel berita dari VIVA Group. Pemilihan unit analisis peneliti lakukan berdasarkan 14 tema utama berkaitan dengan isu keberpihakan Presiden Jokowi pada Pemilu 2024 yang dibentuk oleh kedua media dengan perbedaan bingkai dari masing-masing media tersebut. Berita-berita tersebut kemudian dianalisis menggunakan model analisis *framing* William A. Gamson dan Andre Modigliani. Pada penelitian ini, peneliti memilih teori dan model *framing* milik William A. Gamson dan Andre Modigliani karena mereka adalah tokoh yang membahas dan melihat *social movement* atau gerakan sosial sebagai suatu hal yang terjadi akibat adanya pembingkai atau *framing* terhadap sebuah peristiwa tertentu yang kemudian dianggap penting oleh rakyat sehingga dapat menggerakkan dan memobilisasi khalayak. Gamson dan Modigliani dalam Eriyanto (2015) membagikan dua perangkat yang digunakan untuk menerjemahkan ide sentral dalam teks

berita, yaitu *framing device* dan *reasoning device*. *Framing device* (perangkat *framing*) merupakan perangkat yang berhubungan dan memiliki keterkaitan secara langsung dengan ide sentral atau bingkai yang atau bingkai yang ditonjolkan dalam berita yang ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafik atau gambar, dan metafora tertentu (Eriyanto, 2015). Sedangkan *reasoning device* (perangkat penalaran) menurut Eriyanto (2015) merupakan gagasan yang tidak hanya terdiri dari kata atau kalimat saja, namun juga terdapat argumen yang berperan sebagai pembenaran atau alasan yang dapat memperkuat pendapat sehingga khalayak dapat menerima pesan tersebut sebagai suatu kebenaran yang terlihat alami. Menurut Gamson dan Modigliani, pada

komponen *framing devices*, terdapat lima sub komponen yaitu *metaphors* (perumpamaan atau pengandaian), *catchphrases* (jargon, slogan, atau frasa yang menarik), *exemplars* (contoh atau uraian yang dapat berupa teori atau perbandingan yang dapat memperjelas bingkai), *depiction* (kosakata atau leksikon yang bersifat konotatif untuk menggambarkan isu), dan *visual images* (grafik atau gambar yang mendukung pembedaan). Kemudian pada *reasoning devices*, terdapat tiga sub komponen yaitu *roots* (analisis kausalitas atau sebab akibat), *appeals to principle* (upaya memberikan alasan untuk pembenaran dengan mengklaim sebuah kebenaran), dan *consequences* (efek atau konsekuensi dari hasil pembedaan).

Table 1. Hasil Analisis Framing

No	Judul Berita	Analisis Framing Model Gamson dan Modigliani							
		Framing Devices				Reasoning Devices			
		Metaphors	Catch phrases	Exemplars	Depiction	Visual Images	Roots	Appeals to principle	Consequences
Tempo									
1	Jubir Muda Ganjar-Mahfud MD: Ternyata Jokowi Tidak Sebaik Itu ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Pengamat Bilang Jokowi Turun Gunung di Jawa Tengah untuk Kerek Elektabilitas Prabowo-Gibran ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Viral Dua Jari Iriana saat ke Jateng, Jokowi: Kan	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗

	Menyenangkan ...								
4	Jokowi Gencar Bagi-bagi Bansos, Ekonom: Membeli Suara Berkedok Bansos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Jokowi Bilang Presiden Boleh Berpihak, Pengamat Sebut Pemilu Sudah Tidak Fair ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	Soal Kunjungan Jokowi ke Jateng dan Gestur Dua Jari Iriana, Anies: Mari Tunjukkan Keteladanan ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	Sebelum Sebut Presiden Boleh Memihak, Jokowi Pernah Akui Tak Netral ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	Laku Lancung Keberpihakan Presiden ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	Gentong Babi di Tahun Politik ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	Alamat Buruk Manuver Jokowi ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	Bawaslu Kesulitan Simpulkan Makan Bakso Bareng dan Prabowo Kampanye Terselubung ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12	Anies soal Jokowi Makan Bareng Prabowo: Mudah-mudahan Baksonya Enak ...	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13	Sivitas Akademika UGM Keluarkan Petisi Bulaksumur: Sesalkan Penyimpangan Pemerintahan Jokowi ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	Efek Elektoral Bantuan Langsung Tunai ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15	Jokowi Sebut	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	Petisi Bulaksumur UGM Itu Hak Demokrasi ...								
16	Istana Sebut Kritik Akademisi ke Jokowi Sebagai Orkestrasi Kepentingan Elektoral ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17	Sivitas Akademika Sampaikan Petisi ke Jokowi, Butet: Yang Waras Pasti Berjuang Tegakkan Demokrasi ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
18	Kecewa Demokrasi Dicederai, Mahasiswa Bekasi-Karawang Demo Hingga Bakar Foto Jokowi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
19	Mengapa Penyalahgunaan Bansos Bisa Jadi Pintu Pemakzulan Jokowi? ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
20	Jokowi Gencar Bagi Bansos, TPN Ganjar-Mahfud Singgung Politik Gentong Babi ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
21	Goenawan Mohamad Sebut Jokowi Tak Paham Reformasi, Merusak MA hingga Konstitusi ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
VIVA Group									
1	Meutya Hafid: Presiden Hanya Menegaskan Aturan, Bukan Deklarasi Keberpihakan ...	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
2	Jokowi Sebut Presiden Boleh Kampanye dan Memihak di Pilpres ...	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
3	Viral Pose Salam	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗

