



FRAMING BERITA MEDIA ONLINE OKEZONE.COM TERHADAP MUNCULNYA GANJAR PRANOWO DALAM TAYANGAN ADZAN TELEVISI

Afnan Iliya Tsabita¹, Sunaryanto²

¹STID Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta

Email: afnaniliyatsabita01@gmail.com

²STID Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta

Email: sunaryanto@alhikmah.ac.id

Keywords

News Framing, Ganjar
Pranowo, Adhan,
Okezone, Identity
Politics

ABSTRACT

This study was conducted to interpret the news framing carried out by the online media Okezone.com regarding the appearance of Ganjar Pranowo in the Adzan television broadcast. This study is a qualitative type using Robert M. Entmant's media framing text analysis as an analytical tool consisting of. The conclusion of the study is the define problems, diagnose causes, make moral judgments, and treatment recommendations Okezone.com considers that the broadcast of Ganjar Pranowo's adzan on television is not part of identity politics. Okezone.com's framing of Ganjar Pranowo's side can be seen from the news titles exposed in the Okezone.com media and its contents which only report on people and parties who have a point of view that rejects the broadcast of Ganjar Pranowo's adzan as a form of identity politics and is included in campaign violations. Okezone invites the public to see Ganjar Pranowo's vision and vision and not on identity politics through the broadcast of the adzan. The broadcast of the call to prayer featuring Ganjar Pranowo is only a form of obedience of an ordinary citizen and not identity politics so it does not violate broadcasting regulations and campaign activities. The solution to the problem offered by Okezone.com is to invite the public to focus on the ideas of the presidential candidate rather than seeing identity politics in the broadcast of Ganjar Pranowo's call to prayer.

Kata Kunci	ABSTRAK
Framing Berita, Ganjar Pranowo, Adzan, Okezone, Politik Identitas	<p>Penelitian ini dilakukan untuk memaknai framing berita yang dilakukan media online Okezone.com terkait munculnya Ganjar Pranowo dalam tayangan Adzan televisi. Penelitian ini merupakan jenis kualitatif menggunakan analisis teks media framing Robert M. Entmant sebagai pisau analisis yang terdiri dari. Kesimpulan penelitian adalah identifikasi kasus (<i>define problems</i>), penyebab masalah (<i>diagnose causes</i>), nilai moral (<i>make moral judgement</i>), dan solusi dari permasalahan (<i>treatment recommendation</i>) Okezone.com menganggap bahwa tayangan adzan Ganjar Pranowo di televise bukan merupakan bagian dari politik identitas. Framing keperpihakan Okezone.com terhadap Ganjar Pranowo dapat dilihat dari judul-judul berita yang terekspos dalam media Okezone.com beserta isinya yang hanya memberitakan terkait orang-orang dan pihak-pihak yang memiliki sudut pandang menolak tayangan adzan Ganjar Pranowo sebagai bentuk politik identitas dan tersebut termasuk dalam pelanggaran kampanye. Okezone mengajak pada masyarakat untuk melihat visi dan visi Ganjar Pranowo dan bukan pada politik identitas melalui tayangan adzan. Tayangan adzan yang memunculkan Ganjar Pranowo hanyalah bentuk ketaatan seorang rakyat biasa dan bukan suatu politik identitas sehingga tidak melanggar peraturan penyiaran dan aktivitas kampanye. Solusi dari permasalahan yang ditawarkan oleh Okezone.com yaitu dengan mengajak masyarakat untuk fokus pada gagasan Bacapres dibandingkan melihat politik idenitas pada tayangan adzan Ganjar Pranowo.</p>

A. Pendahuluan

Saat ini, konsumsi berita setiap harinya adalah hal yang tidak dapat terpisahkan dalam aktivitas masyarakat digital.¹ Pada era digitalisasi yang pesat saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berita apapun, di manapun, dan kapanpun, hanya dengan menggunakan *gadget* yang dipegangnya.² Hal ini dapat terjadi karena adanya perubahan media massa yang dahulunya merupakan media cetak yang menyajikan informasi dalam bentuk dokumen fisik seperti koran, kini beralih menjadi media *online* sebagai sarana menyampaikan berita.³ Media massa merupakan sebuah ruang diskusi publik mengenai

¹ Sunaryanto dan Ahmad Rofi Syamsuri, "Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Salat Jumat," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 12, no. 02 (2022): 1–22, <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>; Sunaryanto dan Sofyan Rizal, "Dakwah Digital Melalui Meme Visualisasi Perempuan dalam Perspektif Semiotika," *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam* 05, no. 02 (2023): 75–95, <https://doi.org/10.33367/kpi.v5i2.3297>.

² Deborah Lupton, *Digital Sociology: An Introduction* (Sydney: University of Sydney, 2012), <https://doi.org/10.2139/ssrn.2273418>; Deborah Lupton, *Digital Sociology* (London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2015).

