

**SIKAP DETIK.COM TERHADAP PEMBERITAAN GANJAR PRANOWO
MENJELANG PILPRES 2024**

Pradipta Adi Utama, Adi Nugroho, Nurul Hasfi

Pradiptaau49@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024)7465407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Every mass media is required to present news objectively, but in fact there are still media that compare the image of presidential candidates in the 2024 presidential election so that subjectivity in reporting cannot be avoided. The analysis used is framing analysis by Pan and Kosicki which has a framing structure in the form of syntax, script, thematic and rhetorical. Meanwhile, the theories used are social construction of reality and agenda setting theory to explain the phenomenon of Ganjar Pranowo's reporting ahead of the 2024 Presidential Election. Therefore, the aim of this research is to determine the attitude of detik.com media through describing the framing carried out by detik.com in publishing news about Ganjar Pranowo ahead of the 2024 presidential election. The results of the research show that detik.com's attitude shows that there is a lack of neutrality, there is partiality for Ganjar Pranowo as one of the 2024 presidential candidates, there is unbalanced reporting that narrates Ganjar Pranowo with a positive narrative, whereas for other presidential candidates, namely Prabowo and Anies Baswedan with a narrative that tends to be negative. detik.com's attitude towards Ganjar Pranowo ahead of the 2024 presidential election is positive, as can be seen from its narrative that Ganjar is the presidential candidate with the highest level of electability; have a positive image amidst polemics in society; Presidential candidate who has a lot of support; received positive assessments from political figures; and o actively seeking support for his victory in the 2024 presidential election.

Keywords: Detik.com, News, Ganjar Pranowo, 2024 Presidential Election

ABSTRAK

Setiap media massa diwajibkan untuk menyajikan berita secara objektif, namun nyatanya masih terdapat media yang *membranding* citra bakal calon presiden dalam Pilpres 2024 sehingga subjektivitas dalam pemberitaan tidak dapat dihindarkan. Analisis yang digunakan adalah analisis framing oleh Pan dan Kosicki yang memiliki struktur framing berupa Sintaksis, skrip, tematis dan retorik. Sementara teori yang digunakan adalah *social construction of reality* dan teori agenda setting untuk menjelaskan fenomena pemberitaan

Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sikap media detik.com melalui pendeskripsian pembingkaiannya yang dilakukan oleh detik.com dalam memuat berita tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap detik.com ini menunjukkan adanya ketidaknetralan, ada keberpihakan kepada Ganjar Pranowo sebagai salah satu Capres 2024, ada pemberitaan yang tidak berimbang menarasikan Ganjar Pranowo dengan narasi positif sedangkan pada Capres lain yaitu Prabowo maupun Anies Baswedan dengan narasi yang cenderung negatif. Sikap detik.com terhadap Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 adalah positif dapat dilihat dari narasinya bahwa Ganjar adalah Capres yang memiliki tingkat elektabilitas tertinggi; memiliki citra positif ditengah-tengah polemik di masyarakat; Capres yang memiliki banyak dukungan; mendapat penilaian positif dari para tokoh politik; dan giat mencari dukungan untuk kemenangannya di Pilpres 2024.

Kata Kunci : Detik.com, Pemberitaan, Ganjar Pranowo, Pilpres 2024

PENDAHULUAN

Menjelang Pilpres 2024 frekuensi pemberitaan tentang tokoh politik di berbagai media *online* semakin meningkat, kualitas dan kuantitas berita dari berbagai media termasuk detik.com menjadi relevan karena pesta demokrasi 2024 akan segera berlangsung. Informasi mengenai perkembangan arah politik dari tokoh-tokoh politik menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) semakin dibutuhkan dalam suatu pemberitaan yang aktual. Suatu peristiwa perlu dipublikasikan melalui media pemberitaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas informasi yang memiliki nilai yang baru, terkini dan hangat (Abdul Muhaemin dkk, 2019:2). Pengaruh dari sebuah pemberitaan ini tergantung pada sejauh mana jumlah masyarakat yang terpengaruh olehnya dan sejauh mana efek berita tersebut memengaruhi khalayak (Suhardiana, 2020:40).