	Dua Jari dari Mobil Presiden saat di Salatiga, Presiden Jokowi Akhirnya Mau Jujur Semuanya, Ternyata... ..									
4	Jokowi dan SBY Pernah Kampanye Saat Masih Jadi Presiden	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
5	Kornas Pejuang PPP Yakin Keberpihakan Jokowi di Pilpres untuk Kepentingan Bangsa ..	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
6	Soal Mobil Kepresidenan Acungkan Simbol Dua Jari, Jokowi: Ya Menyenangkan ..	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗
7	Antusias Ratusan Warga Jateng Lihat Jokowi dan Prabowo Makan Bakso Bareng: Semoga Tetap Rakyat ..	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
8	Jokowi Makan Bakso dengan Prabowo, Bawaslu Bilang Begini	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
9	LSI Denny JA: Tingkat Kepuasan Publik kepada Jokowi Capai 80,8%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
10	Bela Jokowi soal Bagi-bagi Bansos, Bahlil: Saya Gak Yakin Mensos Risma Gak Dilibatkan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	Jokowi Tanggapi Petisi Bulaksumur Civitas Akademika UGM ..	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
12	Isi Petisi Bulaksumur,	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	Sebuah 'Teguran' Keras dari UGM untuk Alumninya Presiden Joko Widodo ...								
13	Survei Indikator: Approval Rating Jokowi Kini Berada di Angka 79,3 Persen ...	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
14	Kritik Guru Besar Kampus ke Jokowi Diduga untuk Kepentingan Elektoral Paslon Tertentu ...	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
15	Bahlil Pertanyakan Petisi Civitas Akademika Untuk Jokowi: Demokrasi Apa yang Kita Langgar? ...	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
16	Mencengangkan! Politik Gentong Babi Ala Jokowi Viral di Medsos, Netizen Tulis Komentar Menohok ...	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17	Jelang Debat Pamungkas Capres, Mencuat Isu Politik Gentong Babi Ala Jokowi di Medsos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
18	Ramai Akademisi Kritik Jokowi, Grace PSI: Mungkin Mereka Pendukung Paslon Lain ...	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
19	Mulai Barbar, Mahasiswa Bekasi-Karawang Demo Hingga Bakar Foto Jokowi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
20	LSI Denny JA : 80 Persen Publik Puas Kinerja Jokowi, Meski Gelombang Kritik	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓

	dari Kampus ____									
21	Respons soal Mahasiswa Menuntut Pemakzulan Jokowi____	Anies Demo yang	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Framing Tempo

Setelah melakukan analisis berita-berita dari portal media daring Tempo.co dan Koran.tempo.co periode 24 Januari 2024 – 10 Februari 2024, peneliti menemukan bahwa berita yang disajikan oleh Tempo menunjukkan ketidaksetujuannya terhadap keberpihakan Presiden Jokowi dalam Pemilu 2024. Keberpihakan Presiden Jokowi mengundang banyak tanggapan dan kritik bukan hanya dari masyarakat sipil, namun juga akademisi dari berbagai perguruan tinggi, kelompok mahasiswa, serta tokoh-tokoh yang bergerak di bidang ekonomi, sosial, dan politik. Dalam pemberitaannya, Tempo menilai keberpihakan Presiden Jokowi merupakan hal yang seharusnya tidak benar dan tidak patut dilakukan karena dapat merugikan masyarakat. Untuk mendukung hal tersebut, dalam menentukan narasumber, Tempo memilih tokoh-tokoh yang dapat memperkuat *frame* yang ingin dibangunnya. Mayoritas artikel berita Tempo mengutip hasil wawancara dari narasumber yang juga kontra dengan keberpihakan Presiden Jokowi.

Dari analisa yang dilakukan peneliti, Tempo merupakan media yang bergerak secara independen dan tidak dipengaruhi oleh pemilik modal dalam menyajikan beritanya. Ini merupakan penyebab pemberitaan Tempo yang mengkritik penguasa dan elit politik yang melakukan penyimpangan tanpa ragu. Isi dari pemberitaan Tempo secara objektif menilai segala perilaku dan pernyataan yang dilontarkan oleh Presiden Jokowi serta melampirkan bukti-bukti yang dapat memperkuat argumennya, artinya Tempo tidak hanya memberikan pernyataan yang tidak berdasar.