³ Ikhwan, "Inovasi Media Cetak di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Tribun Timur)," *Jurnal Mercusuar* 1, no. 1 (2020): 69–90.

suatu permasalahan, dalam media massa ini terdapat tiga pihak yang terlibat yaitu; wartawan, sumber berita, dan khalayak.⁴

Melalui media massa masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi mengenai benda, orang, atau tempat yang belum kita alami secara langsung.⁵ Media massa hadir untuk menyebarkan informasi tentang lingkungan politik dan sosial. Selain itu, media massa mempunyai kekuatan mendasar dalam membentuk apa yang diketahui tentang dunia dan juga dapat menjadi sumber utama beragam ide dan perspektif serta memengaruhi cara kita berpikir dan bertindak.⁶ Era teknologi informasi dan komunikasi menjadikan peran komunikasi semakin penting. Media dapat menjadi alat untuk menghadirkan atau mewakili sejumlah kelompok tertentu dengan kepentingan yang beragam.⁷ Di satu sisi, media dapat menghadirkan kelompok tertentu secara positif. Dan sisi lainnya, media juga dapat menghadirkan kelompok tertentu secara negatif.⁸

Dewasa ini media *online* menjadi pusat informasi *terupdate* bagi masyarakat. Segala bentuk informasi disusun rapi dan dipublikasikan dalam sebuah *website* yang dapat diakses siapapun, kapanpun, dan di manapun.⁹ Mulai dari tentang pendidikan, kesehatan, ekonomi, budaya, politik, bahkan sampai berita internasional dapat kita temukan dalam media *online* ini.¹⁰ Cara wartawan menyusun kata, menuliskan fakta dan menekankan fakta berpengaruh pada emosional para pembaca. Hal tersebut bisa sangat berpengaruh lagi apabila berkaitan dengan masalah politik.¹¹

⁴ Tambaruka Apriadi, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: Rajawali Press, 2013), h. 39.

⁵ Dedi Kusuma Habibie, "Dwi Fungsi Media Massa," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 7, no. 2, Desember (2018): 79–86.

⁶ Graeme Burton, *Yang Tersembunyi Di Balik Media, Pengantar Kepada Kajian Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), h. 2.

⁷ Elvinaro Ardianto dan Lukiyati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004).

⁸ Nahid Saeid Bashatah, "Framing Analysis of British Newspaper Representation of Saudi Women from 2005-2013" (Disertasi S3, Doctor of Philosophy in Media and Communication, University of Salford School of Arts and Media, 2017).

⁹ Stuart Cunningham dan David Craig, "Online Entertainment: A new Wave of Media Globalization?," *International Journal of Communication* Vol. 10 (2016), <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/5725/1832>.

¹⁰ Eko Pamuji, *Media Cetak vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, 1 ed. (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

¹¹ Sunaryanto, "Konstruksi Realitas Politik Media Online (Analisis Framing Pemberitaan Kasus Luthfi Hasan Ishaq di Republika.co.id dan Dakwatuna.com)" (Skripsi S1, Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta, 2014); Sunaryanto dan Yunita Soleha, "Analisis Teks Media Massa: Post-Konstruktivisme," *Gandiwa Jurnal Komunikasi* 1, no. 2 (2021): 49–59, <https://doi.org/10.30998/jg.v1i2.871>.

Isu hangat pada tahun 2023 mengenai munculnya Ganjar Pranowo pada tayangan adzan di stasiun TV menimbulkan pro dan kontra bagi masyarakat yang menyaksikan.¹² Hal tersebut dikarenakan saat itu masyarakat Indonesia tengah mempersiapkan pemilu 2024 dan Ganjar Pranowo merupakan Bacapres yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) untuk mengikuti pemilu tahun 2024. Sekitar bulan September 2023 Ganjar Pranowo *debut* dalam tayangan adzan di stasiun TV RCTI yang merupakan anak perusahaan dari PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC Grup) yang komisaris utamanya adalah Hary Tanoesoedibjo.¹³

Hary Tanoesoedibjo pemilik perusahaan MNC Grup juga merupakan ketua umum Partai Persatuan Indonesia (PERINDO) yang termasuk dari salah satu partai yang mengusulkan Ganjar Pranowo menjadi calon Presiden pada pemilu 2024 bersama dengan PDIP selaku partai pegangan Ganjar Pranowo.¹⁴ Selain memiliki RCTI dibidang *entertainment*, PERINDO dibidang politik, MNC Grup juga memiliki Okezone.com sebagai portal berita pertama yang dimiliki oleh PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC Grup) yang mana berarti Okezone.com berada di bawah naungan Hary Tanoesoedibjo juga.¹⁵

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti menganalisis framing atau cara wartawan menyusun kata, mengisahkan fakta, menuliskan fakta dan menekankan fakta berpengaruh pada emosional para pembaca. Tokoh masyarakat akan lebih mendapat perhatian dari masyarakat apabila berada dalam masa-masa pemilu. Hal-hal yang bersangkutan dengan tokoh masyarakat dalam masa-masa pemilu akan terlihat seperti keberpihakan

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang merupakan penelitian yang memiliki penekanan pada pemahaman secara mendalam terhadap sebuah masalah.¹⁶ Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi pada media

¹² Nicholas Ryan Aditya dan Icha Rastika, "Polemik Munculnya Ganjar di Tayangan Azan Maghrib, Penjelasan PDI-P, dan Langkah KPI-Bawaslu," diakses 24 Agustus 2024, <https://nasional.kompas.com/read/2023/09/11/09360171/polemik-munculnya-ganjar-di-tayangan-azan-maghrib-penjelasan-pdi-p-dan?page=all>.

¹³ M. Nurhadi, "Perusahaan TV Milik Hary Tanoe Tayangkan Ganjar saat Adzan, Kampanye Pro-PDIP?," diakses 24 Agustus 2024, <https://www.suara.com/bisnis/2023/09/10/154821/perusahaan-tv-milik-hary-tanoe-tayangkan-ganjar-saat-adzan-kampanye-pro-pdip>.

¹⁴ Komisi Pemilihan Umum, "KPU Tetapkan Tiga Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2024," diakses 24 Agustus 2024, <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12081/kpu-tetapkan-tiga-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024>.