Ganjar Pranowo adalah salah satu kandidat yang paling banyak muncul dalam pemberitaan-pemberitaan bakal calon presiden menjelang Pilpres 2024 di berbagai media *online*. Menurut survei yang dilakukan beberapa lembaga seperti Litbang Kompas pada Oktober 2021, Ganjar sejajar dengan Prabowo sebesar 13,9 %. Ini menjadikan nama Ganjar sering muncul. *Development Technology Strategy* (DTS) pada bulan November 2022 lalu menemukan bahwa Ganjar mendapatkan rating tertinggi sebesar 31,57% yang kemudian diikuti oleh Prabowo dengan rating 28,10%. Kemudian, berdasarkan Survei Mujani *Research and Consulting* (SMRC) pada bulan Desember 2022 lalu, Ganjar memiliki elektabilitas sebesar 32,2%, sedangkan Prabowo sebesar 17,0% begitu pula dengan lembaga survei Charta Politika menampilkan Ganjar menempati 25,8% dan diikuti Prabowo 22,3% (Permatasari, 2023: 617). Lebih lanjut

survey Bakal Calon Presiden terbaru yang dilakukan oleh Lembaga Indo Riset pada periode 11-18 September 2023, Ganjar memiliki rating tertinggi dengan presentase 34,4% diikuti Prabowo dengan presentase 34,3% dan Anies memiliki presentase 25,2%.

Elektabilitas Ganjar Pranowo yang tinggi ini tidak lain disebabkan karena sejak awal 2020 mencitrakan dirinya melalui media sosial untuk mencari simpati masyarakat Indonesia sehingga menjadikannya di posisi puncak survey Bakal Calon Presiden 2024. Faktor penyebab unggulnya Ganjar Pranowo dalam survey Capres 2024 yakni Ganjar memiliki jabatan publik sebagai Gubernur Jawa Tengah sehingga hal itu menjadi panggung politik baginya. Selain itu, gaya komunikasi Ganjar yang mudah dicerna publik sehingga lebih dikenal luas oleh masyarakat. Meski bisa jadi hanya *gimmick* politik, beberapa gebrakan Ganjar menjadi sorotan publik sehingga mengundang simpati dan publik menilai bahwa Ganjar berpotensi besar sebagai Capres 2024.

Pencalonan Ganjar sebagai Capres 2024 oleh PDIP dianggap tidak sesuai dengan realitas ekonomi masyarakat di Jawa Tengah. Efriza, seorang pengamat politik dari Citra Institute, menyatakan bahwa kinerja Ganjar Pranowo selama dua periode tidak memberikan kesejahteraan maksimal kepada warga Jawa Tengah. Hal

ini disebabkan oleh banyaknya masalah yang masih perlu diatasi, terutama tingginya tingkat kemiskinan (Dwi, 2023). Rizal Ramli, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman, juga menyoroti tingginya angka kemiskinan di tiga provinsi besar di Indonesia, termasuk Jawa Tengah. Melalui akun Twitter pribadinya, ia mengkritik Ganjar Pranowo, gubernur Jawa Tengah, yang dianggap terlalu fokus pada persiapan Pilpres 2024 (Firmansyah, 2022:1).

Berdasarkan isu-isu piala dunia yang hampir 1 bulan dari pernyataan Ganjar tersebut, detik.com kembali memberitakan Ganjar dengan judul “*SMRC sebut Ganjar Berpeluang Naikan Elektabilitas dibanding Prabowo*” yang dimuat pada tanggal 18 April 2023. Akan tetapi pemberitaan berbeda dengan detik.com yang menilai bahwa elektabilitas Ganjar akan menurun berasal dari media online suaramerdeka.com dengan judul “*Beda Hasil Survei Elektabilitas Ganjar usai RI Gagal jadi Tuan Rumah Piala Dunia U-20*” yang dimuat pada tanggal 19 April 2023, didalamnya dituliskan bahwa elektabilitas Ganjar merosot hingga 8 persen berdasarkan survei Indikator Politik Indonesia. Selain itu, media online kompas.com juga memberitakan ada penurunan elektabilitas dari Ganjar dengan judul “*Elektabilitas Ganjar Turun 7-8 Persen, Survei Indikator: Ada Efek*

Pembatalan Piala Dunia U20” yang dipublikasikan tanggal 20 April 2023.