Jika dilihat dari model analisis *framing* William A. Gamson dan Andre Modigliani, peneliti menemukan penemuan konkret pada kedua komponen, baik itu *framing devices* ataupun *reasoning devices*. Pada *framing devices* khususnya sub komponen *metaphors* dan *catchphrases*, peneliti menemukan banyak kata-kata, kalimat, atau frasa yang berupa pengandaian serta kritik yang sifatnya langsung dan tegas. Seperti dapat dilihat pada analisis berita 9 dan 20, Tempo menggunakan kata-kata metaforis seperti “mahkamah keluarga”

untuk menggambarkan Mahkamah Konstitusi dan “efek ekor jas” untuk menyebut efek jangka panjang dari tindakan yang dilakukan Presiden Jokowi. Kemudian pada analisis berita 8, Tempo menyebut Presiden Jokowi “enteng saja” melanggar aturan-aturan yang berlaku. Pada berita yang sama, Tempo juga menggunakan frasa “laku lancung” dalam menggambarkan berbagai strategi yang dilakukan Presiden Jokowi. Pada analisis berita 19, Tempo menggunakan frasa “pemakzulan Jokowi” yang mengarah pada pemberhentian Presiden Jokowi dari tugasnya sebagai presiden karena melakukan pelanggaran hukum. Tempo juga sangat memperhatikan sub komponen *exemplars* dengan menyertakan fakta-fakta kejadian yang konkret sebagai dasar untuk membentuk perspektif dalam artikel berita yang ditulisnya. Tempo ingin memastikan bahwa setiap berita yang ditulis harus berlandaskan fakta konkret yang terjadi, bukan hanya asumsi jurnalis. Seperti *exemplars* yang dijelaskan Tempo secara lengkap pada analisis berita 9. Tempo memaparkan peraturan perundang-undangan yang mendasari narasi yang dibuat terkait bansos, data kenaikan alokasi anggaran bansos 2024 yang memuncaki anggaran tahun-tahun sebelumnya, serta pernyataan Kementerian Sosial terkait sistem pembagian bansos. Tempo menguraikan secara lengkap fakta-fakta konkret yang sulit

dibantah untuk memperjelas bingkai yang ingin dibuatnya.

Pada komponen *reasoning devices*, peneliti melihat bahwa selalu ada alasan sebab-akibat yang jelas dalam setiap artikel berita yang ditulis oleh Tempo. Dalam hampir setiap artikel berita yang disajikan, terutama artikel yang memang bertujuan untuk menyampaikan kritik terhadap Presiden Jokowi, Tempo memaparkan kausalitas yang jelas terkait apa yang menyebabkan isu tersebut berkembang. Peneliti melihat kembali pada *roots* yang terdapat pada analisis berita 14. Tempo dapat menyebut Jokowi menggunakan bansos sebagai alat mendulang suara karena bansos dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih. Menurut peneliti, aspek-aspek yang ditonjolkan oleh Tempo ini memiliki peranan besar dalam memperkuat *frame* yang ingin dibangun serta menggiring opini publik khususnya pembaca berita untuk memiliki cara pandang dan cara berpikir yang sama dengan Tempo.

Dalam proses melakukan analisis berita yang disajikan Tempo pada periode waktu yang telah ditentukan, peneliti menemukan topik berita yang hanya diberitakan oleh Tempo dan tidak diberitakan oleh VIVA Group. Tempo menuliskan tiga berita yang terbagi menjadi dua berita Koran.tempo.co dan satu berita Tempo.co yang membahas tentang

kampanye terselubung Presiden Jokowi. Pada artikel berita yang dipublikasi oleh Koran.tempo.co, Tempo mengupas tuntas akar masalah, alasan, penyebab, serta landasan hukum yang membuatnya berpikir bahwa Presiden Jokowi melakukan kegiatan kampanye terselubung. Dari hasil analisa dan temuan peneliti, Tempo secara konsisten menciptakan *frame* utama lewat pemberitaannya, yaitu ketidaksetujuan terhadap keberpihakan Presiden Jokowi pada Pemilu 2024.

Framing VIVA Group

Pada portal media daring dibawah VIVA Group, yaitu VIVA.co.id dan tvOnenews.com, peneliti menemukan pembingkai yang berbeda atas satu fenomena yang sama. Terlihat dari artikel berita yang disajikan, VIVA Group ingin membangun *frame* bahwa Presiden Jokowi menjaga netralitasnya pada Pemilu 2024. Segala tanggapan dan kritik yang disampaikan masyarakat, akademisi dari perguruan tinggi, mahasiswa, serta tokoh politik, sosial, dan ekonomi dipandang dengan kaca mata yang berbeda oleh VIVA Group. Dalam pemberitaannya, VIVA Group membingkai keberpihakan Presiden Jokowi pada Pemilu 2024 hanyalah asumsi atau persepsi segelintir orang yang memiliki preferensi politik yang berbeda. Sama halnya dengan Tempo, untuk memperkuat narasi

dalam penyajian beritanya, VIVA Group juga memilih narasumber yang merupakan tokoh-tokoh yang dekat dengan Presiden Jokowi terutama dalam sistem politik dan pemerintahan saat ini. Contoh narasumber yang dipilih adalah anggota atau ketua dari partai pengusung putra sulungnya, Gibran. Mayoritas dari artikel berita yang disajikan VIVA Group mengutip hasil wawancara dari narasumber yang merasa Presiden Jokowi menjaga netralitasnya pada Pemilu 2024.