¹⁵ Shabrina Talitha Andani et al., "Peran MNC Group Sebagai Konglomerasi Media Dalam Pilpres 2024," *Jurnal Multidisipilin Ilmu Akademik* 1, no. 3 (2024): 191–201, <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1394>.

¹⁶ Tracy S., *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*, *Revija za sociologiju*, 2013; Uwe Flick, *Designing Qualitative Research*, ed. oleh Uwe Flick (London: Sage Publication Ltd, 2007); Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Source Book*, 3 ed. (London and New York: SAGE Publications, 2014).

online Okezone.com. Maka dari itu penelitian ini menggunakan tempat yang sifatnya fleksibel. Proses pengamatan media online Okezone.com dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja sesuai dengan proses penelitian ini berlangsung. Adapun waktu penelitian yang dilakukan adalah sekitar bulan Januari 2024 – Maret 2024. Pengumpulan data melalui arsip-arsip tertulis atau termuat yang bersumber dari media online Okezone.com yang dipublikasikan pada bulan September 2023 yang berisikan tentang pemberitaan munculnya Ganjar Pranowo pada tayangan adzan di stasiun TV.

Analisis data yang digunakan adalah analisis *framing* sebagai suatu metode analisis teks yang banyak mendapat pengaruh dari teori sosiologi dan psikologi.¹⁷ Dari sosiologi, analisis *framing* dipengaruhi oleh realitas sosial, sedangkan dari psikologi dipengaruhi oleh hubungan skema dan kognisi.¹⁸ Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media.¹⁹ Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *framing* dengan pendekatan Robert Entman. Menurut Robert Entman apa yang kita ketahui tentang realitas atau tentang dunia tergantung pada bagaimana kita membingkai dan menafsirkan realitas tersebut.²⁰ Robert Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. *Framing* dijalankan oleh media dengan menyeleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.²¹

C. Hasil dan Pembahasan

1. Profil Okezone.com

Okezone.com merupakan portal online berita dan hiburan yang berfokus pada pembaca Indonesia baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri. Dengan jargon “Lengkap Cepat Beritanya” Okezone.com memiliki bermacam-macam

¹⁷ Robert M. Entman, “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm,” *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.

¹⁸ Misroji dan Nada Shofiyyah Hafizhah, “Framing Berita Media Online Terhadap Fenomena Sholat Idul Fitri Tahun 1444 H di Pondok Pesantren Al-Zaytun,” *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 19, no. 10 (2023): 67–100, <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1394>.

¹⁹ Sunaryanto dan Sofyan Rizal, “Ideological Construction of the Mass Media: Study of Religious Moderation News in the National Online News Media and its Relation to Moderate Da’wah,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 17, no. 1 (2023): 101–34, <https://doi.org/10.15575/ida.jhs.v17i1.18109>.

²⁰ Sunaryanto, Zulkifli, dan Ahmad Rofi Syamsuri, “Memahami Konstruksi Moderasi Beragama di Media Massa: Perspektif Framing Robert M. Entman atas Berita Republika Online,” *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 06, no. 01 (2022): 36–49, https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v6i1.

²¹ Sunaryanto dan Ahmad Rofi Syamsuri, “Understanding Islamic Media Ideology: An Analysis of the News Framing on Christmas Celebrations and Its Relation to Religious Moderation,” *Jurnal Ilmiah Syiar* 23, no. 02 (2023): 1–27.

konten seperti berita umum, politik, peristiwa, internasional, ekonomi, lifestyle, selebriti, sports, teknologi, travel, food, haji, dan Muslim. Okezone.com memiliki beragam konten seperti berita umum, politik, peristiwa, internasional, ekonomi, lifestyle, selebriti, sports, bola, auto, teknologi, Travel, Food, Haji, dan Muslim. Okezone.com resmi diluncurkan (Commercial Launch) sebagai portal berita pada 1 Maret 2007. Lahirnya Okezone.com menjadi cikal-bakal bisnis online pertama milik PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC), sebuah perusahaan media terintegrasi yang terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara.

PT MNC Tbk juga memiliki dan mengelola bisnis media TV (RCTI, MNCTV, GTV, dan iNewsTV), media cetak (Koran Seputar Indonesia, Sindo Weekly, Highend, Just For Kids, Highend Teen, Network!). Kemudian media radio (MNC Trijaya FM, Global Radio, Radio RDI, V Radio). Selain media massa, PT MNC Tbk juga memiliki deretan bisnis di berbagai sektor. Mulai Juni 2019, Okezone menduduki peringkat ke-2 untuk Kategori portal berita terpopuler di Indonesia (Sumber: Alexa.com). Prestasi ini tercipta karena semakin banyak pengunjung situs yang mengakses Okezone.com setiap harinya. Selain itu, jumlah pengguna internet di Indonesia juga terus tumbuh mencapai 150 (data Google) juta pada 2017, dan diperkirakan akan terus tumbuh secara signifikan dalam beberapa tahun ke depan.