Detik.com melalui pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 juga menunjukkan adanya sikap subjektivitas dan menggiring opini publik untuk memilih Ganjar Pranowo sebagai Capres. Adanya indikasi subjektivitas detik.com yaitu terlihat pada berita elektabilitas Ganjar yang meningkat sedangkan media lain yaitu suaramerdeka.com dan kompas.com memberitakan elektabilitas Ganjar menurun pasca pembatalan pertandingan U-20. Detik.com dalam menyampaikan porsi berita menjelang Pilpres 2024 lebih banyak kepada Ganjar Pranowo menunjukkan adanya proses seleksi aspek dari realitas mengenai Ganjar Pranowo untuk menggiring perhatian khalayak dan melahirkan persepsi yang berbeda. Detik.com memandang bahwa realitas bukanlah kebenaran mutlak (bersifat subjektif).

Fenomena sikap subjektif detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo tersebut tidak sesuai dengan harapan atau idealismenya. Dalam hal ini, detik.com seharusnya berada pada posisi netral, dan tidak memihak pada kelompok tertentu sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers bahwa media harus benar-benar menjadi saluran informasi bagi masyarakat supaya dapat

memonitor peristiwa-peristiwa yang terjadi setiap hari. Selain itu, sudah menjadi kewajiban bagi setiap pelaku jurnalistik dalam pemberitaannya untuk menaati kode etik serta menyajikan pemberitaan yang sesuai azas serta prinsip jurnalistik yang berlaku secara universal, yakni menjunjung tinggi azas objektivitas, akurat, adil, berimbang, dan menegaskan posisi netralitasnya. Namun detik.com menjadi ruang berita untuk *membranding* Ganjar Pranowo sebagai bakal calon dalam Pilpres 2024 sehingga subjektivitas dalam pemberitaan tidak dapat dihindarkan.

Adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan dengan kenyataan media massa dalam memberitakan suatu realitas atau berita-berita Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 menunjukkan detik.com mengkonstruksi sehingga sesuai paradigma konstruktivisme bahwa realitas bukanlah kebenaran yang mutlak. Ini menunjukkan bahwa realitas mengenai Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dikonstruksikan menurut nilai-nilai dari media detik.com yang memiliki kepentingan tersendiri sebagaimana dalam paradigma konstruktivisme bahwa realitas bukanlah suatu kebenaran yang mutlak. Detik.com terlihat berusaha *membranding* citra bakal calon presiden (Ganjar Pranowo) dalam Pilpres 2024 sehingga subjektivitas dalam pemberitaan tidak dapat dihindarkan sehingga perlu dikaji sikap media

detik.com menggunakan metode *framing* dalam memberitakan Ganjar Pranowo menjelang Pilres 2024 melalui struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorika sehingga terlihat adanya penonjolan-penonjolan tertentu yang mampu membentuk opini publik. Oleh karena itu pertanyaan penelitian ini yaitu bagaimanakah sikap media detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024.

TUJUAN PENELITIAN

Setiap media adalah agen konstruksi realitas, mengemas dan menyajikan sebuah peristiwa sesuai dengan kepentingan masing-masing. adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan dengan kenyataan media massa dalam memberitakan suatu realitas atau berita-berita Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 menunjukkan detik.com mengkonstruksi sehingga sesuai paradigma konstruktivisme bahwa realitas bukanlah kebenaran yang mutlak. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sikap media detik.com melalui pendeskripsian pembingkai yang dilakukan oleh detik.com dalam memuat berita tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024.