Jika dilihat dari kepemilikan media, VIVA Group saat ini terafiliasi dengan Bakrie Group milik Aburizal Bakrie. Aburizal Bakrie saat ini tengah menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Partai Golongan Karya atau Partai Golkar. Pada tahun politik 2024, Partai Golkar merupakan salah satu partai pengusung pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut dua, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Dalam melihat dinamika politik yang terjadi pada tahun politik ini, terbukti bahwa VIVA Group menunjukkan indikasi bahwasanya mereka ingin menciptakan *frame* yang baik terhadap pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut dua, Prabowo-Gibran maupun terhadap Presiden Jokowi yang berperan sebagai ayah dari Gibran Rakabuming Raka.

Jika dilihat dari model analisis *framing* William A. Gamson dan Andre Modigliani, peneliti menemukan unsur-unsur dari

komponen *framing devices* khususnya *catchphrases* untuk menonjolkan frasa-frasa menarik yang secara tidak langsung ingin menghapuskan asumsi keberpihakan Presiden Jokowi. Contohnya beberapa artikel seperti pada analisis berita 8, analisis berita 11, analisis berita 12, dan analisis berita 19, VIVA Group berulang kali menggunakan kata “diduga” dan “dianggap” yang menggiring pikiran pembaca untuk berasumsi bahwa segala tuduhan keberpihakan yang ditujukan pada Presiden Jokowi hanya sebatas dugaan atau persepsi beberapa pihak saja. Pada sub komponen *catchphrases* yang digunakan pada analisis berita 5, VIVA bahkan menyebutkan bahwa keberpihakan Presiden Jokowi merupakan hal yang “sudah sepantasnya” dilakukan “untuk menyelamatkan negara”. Kemudian, dalam mayoritas artikel yang ditulisnya, VIVA Group hanya menggunakan metafora-metafora sederhana tanpa pengandaian atau perumpamaan yang mengandung makna mendalam. Pada sebagian besar artikelnya, VIVA Group juga tidak menggunakan sub komponen *depiction* yang menggambarkan isu secara konotatif. Hal ini dilakukan untuk menghindari persepsi buruk publik terhadap Presiden Jokowi maupun Prabowo-Gibran.

Pada komponen *reasoning devices*, peneliti mendapatkan temuan menarik pada sub komponen *consequences*. VIVA Group jelas ingin menciptakan efek dari berita yang

ditulisnya bahwa Presiden Jokowi tidak pernah memperlihatkan keberpihakannya secara eksplisit dan keterlibatan Presiden Jokowi dalam penyelenggaraan Pemilu 2024 merupakan wujud demokrasi yang berfungsi dengan baik. Seperti sub komponen *consequences* yang terdapat pada analisis berita 4 yang menyatakan keterlibatan presiden justru wujud dari demokrasi yang berfungsi dengan baik dan pada analisis berita 5 yang menyebutkan bahwa tidak ada yang salah dari pernyataan Presiden Jokowi. Bahkan pada analisis berita 14, VIVA Group ingin menegaskan bahwa walaupun ada kritik dari masyarakat terkait isu keberpihakan Presiden Jokowi, itu semata-mata hanya karena perbedaan preferensi politik saja.

Peneliti juga menyoroti salah satu artikel berita yang jika dibandingkan dengan cara penyajian Tempo, menunjukkan perbedaan sudut pandang yang sangat signifikan. Analisis berita 7 pada VIVA Group melihat momen makan bakso antara Jokowi dan Prabowo dengan sudut pandang yang sangat positif. VIVA Group menjelaskan rakyat yang penuh rasa antusias menyambut kedua tokoh tersebut dengan perasaan senang dan kata-kata positif dari warga yang tergambar pada sub komponen *catchphrases*. Sangat jauh berbeda dengan pemberitaan Tempo pada analisis berita 12 yang menyoroti tanggapan satir dari Anies Baswedan sebagai lawan dari Prabowo Subianto dalam kontestasi

politik 2024 yang juga tergambar dengan pernyataan “mudah-mudahan baksonya enak” pada sub komponen *catchphrases*.