2. Framing Pemberitaan Munculnya Ganjar Pranowo Pada Tayangan Adzan di Stasiun TV di Okezone.com

Tabel 2.1 Berita dan Artikel Munculnya Ganjar Pranowo Pada Tayangan Adzan oleh Okezone.com

No.	Tanggal Berita	Judul Berita
1	11 September 2023	Tampilnya Ganjar di Tayangan Adzan Disebut Tak Langgar Aturan
2	11 September 2023	Tayangan Adzan Menampilkan Ganjar Pranowo, Ketua PBNU: Saya Malah Senang
3	11 September 2023	Persis: Wajah Ganjar Pranowo Tampil di Tayangan Azan Magrib
4	11 September 2023	Tayangan Azan Tampilkan Ganjar Pranowo Ajakan Beribadah dan Dakwah
5	12 September 2023	Tayangan Azan Libatkan Ganjar, Donie Tokan Sebut Ajakan Salat Bagian Ibadah
6	12 September 2023	Ganjar Muncul di Tayangan Azan, Pakar Komunikasi Sepakat Tak Langgar Aturan karena Rakyat Biasa

7	12 September 2023	Ganjar di Tayangan Azan Wujud Kesehariannya yang Nasionalis dan Religius
8	12 September 2023	Partai Perindo: Tampil di Tayangan Azan, Bukti Ganjar Pranowo Sosok Muslim yang Taat
9	13 September 2023	Tayangan Azan magrib Ganjar Pranowo Perlihatkan Sosoknya yang Taat Beragama
10	13 September 2023	UYM: Tayangan Azan Tampilkan Ganjar Pranowo untuk Ajakan Kebaikan
11	13 September 2023	Ganjar Pranowo Tampil pada Tayangan Azan Magrib, UYM: Insyaallah Bukan Pencitraan
12	13 September 2023	Muncul dalam Tayangan Azan Magrib, Ganjar Pranowo Jadi Warga Biasa
13	13 September 2023	Ganjar Pranowo Tampil di Tayangan Azan Magrib, UYM: Capres Lain Monggo
14	13 September 2023	Ganjar Tampil di Tayangan Azan Magrib, Ustadz Yusuf Mansur: Tak Bawa Atribut Politik
15	13 September 2023	Ganjar Muncul di Tayangan Azan, Ustadz Yusuf Mansur: Tunjukkan Keislamannya, Bukan Politik Identitas
16	14 September 2023	Masyarakat Diajak Diskusikan Gagasan Bacapres Ketimbang Tayangan Azan Ganjar Pranowo
17	14 September 2023	Ganjar Pranowo Muncul di Tayangan Azan Magrib, Prabu Revolusi: Beliau Warga Biasa
18	14 September 2023	Ganjar Muncul di Tayangan Azan, Pengamat: Bukan Politik Identitas dan Tidak Melanggar
19	15 September 2023	KPI Tetapkan Tayangan Azan Ganjar Tak Langgar Aturan, Syafril Nasution: Sangat Tepat!
20	19 September 2023	Ganjar: Saya Tidak Punya Sejarah Politik Identitas

Tabel 2.2 Frame Berita dan Narasumber Berita Okezone.com

No.	Judul	Isi Berita	Narasumber
1	Tampilnya Ganjar di Tayangan Adzan Disebut Tak Langgar Aturan	Pendapat narasumber mengenai tidak adanya pelanggaran dalam tayangan adzan.	Ketua Asosiasi Komunikolog Indonesia, Suko Widodo. Pakar komunikasi Universitas Pelita Harapan, Emrus

No.	Judul	Isi Berita	Narasumber
			Sihombing. Peneliti dan pengajar komunikasi pada London School of Public Relations, Iwel Sastra.
2	Ganjar Muncul di Tayangan Azan, Pakar Komunikasi Sepakat Tak Langgar Aturan karena Rakyat Biasa	Siaran adzan yang menampilkan Ganjar tidak melanggar aturan karena sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).	Pakar Komunikasi Universitas Airlangga, Suko Widodo. Dosen Komunikasi dari London School of Public Relations (LSPR).
3	Partai Perindo: Tampil di Tayangan Azan, Bukti Ganjar Pranowo Sosok Muslim yang Taat	Partai Perindo menilai bahwa tayangan azan yang menampilkan Ganjar merupakan representasi sosok muslim dalam menjalankan perintah agama.	Wakil Ketua Umum DPP Partai Perindo, Ferry Kurnia.
4	Masyarakat Diajak Diskusi Gagasan Bacapres Ketimbang Tayangan Azan Ganjar Pranowo	Mengajak masyarakat untuk memperdebatkan kebijakan ketiga kandidat Bakal Calon Presiden daripada mempersoalkan munculnya Ganjar dalam tayangan adzan.	Pemimpin redaksi Inews TV, Prabu Revolusi.

a. Edisi Senin, 11 September 2023 Pukul 10.31 WIB

Okezone.com menerbitkan berita dengan judul 'Tampilnya Ganjar di Tayangan Adzan Disebut Tak Langgar Aturan.' Dalam pemberitaan ini Okezone.com mengangkat berita bahwa tampilnya Ganjar di tayangan adzan tidak melanggar aturan karena tidak mengandung unsur kampanye dan belum memasuki masa kampanye juga. Selain itu disampaikan juga bahwa banyak wajah orang lain dalam siaran tersebut sehingga konteks Ganjar dalam tayangan tersebut merupakan orang biasa seperti yang lainnya.

Tabel 2.3 Perangkat Framing Entman Okezone.com I

Define Problems	Ganjar yang muncul dalam tayangan adzan bukanlah suatu pelanggaran.
Diagnose Causes	Suko Widodo dan Emrus Sihombing beranggapan tidak melanggar peraturan penyiaran.
Make Moral Judgement	Tidak ada peraturan perundang-undangan yang dilanggar sebab konteks Ganjar dalam tayangan tersebut merupakan orang biasa seperti orang yang lain muncul sebelumnya.
Treatment Recommendation	Perlu adanya improvisasi dalam tayangan azan.

Define Problems. Frame yang dikembangkan oleh Okezone.com dalam berita ini yaitu menginformasikan bahwa tayangan adzan yang menampilkan Ganjar tidak ada aturan yang dilanggar sebab tidak ada bahan kampanye di dalamnya.