KERANGKA TEORITIS

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya yaitu (1) Penelitian Intan Permatasari pada tahun 2023 dengan judul "*Analisis Framing*

Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres Di 2024: Pada Media Online Cnnindonesia.Com Dan Tempo.Co". Hasil penelitiannya yaitu antara CNNIndonesia.com dan Tempo.co memiliki sudut pandang yang berbeda dalam memberitakan pencapresan pada masing-masing calon. CNNIndonesia.com cenderung memframing Ganjar Pranowo secara positif dengan memberitakan elektabilitasnya yang selalu tinggi bersama dengan pasangannya Sandiaga Uno. Berbeda dengan Tempo.co yang cenderung memframing Prabowo Subianto dan Anies Baswedan sebagai saingan ganjar Pranowo (Permatasari, 2023: 616).

Bahja Bastulbar dan Hendra Setiawan pada tahun 2021 meneliti dengan judul "*Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Golkar Siap Tampung Ganjar Pranowo Di Tahun 2024 Pada Media Online Sindonews.Com Serta Tribunnews.Com*" dengan menggunakan metode *framing* Pan & Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media online tersebut membingkai bahwa Partai Golkar sedang bermain strategi untuk memenangkan Pilpres 2024 dengan menampung Ganjar Pranowo yang selalu memiliki elektabilitas tinggi dibandingkan para saingannya. Pemberitaan ini tidak dijabarkan secara panjang lebar dan menggunakan struktur piramida terbalik

sehingga dengan membaca diawal akan diperoleh informasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, pada *lead* berita selalu ada petunjuk penting tentang isi berita sebagaimana dalam model piramida terbalik (Bastulbar dan Setiawan, 2021:9916).

Permata Romadhonita pada tahun 2015 melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Framing Berita Capres Dan Cawapres Pada Pemilu 2014 Di Harian Republika Dan Jawa Pos*”, dengan menggunakan metode *framing* Pan & Kosicki. Hasil dari penelitian dengan analisis framing tersebut yaitu terdapat perbedaan mendasar antara Harian Republika dan Jawa Pos dalam memberitakan Capres pada pemilu 2014. Harian Republika membingkai pemberitaannya dalam idiologi Islam dan menunjukkan adanya objektivitas terhadap kedua pasangan calon presiden dalam Pemilu 2014. Akan tetapi pada Jawa Pos, yang memiliki idiologi bebas cenderung mengikuti arus pasar sehingga ada kalanya unsur subjektivitas dalam pemberitaannya masih terlihat (Romadhonita, 2015: 279).

Ketiga penelitian terdahulu di atas, memiliki persamaan yaitu menganalisis pembingkai atau sikap media terhadap pencalonan presiden. Kesamaan lain yaitu ketiga peneliti terdahulu dengan penelitian ini dalam menganalisis menggunakan model framing perspektif Pan & Kosicki.

Perbedaan terlihat pada media yang dikaji yaitu detik.com yang belum menjadi objek kajian oleh peneliti sebelumnya.

Analisis sikap media terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 pada penelitian ini menjadi bagian dari paradigma konstruksionis yang memiliki pandangan dan posisi yang khusus terhadap media serta hasil teks beritanya. Pemikiran tentang ide konstruksionisme disajikan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku "*The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*" pada 1966. Mereka menggambarkan dalam kerangka konstruksionis bahwa realitas dibentuk melalui interaksi dan tindakan individu, yang kemudian membentuk realitas yang terus berubah dan dialami secara subjektif bersama-sama. Berger dan Luckman menyoroti bahwa realitas yang ada terdiri dari dimensi subjektif dan objektif yang merupakan hasil dari pemikiran individu atau manusia (Umanilo, 2016: 217). Paradigma konstruksionis juga memberikan evaluasi tentang cara pandang terhadap media, wartawan, atau pesan media.

Xhondang & Kosicki mengembangkan teori "*Social Construction of Reality Theory*" yang berfokus pada bagaimana pesan media dibangun oleh individu dan masyarakat melalui interaksi sosial dan budaya.