Seperti yang peneliti temukan pada Tempo, peneliti juga menemukan tiga buah artikel berita dengan topik yang hanya diberitakan oleh VIVA Group dan tidak diberitakan oleh Tempo. VIVA Group membuat tiga berita yang membahas tentang tingginya tingkat kepuasan publik terhadap Presiden Jokowi. Bahkan dalam dua diantara tiga artikel tersebut, VIVA Group menyebutkan bahwa banyaknya kritik yang berdatangan untuk Presiden Jokowi tidak mengubah persepsi masyarakat, kepuasan publik pada kinerjanya tetap tinggi. Kritik pada artikel tersebut digambarkan VIVA Group sebagai persepsi minor yang negatif. Dari hasil analisa dan temuan peneliti, VIVA Group secara konsisten menciptakan frame utama lewat artikel berita yang ditulisnya, yaitu Presiden Jokowi menjaga netralitasnya pada Pemilu 2024.

SIMPULAN

Dari hasil analisis *framing* model William A. Gamson dan Andre Modigliani dalam pembedaan berita terkait isu keberpihakan Presiden Jokowi dalam Pemilu 2024 yang dilakukan oleh Tempo dalam Tempo.co dan Koran.tempo.co serta VIVA Group dalam VIVA.co.id dan tvOnenews.com peneliti berhasil menarik beberapa

kesimpulan. Pertama, pemilihan narasumber, pemilihan kata dalam membentuk narasi, serta pemilihan sumber kutipan dalam artikel berita memiliki pengaruh besar dalam pembedaan berita pada portal media daring. Kedua, dari komponen tersebut, masing-masing media massa memiliki kebebasan dan kemampuan untuk menciptakan realitas yang dipercayai oleh media tersebut terhadap suatu fenomena yang sama dan akhirnya dapat menggiring opini dan perspektif pembaca ke arah yang diinginkan media. Sudut pandang yang diambil media ketika memberitakan sebuah fenomena sangat mempengaruhi narasi dan konotasi yang hendak dibangun atas fenomena tersebut. Ketiga, Tempo mencoba untuk membangun konstruksi realitas versinya, yaitu kontra dengan keberpihakan Presiden Jokowi dalam Pemilu 2024. Berbanding terbalik dengan VIVA Group yang mencoba membangun realitas bahwa Presiden Jokowi menjaga netralitasnya pada Pemilu 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D., & Rusfian, E. Z. (2021). Analisis Framing Kepemimpinan Aktor Politik dalam Media Daring di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1), 75–98. <https://doi.org/10.36914/jikb.v7i1.611>
- Alvin, S. (2022). Analisis Framing Isu Penundaan Pemilu 2024 di CNN

- Indonesia. com dan Kompas. com. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 16(2), 133–148.
<http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v16i2.3514>
- Amirullah. (2024a, January 24). *Pengamat Bilang Jokowi Turun Gunung di Jawa Tengah untuk Kerek Elektabilitas Prabowo-Gibran*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1825103/pengamat-bilang-jokowi-turun-gunung-di-jawa-tengah-untuk-kerek-elektabilitas-prabowo-gibran>
- Amirullah. (2024b, January 24). *Viral Dua Jari Iriana saat ke Jateng, Jokowi: Kan Menyenangkan*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1825176/viral-dua-jari-iriana-saat-ke-jateng-jokowi-kan-menyenangkan>
- Amirullah. (2024c, January 25). *Jokowi Bilang Presiden Boleh Berpihak, Pengamat Sebut Pemilu Sudah Tidak Fair*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1825541/jokowi-bilang-presiden-boleh-berpihak-pengamat-sebut-pemilu-sudah-tidak-fair>
- Amirullah. (2024d, January 25). *Soal Kunjungan Jokowi ke Jateng dan Gestur Dua Jari Iriana, Anies: Mari Tunjukkan Keteladanan*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1825516/soal-kunjungan-jokowi-ke-jateng-dan-gestur-dua-jari-iriana-anies-mari-tunjukkan-keteladanan>
- Amirullah. (2024e, January 29). *Bawaslu Kesulitan Simpulkan Makan Bakso Bareng Jokowi dan Prabowo Kampanye Terselubung*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1827374/bawaslu-kesulitan-simpulkan-makan-bakso-bareng-jokowi-dan-prabowo-kampanye-terselubung>
- Anam, K. (2024, February 6). *Mengapa Penyalahgunaan Bansos Bisa Jadi Pintu Pemakzulan Jokowi?* Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1830314/mengapa-penyalahgunaan-bansos-bisa-jadi-pintu-pemakzulan-jokowi>
- Andryanto, S. D. (2024a, January 24). *Jubir Muda Ganjar-Mahmud MD: Ternyata Jokowi Tidak Sebaik Itu*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1825372/jubir-muda-ganjar-mahmud-md-ternyata-jokowi-tidak-sebaik-itu>
- Andryanto, S. D. (2024b, January 31). *Sivitas Akademika UGM Keluarkan Petisi Bulaksumur: Sesalkan Penyimpangan Pemerintahan Jokowi*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1828158/sivitas-akademika-ugm-keluarkan-petisi-bulaksumur-sesalkan-penyimpangan-pemerintahan-jokowi>
- Aqmarul. (2024a, February 3). *Mencengangkan! Politik Gentong Babi Ala Jokowi Viral di Medsos, Netizen*