"Dari sisi peraturan-perundangan tak ada yang dilanggar. Ini kan bukan masa kampanye. Terdaftar di KPU sebagai Capres juga belum. Di dalamnya pun tak ada bahan kampanye apapun. Saya bingung di mana letak kontroversinya," tutur Suko dalam keterangannya, Senin (11/9/2023).

Diagnose Causes. Dalam berita ini Okezone.com menilai bahwa munculnya Ganjar pada tayangan adzan di televisi tidak termasuk dalam pelanggaran sebab posisi Ganjar pada tayangan tersebut sama seperti umat pada umumnya. Tak hanya Suko, pakar komunikasi Universitas Pelita Harapan Emrus Sihombing merasa posisi Ganjar dalam tayangan azan itu seperti umat Isa pada umumnya. Apalagi, kata Emrus, tayangan adzan itu tak hanya menampilkan Ganjar.

Make Moral Judgement. Nilai moral yang dapat diambil dalam pemberitaan tersebut adalah wajah-wajah yang tampil dalam tayangan adzan di stasiun televisi termasuk Ganjar merupakan suatu hal yang baik.

"Sebelum ada wajah Ganjar, kan banyak juga wajah-wajah orang lain dalam siaran tersebut. Dalam konteks tersebut, Ganjar kan orang biasa, tidak ada bedanya dengan wajah-wajah umat lainnya yang tampil pada adzan tersebut. Ajakan Ganjar maupun semua yang pernah tampil di adzan itu adalah sesuatu yang baik," tuturnya.

Treatment Recommendation. Okezone.com merekomendasikan bahwa perlu adanya improvisasi dalam tayangan adzan guna menambah lengkap lanskap dari seluruh Indonesianya. Sementara ahli komunikasi Universitas Hasanuddin Hasrullah menambahkan, perlu adanya improvisasi dalam tayangan azan.

"Bisa saja segera ditambahkan wajah para ulama lain. Misal wajah Tuan Guru Bajang, atau beberapa wajah lain dari Kawasan Timur Indonesia. Sehingga lanskapnya lengkap dari seluruh Indonesia," tambah Hasrullah.

b. Edisi : Selasa, 12 September 2023 Pukul 15.42WIB

Okezone.com menerbitkan berita dengan judul ‘Ganjar Muncul di Tayangan Azan, Pakar Komunikasi Sepakat Tak Langgar Aturan karena Rakyat Biasa.’ Pada kali ini, pemberitaan yang dibahas oleh Okezone.com adalah mengenai status Ganjar sebagai warga biasa sehingga munculnya dalam tayangan adzan tidak melanggar aturan.

Tabel 2.4 Perangkat Framing Entman Okezone.com II

Define Problems	Ganjar Pranowo merupakan warga biasa.
Diagnose Causes	Pakar komunikasi yang beranggapan bahwa Ganjar dalam tayangan adzan merupakan rakyat biasa.
Make Moral Judgement	Bila tayangan yang menampilkan Ganjar berstatus rakyat biasa itu melanggar, maka semua tayangan adzan tidak boleh menampilkan wajah orang.
Treatment Recommendation	Harus ada diskusi substantif soal definisi iklan atau ajakan mana yang tidak boleh dan boleh, serta dalam konteks apa.

Define Problems. Dalam pemberitaan ini, Okezone.com mengangkat masalah bahwa Ganjar berstatus sebagai warga biasa sehingga sama seperti yang lainnya. Wajah Ganjar yang muncul juga bukan merupakan iklan. Namun, menurut Widodo kemunculan Ganjar dalam tayangan Azan bukan termasuk iklan. Kata dia, saat ini Ganjar berstatus sebagai warga biasa.

"Masalahnya apakah wajah Ganjar dalam siaran azan itu merupakan iklan? Menurut kami tidak demikian. Kalau ya, maka seluruh wajah dalam semua tayangan azan adalah iklan," katanya.

Diagnose Causes. Okezone.com melalui pakar komunikasi menilai bahwa Ganjar memiliki hak yang sama sebagai warga biasa sehingga harus bersikap adil. Apabila rakyat lain boleh muncul dalam tayangan adzan, maka Ganjar juga boleh tampil.

"Pada saat kita ingin adil terhadap nama-nama lain, maka kita jangan melupakan harus adil juga pada Ganjar. Kalau wajah rakyat lain boleh tampil pada siaran azan, maka wajah Ganjar yang kini adalah rakyat biasa juga boleh tampil di sana. Atau jika mau adil secara hakiki, maka seluruh azan harus tanpa wajah siapapun," tutur Iwel Sastra memperkuat Suko Widodo.

Make Moral Judgement. Okezone.com memberi penilaian moral dengan menekankan sikap adil dan konsisten. Apabila Ganjar yang berstatus sebagai warga biasa muncul dalam tayangan adzan melanggar, maka seluruh adzan tidak boleh menampilkan wajah orang dalam tayangannya. Kata dia, apabila tayangan Azan yang menampilkan Ganjar yang berstatus sebagai rakyat itu melanggar. Artinya, KPU juga harus konsisten bahwa tayangan Azan tidak boleh menampilkan wajah orang.

"Ganjar kan saat ini sama dengan warga negara biasa. Kalau kita konsisten maka seluruh azan tidak boleh ada wajah orang. Cukup suara dan visualisasi tulisan. Bagi kami yang penting adalah sikap konsisten," ujar Suko.