Mereka berpendapat bahwa media tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga membentuk dan memperkuat konstruksi sosial. Teori ini menyoroti bahwa pembentukan konstruksi sosial melibatkan tiga elemen krusial, yakni bahasa, struktur sosial, dan tindakan sosial. Bahasa memainkan peran penting dalam membentuk konstruksi sosial, karena bahasa digunakan untuk mengomunikasikan makna dan nilai. Struktur sosial, seperti institusi, organisasi, dan kelompok sosial, juga mempengaruhi konstruksi sosial, karena struktur sosial menentukan norma dan aturan sosial yang mengatur perilaku dan pandangan masyarakat. Tindakan sosial, seperti lelucon, stereotip, dan narasi, juga berkontribusi dalam membentuk konstruksi sosial (McQuail, 2011: 56).

Teori agenda setting berawal dari pemikiran dua orang yaitu Walter Lippman dan Bernard Cohen. Lalu teori agenda setting ini diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972. Maxwell McCombs dan Donald Shaw, menemukan dalam survei pemilih Carolina Utara selama pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 bahwa apa yang dianggap orang sebagai masalah terpenting adalah apa yang dilaporkan media massa sebagai yang paling penting. Dengan demikian, teori agenda-setting lahir, dibangun di atas gagasan bahwa

media massa menetapkan agenda tentang apa yang harus diperhatikan orang (Efendi dkk, 2023: 1716).

Aplikasi teori agenda setting pertama sekali pada penelitian perubahan sikap pemilih dalam kampanye pemilu Presiden AS tahun 1968, memberikan hasil penelitian berbalik dengan teori efek media terbatas (*the limited media effect theories*) sebelumnya. Dengan kata lain teori agenda setting menganggap media memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi khalayak terhadap suatu isu. Fungsi teori ini berlangsung karena media sangat selektif dalam menyiarkan berita, yang menarik bagi publik baik dilihat dari aspek nilai berita (*news value*) maupun nilai jual (*sell value*). Sehingga model agenda setting ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian khalayak pada persoalan yang sama (Ritonga, 2018: 35).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan sikap media terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 pada penelitian ini menjadi bagian dari paradigma konstruksionis yang memiliki pandangan dan posisi yang khusus terhadap media serta hasil teks beritanya. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan

data dengan mengambil sample berita dari detik.com dan kemudian di analisis dengan menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam penelitian ini menggunakan empat struktur untuk memframing beritanya, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis framing pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dalam konteks pembingkaihan oleh media online detik.com selama periode penelitian. Pembahasan ini merujuk pada temuan analisis framing yang telah diuraikan sebelumnya dalam Bab III, dengan fokus pada pola temuan masing-masing analisis terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 menggunakan struktur framing Pan dan Kosicki.

1. Pembahasan Framing Pan dan Kosicki pada Media Detik.Com

Struktur sintaksis pada penelitian ini adalah pemilihan sumber kutipan, dan pemilihan kata. Detik.com dalam pemberitaan Ganjar ini terdiri dari dua bentuk yaitu headline yang meng highlight isi berita. Selain itu menurut struktur skrip yaitu adanya unsur what, where, when, who, how dalam pemberitaan Ganjar Pranowo meskipun tidak secara keseluruhan. Pada struktur tematik berita melalui detail paragraph dan hubungan antar paragraph dalam berita mampu menggambarkan

detik.com tengah berupaya untuk menggiring opini publik tentang siapa itu Ganjar, serta bermaksud untuk menonjolkan Ganjar sebagai Capres 2024 sebagai tokoh yang layak untuk dipilih dalam pemilu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa detik.com telah melakukan *framing* terhadap Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024. Dalam kerangka framing model Zhondang Pan dan Gerald M. (1993) yang digunakan oleh detik.com, terlihat empat struktur analisis, meliputi (1) Sintaksis, yang melibatkan elemen-elemen seperti headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, dan pernyataan penutup; (2) Skrip, yang mengevaluasi pembingkaihan melalui prinsip 5W+1H; (3) Tematik, yang memerhatikan kalimat, paragraf, serta hubungan antar kalimat; dan (4) Retorik, yang mencakup idiom, kata, foto, atau gambar, dengan perangkat pembingkaihan seperti grafis, leksikon, dan metafora.