- Tulis Komentar Menohok. TvOnenews.Com.
<https://www.tvonenews.com/berita/nasional/185368-mencengangkan-politik-gentong-babi-ala-jokowi-viral-di-medsos-netizen-tulis-komentar-menohok>
- Aqmarul. (2024b, February 4). *Jelang Debat Pamungkas Capres, Mencuat Isu Politik Gentong Babi Ala Jokowi di Medsos*. TvOnenews.Com.
<https://www.tvonenews.com/berita/nasional/185557-jelang-debat-pamungkas-capres-mencuat-isu-politik-gentong-babi-ala-jokowi-di-medsos>
- Ayomi, H. V. (2021). ANALISIS FRAMING MEDIA ONLINE MENGENAI PEMBERITAAN DEKLARASI BENY WENDA. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(04), 118–125.
- Ayuningtyas, A. D. (2024, February 14). *Sekuat Apa “Jokowi Effect” di Pemilu 2024?* GoodStats.Id.
<https://goodstats.id/article/sekuat-apa-jokowi-effect-di-pemilu-2024-weFmj>
- Azizah, U. N. (2024, February 12). *Daftar Partai Politik Peserta Pemilu 2024 Lengkap Nomor Urut dan Koalisinya*. Detik.Com.
<https://www.detik.com/jateng/berita/d-7188894/daftar-partai-politik-peserta-pemilu-2024-lengkap-nomor-urut-dan-koalisinya>
- Bakrie Group. (2024). *Home: Bakrie Group*.
<https://bakrie.ac.id/bakrie-group>
- Bayu, E. (2024, February 7). *Mulai Barbar, Mahasiswa Bekasi-Karawang Demo Hingga Bakar Foto Jokowi*. TvOnenews.Com.
<https://www.tvonenews.com/daerah/jabar/186241-mulai-barbar-mahasiswa-bekasi-karawang-demo-hingga-bakar-foto-jokowi>
- Chairunnisa, N. (2024a, January 30). *Anies soal Jokowi Makan Bareng Prabowo: Mudah-mudahan Baksonya Enak*. Tempo.Co.
<https://nasional.tempo.co/read/1827485/anies-soal-jokowi-makan-bareng-prabowo-mudah-mudahan-baksonya-enak>
- Chairunnisa, N. (2024b, February 6). *Jokowi Gencar Bagi Bansos, TPN Ganjar-Mahfud Singgung Politik Gentong Babi*. Tempo.Co.
<https://nasional.tempo.co/read/1830207/jokowi-gencar-bagi-bansos-tpn-ganjar-mahfud-singgung-politik-gentong-babi>
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKIS.
- Ernis, D. (2024a, February 2). *Istana Sebut Kritik Akademisi ke Jokowi Sebagai Orkestrasi Kepentingan Elektoral*.

- Tempo.Co.
<https://nasional.tempo.co/read/1828894/istana-sebut-kritik-akademisi-ke-jokowi-sebagai-orkestrasi-kepentingan-elektoral>
- Ernis, D. (2024b, February 9). *Goenawan Mohamad Sebut Jokowi Tak Paham Reformasi, Merusak MA hingga Konstitusi*. Tempo.Co.
<https://nasional.tempo.co/read/1831695/goenawan-mohamad-sebut-jokowi-tak-paham-reformasi-merusak-ma-hingga-konstitusi>
- Falah, Z. (2023). Peran Komunikasi Politik dalam Membentuk Citra Kandidat Pemilu. *Syntax Idea*, 5(9), 1867–1876.
<https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2876>
- Fikri, L. K. (2024, January 24). *Viral Pose Salam Dua Jari dari Mobil Presiden saat di Salatiga, Presiden Jokowi Akhirnya Mau Jujur Semuanya, Ternyata...* TvOnenews.Com.
<https://www.tvonenews.com/berita/nasional/183222-viral-pose-salam-dua-jari-dari-mobil-presiden-saat-di-salatiga-presiden-jokowi-akhirnya-mau-jujur-semuanya-ternyata>
- Franedy, R. (2024, January). *Membaca Jokowi Effect di Peta Pemilu 2024*. Bloomberg Technoz.
<https://www.bloombergtechnoz.com/longform/membaca-jokowi-effect-di-peta-pemilu-2024/?page=4>
- Gandhi, G. (2024, January 25). *Jokowi Gencar Bagi-bagi Bansos, Ekonom: Membeli Suara Berkedok Bansos*. Tempo.Co.
<https://bisnis.tempo.co/read/1825470/jokowi-gencar-bagi-bagi-bansos-ekonom-membeli-suara-berkedok-bansos>
- Hamdi, I. (2024, January 29). *Alamat Buruk Manuver Jokowi*. Koran.Tempo.Co.
<https://koran.tempo.co/read/nasional/486964/saat-jokowi-gencar-kampanye-terselebung>
- Hantoro, J. (2024, February 1). *Jokowi Sebut Petisi Bulaksumur UGM Itu Hak Demokrasi*. Tempo.Co.
<https://nasional.tempo.co/read/1828434/jokowi-sebut-petisi-bulaksumur-ugm-itu-hak-demokrasi>
- Izzalqurny, T. R., & Nabila, F. (2021). Apakah Paradigma Nonpositivism (Interpretif, Kritis dan Posmodernis) dalam Akuntansi” Ilmiah”? *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 11(1), 13–26.
<https://doi.org/10.26714/mki.11.1.2021.13-26>
- Lamb, K. (2024, February 12). *“Jokowi Effect”: How Indonesia’s Outgoing Leader Shaped Election to Succeed Him*. Reuters.