Treatment Recommendation. Dalam hal ini, penyelesaian masalah yang diberikan Okezone.com adalah dengan diskusi terkait pendefinisian iklan secara detail mana yang boleh dan mana yang tidak boleh. Peneliti Institut Salemba School Effendi Gazali mengatakan, harus ada diskusi substantif soal definisi iklan atau ajakan mana yang tidak boleh dan boleh, serta dalam konteks apa.

"Apakah ajakan atau gagasan untuk mengamalkan nilai-nilai Pancasila dan ajakan untuk menunaikan ibadah sekarang dibatasi, tidak boleh dalam tayangan tertentu? Atau boleh dalam semua siaran justru karena ajakan moralnya hakiki?" ujar Effendi.

c. Edisi : Selasa, 12 September 2023 Pukul 19.04 WIB

Okezone.com menerbitkan berita dengan judul ‘Partai Perindo: Tampil di Tayangan Azan, Bukti Ganjar Pranowo Sosok MusOlim yang Taat.’ Pemberitaan pada edisi ini Okezone.com mengangkat pemberitaan mengenai pendapat Partai Perindo selaku partai pengusung Ganjar mengenai munculnya Ganjar dalam tayangan adzan di televisi. Pihaknya menilai bahwa hal tersebut merupakan bukti Ganjar merupakan Muslim yang taat. Okezone.com menegaskan tidak ada unsur kampanye dalam penayangan adzan tersebut dan bukan merupakan politik identitas.

Tabel 2.5 Perangkat Framing Entman Okezone.com III

Define Problems	Tudingan pada Ganjar yang melakukan politik identitas lewat tayangan adzan dianggap berlebihan.
Diagnose Causes	Ganjar yang merupakan sosok muslim yang religius dan taat.
Make Moral Judgement	Adzan merupakan syiar Islam sehingga munculnya Ganjar dalam tayangan adzan bukanlah politik identitas.
Treatment Recommendation	Tayangan adzan yang menampilkan Ganjar tidak merusak makna adzan itu sendiri.

Define Problems. Pemberitaan yang ditulis oleh Okezone.com ini mencoba menangkis tuduhan politik identitas dalam tayangan adzan yang menampilkan Ganjar. Dijelaskan bahwa tayangan tersebut bukanlah politik identitas melainkan representasi sosok muslim yang taat. Wakil Ketua Umum (Waketum) DPP Partai Perindo Ferry Kurnia Rizkiyansyah menilai, tuduhan kepada Bakal Calon Presiden (Bacapres) Partai Perindo Ganjar Pranowo melakukan politik identitas dalam tayangan azan magrib di salah satu televisi swasta merupakan hal yang berlebihan. Menurutnya, tayangan tersebut merupakan representasi sosok seorang muslim dalam menjalankan perintah agama.

"Anggapan Mas Ganjar melakukan politik identitas, hemat saya merupakan sesuatu yang berlebihan. Ini sebuah tayangan azan yang menampilkan semangat religiusitas yang berketuhanan dengan sosok muslim yang taat, merakyat dan rendah hati seperti Mas Ganjar," kata pria yang kerap disapa Kang Ferry itu kepada wartawan, Selasa (12/9/2023).

Diagnose Causes. Dalam berita ini juga Okezone.com menegaskan pernyataan dari Ferry yang merupakan Bacaleg DPR RI dari Partai Perindo Dapil Jawa Barat I yang mengatakan bahwa tidak ada unsur kampanye dalam tayangan adzan, melainkan menunjukkan sosok Ganjar yang religius. Ferry yang merupakan Bacaleg DPR RI dari Partai Perindo Dapil Jawa Barat I (Kota Bandung dan Cimahi) itu--menegaskan, tidak ada unsur kampanye dalam penayangan azan tersebut. Ferry menganggap bahwa sosok Ganjar Pranowo memang seorang muslim yang religius dan taat.

"Tayangan azan di televisi adalah tayangan yang menampilkan panggilan untuk sholat (azan) dalam agama Islam. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, tayangan ini bertujuan untuk mengingatkan umat Islam untuk melaksanakan sholat. Frekuensi dan durasi tayangan azan sesuai dengan porsinya, bukan mengambil bagian dari keseluruhan tayangan," pungkasnya.

Make Moral Judgement. Okezone.com memberikan nilai moral bahwa adzan merupakan bagian dari syiar Islam sehingga tidak termasuk dalam kategori politik identitas. Saiful mengatakan, azan merupakan bagian dari syiar Islam. Sehingga tidak termasuk dalam kategori politik identitas.

"Kalau menurut saya enggak (politik identitas). Azan itu bagian dari syiar aja. Kecuali kalau memang identitasnya itu aku A, Anda B, atribut, itu kan hanya bagian dari ritual yang wajar," pungkasnya.

Treatment Recommendation. Solusi yang ditampilkan oleh Okezone.com adalah bukan masalah apabila tayangan tersebut tidak merubah makna dari adzan itu sendiri. Sementara itu, Wakil Menteri Agama (Wamenag) Saiful Rahmat Dasuki mengatakan, tak

masalah jika Ganjar Pranowo muncul dalam tayangan azan magrib di televisi swasta. Menurutnya, hal tersebut tidak merusak makna azan itu sendiri.