Media detik.com melakukan pembingkaihan terhadap pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dengan cara yang mendukung. Melalui analisis terhadap empat struktur framing (sintaksis, skrip, tematik, dan retorik), dapat dilihat bahwa detik.com secara konsisten memiliki sikap positif dan menunjukkan narasi yang pro terhadap Ganjar Pranowo. Strategi pembingkaihan detik.com ini meliputi Ganjar Pranowo dibingkai sebagai Capres yang

memiliki tingkat elektabilitas tertinggi; Ganjar Pranowo dibingkai memiliki citra positif ditengah-tengah polemik di masyarakat; Ganjar Pranowo dibingkai sebagai Capres yang memiliki banyak dukungan; Ganjar Pranowo dibingkai mendapat penilaian positif dari para tokoh politik; dan Ganjar Pranowo dibingkai giat mencari dukungan untuk kemenangannya di Pilpres 2024.

Dalam unsur sintaksis, framing terlihat melalui penggunaan headline yang beragam. Headline pemberitaan Ganjar Pranowo di detik.com mencakup dua bentuk utama, yaitu headline yang menyoroti isi berita dan headline yang ditujukan untuk menarik minat pembaca. Contoh *headline* yang meng*highlight* isi berita seperti pada judul “Survei Capres Indo Barometer: Ganjar Tertinggi, Prabowo dan Anies Mengikuti; Peneliti SMRC Nilai Jokowi & Mega Akan Satu Suara Usung Ganjar Nyapres; Bahlil Kaget Prabowo Salip Ganjar di Survei: Efek Jokowi atau Efek Bola?; Kaukus Perempuan Muslim Di Jakarta Dukung Ganjar Maju Jadi Presiden 2024, dan judul lainnya. Kemudian terdapat *headline* yang lebih ditujukan untuk menarik minat pembaca seperti Respon Ganjar Usai Diserang Nitizen Soal Piala Dunia U-20; Ganjar Dinilai Tetap Jadi Primadona Jokowi Meski Diterpa Isu Keretakan; Ganjaran untuk Ganjar; Izin Salat Idul Fitri 31 April di Lapangan Pekalongan Tidak

Keluar, Ganjar Buka Suara. Selain itu terdapat pada Lead. Penggunaan *lead* lebih menekankan pada *who* (siapa) itu Ganjar Pranowo dengan tujuan untuk mendukung *frame* yang disampaikan.

Pembingkaian juga terlihat pada pemilihan Narasumber. Penggunaan narasumber pada sebagian besar berita adalah para peneliti untuk melakukan survei elektabilitas Capres dan tokoh politik. Lembaga survei dengan hasil bahwa Ganjar memiliki elektabilitas tertinggi yaitu Indo Barometer, SMRC dan Indikator Politik Indonesia sedangkan Lembaga Survei Indonesia dengan hasil Prabowo teratas, namun hasil ini kemudian dipertanyakan oleh Menteri Investasi Bahlil Lahadalia dan dinilai karena adanya pengaruh Presiden Joko Widodo (Jokowi).

Pada struktur skripnya, detik.com menarasikan pemberitaan secara jelas dan tegas sesuai dengan judul berita namun tidak secara lengkap menggunakan unsur *what*, *who*, *where*, *why*, *when*, dan *how*. Misalnya pada berita dengan judul “Bahlil Kaget Prabowo Salip Ganjar di Survei: Efek Jokowi atau Efek Bola?” yang hanya menggunakan unsur *who* (Jokowi yang memberikan pengaruh terhadap hasil survey Prabowo) dan *why* (alasan elektabilitas Prabowo lebih tinggi dibanding Ganjar)

Pada struktur tematik, sebagian besar berita menampilkan pihak yang pro terhadap Ganjar Pranowo sebagai Capres 2024 seperti Kaukus Perempuan Muslim, Gibran, Ketua Umum PPP Muhammad Mardiono, dan Presiden Konfederasi Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (KSPSI) Andi Gani Nena Wea. Detik.com dalam pemberitaannya dengan menyajikan tokoh-tokoh yang pro Ganjar maka cenderung pada posisi yang juga mendukung untuk Ganjar Pranowo sebagai Capres 2024.