- <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/jokowi-effect-how-indonesias-outgoing-leader-shaped-election-succeed-him-2024-02-12/>
- Meliala, W. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Penerapan Strategi Bertahan dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan. *Jurnal Citizen Education*, 2(1), 12–24.
- Mubarok, M. H. (2024, February 3). *Bahlil Pertanyakan Petisi Civitas Akademika Untuk Jokowi: Demokrasi Apa yang Kita Langgar?* VIVA.Co.Id. <https://bandung.viva.co.id/news/3766-5-bahlil-pertanyakan-petisi-civitas-akademika-untuk-jokowi-demokrasi-apa-yang-kita-langgar>
- Muhazir, A. (2021). *Komunikasi Politik*. Zahira Media Publisher.
- Muhtarom, I. (2024, February 6). *Kecewa Demokrasi Dicederai, Mahasiswa Bekasi-Karawang Demo Hingga Bakar Foto Jokowi*. Tempo.Co. <https://metro.tempo.co/read/1830599/kecewa-demokrasi-dicederai-mahasiswa-bekasi-karawang-demo-hingga-bakar-foto-jokowi>
- Mujahidin, M. (2024, February 1). *Isi Petisi Bulaksumur, Sebuah “Teguran” Keras dari UGM untuk Alumninya Presiden Joko Widodo*. TvOnenews.Com. <https://www.tvonenews.com/berita/nasional/184867-isi-petisi-bulaksumur-sebuah-teguran-keras-dari-ugm-untuk-alumninya-presiden-joko-widodo>
- Mulyana, A. P., & Irfan, M. (2021). BENTUK PERTARUNGAN WACANA IDEOLOGI MEDIA MASSA MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 326–340. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i2.1475>
- Nugraha, B., & Ilham, R. F. (2024a, January 24). *Jokowi Sebut Presiden Boleh Kampanye dan Memihak di Pilpres*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1680686-jokowi-sebut-presiden-boleh-kampanye-dan-memihak-di-pilpres>
- Nugraha, B., & Ilham, R. F. (2024b, January 30). *LSI Denny JA: Tingkat Kepuasan Publik kepada Jokowi Capai 80,8%*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1682747-lsi-denny-ja-tingkat-kepuasan-publik-kepada-jokowi-capai-80-8>
- Nugraha, B., & Lestari, Y. (2024, February 6). *Ramai Akademisi Kritik Jokowi, Grace PSI: Mungkin Mereka Pendukung Paslon Lain*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1685008-ramai-akademisi-kritik-jokowi-grace-psi-mungkin-mereka-pendukung-paslon-lain>

- Nurhadi. (2024, January 25). *Sebelum Sebut Presiden Boleh Memihak, Jokowi Pernah Akui Tak Netral*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1825679/sebelum-sebut-presiden-boleh-memihak-jokowi-pernah-akui-tak-netral>
- Nurhajati, L., & Wijayanto, X. A. (2019). Kepemilikan Media dan Isi Pemberitaan Koran Tempo. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i1.1>
- Piri, I. E. (2024, January 31). *Efek Elektoral Bantuan Langsung Tunai*. Koran.Tempo.Co. <https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/487001/efek-bl-t-terhadap-suara-pemilu-2024>
- Priatmojo, D., & Faris, A. F. (2024, February 9). *LSI Denny JA: 80 Persen Publik Puas Kinerja Jokowi, Meski Gelombang Kritik dari Kampus*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1686022-lsi-denny-ja-80-persen-publik-puas-kinerja-jokowi-meski-gelombang-kritik-dari-kampus>
- Ravita, R. (2024, January 27). *Soal Mobil Kepresidenan Acungkan Simbol Dua Jari, Jokowi: Ya Menyenangkan*. TvOnenews.Com. <https://www.tvonenews.com/berita/nasional/183841-soal-mobil-kepresidenan-acungkan-simbol-dua-jari-jokowi-ya-menyenangkan>
- Rohmawati, Y. (2024, January 27). *Gentong Babi di Tahun Politik*. Koran.Tempo.Co. <https://koran.tempo.co/read/nasional/486932/efek-bansos-dan-politik-gentong-babi>
- Sadat, A. (2024, January 27). *Kornas Pejuang PPP Yakin Keberpihakan Jokowi di Pilpres untuk Kepentingan Bangsa*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1681706-kornas-pejuang-ppp-yakin-keberpihakan-jokowi-di-pilpres-untuk-kepentingan-bangsa>
- Sadat, A., & Firdaus, E. (2024, January 30). *Jokowi Makan Bakso dengan Prabowo, Bawaslu Bilang Begini*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1682375-jokowi-makan-bakso-dengan-prabowo-bawaslu-bilang-begini>
- Sadat, A., & Pradana, Z. (2024, February 9). *Respons Anies soal Demo Mahasiswa yang Menuntut Pemakzulan Jokowi*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/politik/1685786-respons-anies-soal-demo-mahasiswa-yang-menuntut-pemakzulan-jokowi>
- Safitri, D. (2017). Kontestasi Retorika Islam Nusantara Di Media Baru. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for*