"Itu kan bagian dari sebuah proses ya. Saya pikir kalau tidak merusak makna azan itu sendiri," kata Saiful di Kantor Kemenko PMK, Jakarta, Selasa.

d. Edisi : Kamis, 14 September 2023 Pukul 01.21 WIB

Okezone.com menerbitkan berita dengan judul 'Masyarakat Diajak Diskusikan Gagasan Bacapres Ketimbang Tayangan Azan Ganjar Pranowo.' Pemberitaan yang diangkat oleh Okezone.com kali ini berisikan ajakan kepada masyarakat untuk fokus pada gagasan dan program Bacapres yang akan dicalonkan untuk pemilu 2024 mendatang. Di samping itu, Okezone.com kembali menegaskan bahwa tayangan adzan yang menampilkan Ganjar tidak ada aturan yang dilanggar dan bukan masalah yang besar.

Tabel 2.6 Perangkat Framing Entman Okezone.com IV

Define Problems	Diskusi mengenai gagasan bacapres lebih penting dari pada membahas munculnya Ganjar dalam tayangan adzan.
Diagnose Causes	Prabu Revolusi menganggap diskusi gagasan bacapres lebih penting.
Make Moral Judgement	Lebih perlu diskusi mengenai gagasan capres. Di luar itu biar tidak perlu dikomentari.
Treatment Recommendation	Ajakan diskusi gagasan bacapres.

Define Problems. Kali ini Okezone.com mengangkat masalah bahwa mempersoalkan munculnya Ganjar tidak penting, melainkan lebih penting fokus pada kebijakan dan visi misi calon kandidat pemilu 2024. Pemimpin redaksi Inews TV, [Prabu Revolusi](#) mengajak masyarakat untuk memperdebatkan kebijakan dari tiga kandidat Bakal Calon Presiden (Bacapres) atau Bacawapres menjelang Pemilu 2024 ini. Menurut dia, langkah tersebut lebih baik dari pada harus mempersoalkan munculnya [Ganjar Pranowo](#) dalam tayangan azan magrib. Saat ini masing-masing kandidat telah membuat misi visi jika memang terpilih sebagai Presiden pada 2024 mendatang.

Diagnose Causes. Okezone.com menilai membahas soal munculnya Ganjar hanyalah buang waktu. Mengingat pemilu 2024 sudah dekat, Okezone.com melalui Prabu Revolusi mengajak masyarakat untuk memfokuskan pada kebijakan bacapres untuk Indonesia ke depan.

"Ya sekarang kalau misalnya memang mau mengkritik, kritik ditataran gagasan. Gagasannya Ganjar itu ada yang bagus atau enggak, ada yang negatif atau enggak,

ayo diskusikan itu, termasuk juga kritik kepada calon yang lain, apakah itu Prabowo ataupun juga Anies mainkan di tataran gagasan," katanya.

Make Moral Judgement. Okezone.com memberikan nilai moral dengan menekankan tayangan adzan Ganjar tidak ada yang dilanggar dan hal tersebut bukanlah masalah yang besar. Ia menyebut, tayangan azan Ganjar juga tidak ada yang dilanggar. Sebab Ganjar belum menjadi peserta pemilu. Sebab Ganjar belum didaftarkan oleh partai pengusung ke Komisi Pemilihan Umum (KPU). Dirinya juga mengingatkan, bahwa banyak sekali tokoh yang sebelumnya tampil dalam tayangan azan, dan tentu bukan menjadi permasalahan besar.

"Yang wajahnya tayang di azan itu ada banyak, kenapa yang Ganjar Pranowo ini kok diramein loh, itu yang saya enggak paham," sambungnya.

Treatment Recommendation. Dalam hal ini, penyelesaian masalah yang diberikan oleh Okezone.com adalah dengan mengajak masyarakat untuk lebih fokus pada gagasan para Bacapres dan memisahkan dengan urusan pribadi Bacapres.

"Imbauan. Saya pikir publik sepakat saja, lebih baik mendiskusikan gagasan, di luar gagasan itu menjadi hak hidup masing-masing capres masing-masing individu, masing-masing tokoh. Kita tidak mengomentari siapa istri, siapa anak dan semacamnya enggak, kita enggak mengomentari pagi-pagi bangun jam berapa, sholat subuh atau enggak. Itu domain pribadi," kata Prabu.

Lebih rinci, Prabu memberikan contoh ketika Ganjar dengan gagasannya akan menaikkan gaji guru, sedangkan Prabowo yang akan memberikan makanan secara gratis kepada siswa sekolah. Serta janji dari Cawapres Anies Baswedan, Muhaimin Iskandar (Cak Imin) yang akan menaikkan dana desa menjadi Rp 5 Miliar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa identifikasi kasus (*define problems*) munculnya Ganjar Pranowo dalam tayangan adzan di stasiun Okezone.com menganggap bahwa kasus tersebut bukanlah suatu politik identitas yang melanggar aktivitas kampanye dan peraturan penyiaran. Okezone.com merupakan media yang paling mendukung menolak kasus munculnya Ganjar dalam tayangan adzan di televisi merupakan sebuah politik identitas dan melanggar aturan penyiaran dan aktivitas kampanye. Hal tersebut bisa dilihat dari judul-judul berita yang terekspos dalam media Okezone.com beserta isinya yang hanya memberitakan terkait orang-orang dan pihak-pihak yang memiliki sudut pandang menolak kasus tersebut termasuk dalam pelanggaran.

Pada perangkat *diagnose causes* dapat ditemukan bahwa Okezone tidak menggagap penting perdebatan mengenai munculnya Ganjar Pranowo dalam Adzan. Okezone

mengajak masyarakat untuk memahami bahwa masuknya Ganjar ke dalam tayangan Adzan bukan merupakan politik identitas. Okezone mengajak masyarakat untuk lebih melihat visi dan misi yang dibawa oleh Ganjar Pranowo dan bukan pada politik identitas melalui tayangan adzan.