Pada struktur retorik terlihat peningkatan pada unsur diksi atau pemilihan kata. Detik.com memiliki kecenderungan menggunakan diksi atau kata-kata positif sebagai upaya untuk menggambarkan Ganjar Pranowo yang layak untuk dipilih sebagai Capres 2024.

2. Pembahasan dalam Kerangka *Social Construction of Reality Theory*.

Peneliti menemukan bahwa detik.com menempatkan Ganjar Pranowo pada ruang pemberitaan secara khusus menjelang Pilpres terbukti dari framing yang dibuat cenderung mendukung Ganjar Pranowo sebagai bakal Capres 2024 dengan lebih banyak menarasikan bahwa Ganjar memiliki survei elektabilitas tertinggi baik sebelum dideklarasikan maupun setelah dideklarasikan sebagai Capres 2024 oleh PDIP. Menurut teori konstruksi sosial (McQuail, 2011: 56), proses pembentukan

konstruksi sosial melibatkan tiga aspek penting, yakni bahasa, struktur sosial, dan tindakan sosial. Dalam konteks ini, detik.com menggunakan elemen bahasa dalam pemberitaan tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 untuk mengomunikasikan nilai-nilai dan makna yang terkait dengan potensi Ganjar sebagai Calon Presiden 2024.

Detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 tidak hanya memberikan representasi positif terhadap Ganjar, tetapi juga aktif mengubah pandangan masyarakat terhadap polemik Ganjar dimasyarakat yang tadinya negatif menjadi positif. Selain itu, detik.com mampu memberikan ruang pada Ganjar Pranowo menjelang Pilpres dengan lebih banyak menarasikan bahwa Ganjar memiliki survei elektabilitas tertinggi baik sebelum dideklarasikan maupun setelah dideklarasikan sebagai Capres 2024 oleh PDIP. Detik.com membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dan mendorong pembaca untuk menilai Ganjar secara positif pula. Dalam hal ini detik.com berperan sebagai agen yang membantu membangun pemahaman pembaca dengan menyoroti pencapaian, kisah, dan kontribusi positif dari Ganjar Pranowo terhadap pemerintahan.

Pemberitaan positif detik.com mengenai Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 pada dasarnya merupakan hasil dari cara media detik.com mengonstruksi informasi. Menurut teori konstruktivis yang mengemukakan bahwa realitas adalah subjektif dan tidak bersifat objektif (Eriyanto, 2004:145), pemberitaan detik.com mengenai Ganjar Pranowo cenderung memiliki unsur subjektivitas dengan sudut pandang yang positif. Dalam melaporkan informasi, detik.com memiliki kapabilitas untuk membentuk persepsi serta pandangan masyarakat terhadap Ganjar Pranowo, khususnya melalui representasi yang dihadirkan dalam media dan penggunaan bahasa yang menggambarkan Ganjar Pranowo sebagai kandidat yang layak untuk dipertimbangkan dengan tingkat elektabilitas yang tinggi pada Pilpres 2024.

Sikap detik.com yang cenderung positif atau mendukung keberadaan Ganjar Pranowo sebagai Capres 2024 ini sehingga menurut teori konstruksi sosial dapat diketahui bahwa dalam pendekatan konstruktivis, suatu peristiwa atau kejadian dianggap sebagai produk dari suatu proses konstruksi. Konsep ini menjelaskan bahwa realitas tidaklah obyektif, tetapi lebih bersifat subyektif (Eriyanto, 2004). Oleh karena itu, peran detik.com sangat signifikan dan memiliki dampak kuat pada komunitas. Detik.com menunjukkan keseriusannya

dalam pemberitaan yang dibingkai, terlihat dari pemilihan judul dan penggunaan diksi yang mendukung serta membingkai Ganjar sebagai pemimpin berani dengan tingkat elektabilitas tertinggi.