- Homiletic Studies*, 11, 235–256.
10.15575/idajhs.v12i.1948
- Setiawan, A. (2024a, January 24). *Meutya Hafid: Presiden Hanya Menegaskan Aturan, Bukan Deklarasi Keberpihakan*. VIVA.Co.Id.
<https://www.viva.co.id/berita/politik/1680925-meutya-hafid-presiden-hanya-menegaskan-aturan-bukan-deklarasi-keberpihakan>
- Setiawan, A. (2024b, January 25). *Jokowi dan SBY Pernah Kampanye Saat Masih Jadi Presiden*. VIVA.Co.Id.
<https://www.viva.co.id/berita/politik/1681113-jokowi-dan-sby-pernah-kampanye-saat-masih-jadi-presiden>
- Setiawan, D. (2024, January 29). *Antusias Ratusan Warga Jateng Lihat Jokowi dan Prabowo Makan Bakso Bareng: Semoga Tetap Merakyat*. VIVA.Co.Id.
<https://www.viva.co.id/berita/nasional/1682280-antusias-ratusan-warga-jateng-lihat-jokowi-dan-prabowo-makan-bakso-bareng-semoga-tetap-merakyat>
- Siregar, A. K., & Qurniawati, E. F. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Buzzer di tempo. co. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 1–15.
<https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.1>
- Sumarni, L. (2023). Pemilu 2024 Dalam Agenda Media: Antara Simulakra, Hiperealitas, Dan Kekuasaan Oligarki. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 4843–4864.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6335>
- Tempo. (2024, January 25). *Laku Lancung Keberpihakan Presiden*. Koran.Tempo.Co.
<https://koran.tempo.co/read/editorial/486885/keberpihakan-jokowi-melanggar-uu-pemilu>
- Triyoga, H. (2024a, February 1). *Survei Indikator: Approval Rating Jokowi Kini Berada di Angka 79,3 Persen*. VIVA.Co.Id.
<https://www.viva.co.id/berita/politik/1683427-survei-indikator-approval-rating-jokowi-kini-berada-di-angka-79-3-persen>
- Triyoga, H. (2024b, February 3). *Kritik Guru Besar Kampus ke Jokowi Diduga untuk Kepentingan Elektoral Paslon Tertentu*. VIVA.Co.Id.
<https://www.viva.co.id/berita/politik/1683968-kritik-guru-besar-kampus-ke-jokowi-diduga-untuk-kepentingan-elektoral-paslon-tertentu>
- Triyoga, H., & Lestari, Y. (2024, January 31). *Bela Jokowi soal Bagi-bagi Bansos, Bahlil: Saya Gak Yakin Mensos Risma Gak Dilibatkan*. VIVA.Co.Id.
<https://www.viva.co.id/berita/politik/1682965-bela-jokowi-soal-bagi-bagi>

- [bansos-bahlil-saya-gak-yakin-mensos-risma-gak-dilibatkan](#)
tvOne. (2024, February 1). *Jokowi Tanggapi Petisi Bulaksumur Civitas Akademika UGM*. TvOnenews.Com. <https://www.tvonenews.com/channel/news/166229-jokowi-tanggapi-petisi-bulaksumur-civitas-akademika-ugm>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wibowo, E. A. (2024, February 4). *Sivitas Akademika Sampaikan Petisi ke Jokowi, Butet: Yang Waras Pasti Berjuang Tegakkan Demokrasi*. Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1829469/sivitas-akademika-sampaikan-petisi-ke-jokowi-butet-yang-waras-pasti-berjuang-tegakkan-demokrasi>
- Yusriah, K., Sudaryanto, S., Fitriani, D. R., Wulandari, C., Arifah, P., & Wijaya, W. V. (2023). ISU-ISU TERKAIT PARIWISATA SELAMA LIBUR HARI RAYA IDUL FITRI 2022 DI MEDIA MASSA ONLINE. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 207–219. <http://dx.doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i2.7071>