Nilai moral (*make moral judgement*) yang terdapat pada pemberitaan Okezone.com memberikan nilai moral berupa tayangan adzan yang memunculkan Ganjar hanyalah bentuk dari ketaatan seorang rakyat biasa dan bukan suatu politik identitas sehingga tidak melanggar peraturan penyiaran dan aktivitas kampanye. Sehingga, solusi dari permasalahan (*treatment recommendation*) yang ditawarkan oleh Okezone.com yaitu dengan mengajak masyarakat untuk fokus pada gagasan Bacapres ketimbang tayangan adzan. Okezone.com menganggap perlunya adanya improvisasi tayangan adzan dengan menambah tokoh yang lain serta meminta untuk memperjelas definisi iklan yang boleh untuk ditayangkan.

Daftar Pustaka

- Aditya, Nicholas Ryan, dan Icha Rastika. "Polemik Munculnya Ganjar di Tayangan Azan Maghrib, Penjelasan PDI-P, dan Langkah KPI-Bawaslu." Diakses 24 Agustus 2024. <https://nasional.kompas.com/read/2023/09/11/09360171/polemik-munculnya-ganjar-di-tayangan-azan-maghrib-penjelasan-pdi-p-dan?page=all>.
- Andani, Shabrina Talitha, Fhida Nabila Sholihah, Ilham Ghiffari, Fikri Lil Hawadits, dan Pia Khoirotun Nisa. "Peran MNC Group Sebagai Konglomerasi Media Dalam Pilpres 2024." *Jurnal Multidisipilin Ilmu Akademik* 1, no. 3 (2024): 191–201. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1394>.
- Apriadi, Tambaruka. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Ardianto, Elvinaro, dan Lukiyati Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Bashatah, Nahid Saeid. "Framing Analysis of British Newspaper Representation of Saudi Women from 2005-2013." Disertasi S3, Doctor of Philosophy in Media and Communication, University of Salford School of Arts and Media, 2017.
- Burton, Graeme. *Yang Tersembunyi Di Balik Media, Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Cunningham, Stuart, dan David Craig. "Online Entertainment: A new Wave of Media Globalization?" *International Journal of Communication* Vol. 10 (2016). <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/5725/1832>.

- Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.
- Flick, Uwe. *Designing Qualitative Research*. Diedit oleh Uwe Flick. London: Sage Publication Ltd, 2007.
- Habibie, Dedi Kusuma. "Dwi Fungsi Media Massa." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 7, no. 2, Desember (2018): 79–86.
- Ikhwan. "Inovasi Media Cetak di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Tribun Timur)." *Jurnal Mercusuar* 1, no. 1 (2020): 69–90.
- Komisi Pemilihan Umum. "KPU Tetapkan Tiga Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2024." Diakses 24 Agustus 2024. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/12081/kpu-tetapkan-tiga-pasangan-calon-presiden-dan-wakil-presiden-pemilu-2024>.
- Lupton, Deborah. *Digital Sociology: An Introduction*. Sydney: University of Sydney, 2012. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2273418>.
- — —. *Digital Sociology*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2015.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Source Book*. 3 ed. London and New York: SAGE Publications, 2014.
- Misroji, dan Nada Shofiyah Hafizhah. "Framing Berita Media Online Terhadap Fenomena Sholat Idul Fitri Tahun 1444 H di Pondok Pesantren Al-Zaytun." *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 19, no. 10 (2023): 67–100. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1394>.
- Nurhadi, M. "Perusahaan TV Milik Hary Tanoe Tayangkan Ganjar saat Adzan, Kampanye Pro-PDIP?" Diakses 24 Agustus 2024. <https://www.suara.com/bisnis/2023/09/10/154821/perusahaan-tv-milik-hary-tanoe-tayangkan-ganjar-saat-adzan-kampanye-pro-pdip>.
- Pamuji, Eko. *Media Cetak vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*. 1 ed. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- Sunaryanto. "Konstruksi Realitas Politik Media Online (Analisis Framing Pemberitaan Kasus Luthfi Hasan Ishaq di Republika.co.id dan Dakwatuna.com)." Skripsi S1, Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta, 2014.
- Sunaryanto, dan Sofyan Rizal. "Dakwah Digital Melalui Meme Visualisasi Perempuan dalam Perspektif Semiotika." *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam* 05, no. 02 (2023): 75–95. <https://doi.org/10.33367/kpi.v5i2.3297>.
- — —. "Ideological Construction of the Mass Media: Study of Religious Moderation News

- in the National Online News Media and its Relation to Moderate Da'wah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 17, no. 1 (2023): 101–34. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v17i1.18109>.
- Sunaryanto, dan Yunita Soleha. "Analisis Teks Media Massa: Post-Konstruktivisme." *Gandiwa Jurnal Komunikasi* 1, no. 2 (2021): 49–59. <https://doi.org/10.30998/jg.v1i2.871>.
- Sunaryanto, dan Ahmad Rofi Syamsuri. "Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Salat Jumat." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 12, no. 02 (2022): 1–22. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>.
- — —. "Understanding Islamic Media Ideology: An Analysis of the News Framing on Christmas Celebrations and Its Relation to Religious Moderation." *Jurnal Ilmiah Syiar* 23, no. 02 (2023): 1–27.
- Sunaryanto, Zulkifli, dan Ahmad Rofi Syamsuri. "Memahami Konstruksi Moderasi Beragama di Media Massa: Perspektif Framing Robert M. Entman atas Berita Republika Online." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 06, no. 01 (2022): 36–49. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v6i1.
- Tracy S. *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. Revija za sociologiju, 2013.