3. Pembahasan dalam Kerangka Teori Agenda Setting.

Isu-isu politik khususnya Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 yang diberitakan oleh detik.com menunjukkan bahwa detik.com mampu menjalankan perannya sebagai media massa untuk menciptakan agenda yang fokus pada bidang tertentu. Hal ini sesuai teori peran media khususnya agenda-setting yang menyebutkan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perhatian publik dengan menentukan agenda topik yang dibahas dalam berita (Habibie, 2018: 81). Dengan kata lain, media massa detik.com dapat memengaruhi apa yang masyarakat bicarakan dan pikirkan terkait dengan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dalam pemberitaannya.

Menurut analisis peneliti bahwa detik.com dalam memberitakan Ganjar Pranowo tidak selalu mencerminkan kenyataan karena mengambil narasumber yang memiliki keberpihakan. Ini menunjukkan bahwa telah terpenuhi asumsi dasar dalam teori agenda setting, pertama yaitu masyarakat pers dan massa media tidak memberika fakta yang asli, mereka memilih

dan membentuk isu. Kedua konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain. Munculnya teori agenda setting memberikan kritik dengan menggambarkan bahwa manusia adalah pasif sehingga dalam mengendalikan lingkungannya agenda media berpengaruh terhadap agenda masyarakat (Efendi dkk, 2023: 1715).

Menurut teori agenda setting, berupa "agenda building," di mana media membantu membentuk pandangan publik terhadap suatu isu. Dengan menciptakan agenda yang fokus pada kesetaraan dan inklusi, detik.com membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 dan mendorong pembaca untuk menilai Ganjar secara positif pula. Melalui pendekatan ini, detik.com tidak hanya memberikan representasi positif terhadap Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024, tetapi juga aktif mengubah pandangan masyarakat terhadap polemik Ganjar dimasyarakat yang tadinya negatif menjadi positif. Dalam hal ini detik.com berperan sebagai agen yang membantu membangun pemahaman pembaca dengan menyoroti pencapaian, kisah, dan kontribusi positif dari Ganjar Pranowo terhadap pemerintahan.

Sikap Detik.com yaitu melakukan penonjolan atas realita (Ganjar Pranowo) melalui pernyataan yang mendukung Ganjar

Pranowo sebagai Capres 2024. Pernyataan yang dianggap penting dan mendukung Ganjar Pranowo sebagai Capres 2024 dimuat pada bagian awal berita, bahkan mayoritas berita yang disajikan oleh detik.com diawali dengan headline dan lead yang diambil dari pernyataan narasumber. Aspek pernyataan yang mengandung banyak subjektivitas lebih diutamakan dibandingkan dengan aspek *what* yang seharusnya menjadi bagian terpenting dalam sebuah berita serta sangat jelas sekali detik.com memberi penekanan lebih terhadap unsur *who* melalui pernyataan yang diambil dari narasumbernya. Meskipun detik.com lebih condong ke pemberitaan positif terhadap Ganjar Pranowo akan tetapi detik.com tetap memberikan edukasi terkait bagaimana agar khalayak tidak mudah terprovokasi pemberitaan Capres 2024.

Pemberitaan Ganjar pada detik.com menggambarkan Ganjar memiliki banyak pendukung yang siap sedia untuk memenangkan Ganjar dalam Pilpres 2024 nanti. Pembingkaiian pada berita ini menunjukkan bahwa detik.com tengah berupaya untuk menggiring opini publik bahwa Ganjar telah mendapatkan dukungan dari banyak pihak sebagai Capres 2024. Pemberitaan Ganjar pada sikap detik.com menggambarkan Ganjar dipandang secara positif oleh para tokoh politik dan dinarasikan bahwa tokoh-tokoh politik tersebut turut serta mengangkat nama Ganjar

sebagai Capres 2024 yang layak untuk dipilih. Posisi detik.com pada pemberitaan ini cenderung mendukung bahwa Ganjar adalah tokoh politik yang memiliki citra positif dalam pandangan tokoh atau pengamat politik di Indonesia.

Sikap detik.com terhadap pemberitaan Ganjar yaitu berupaya untuk menggiring opini publik tentang siapa itu Ganjar, serta bermaksud untuk menonjolkan Ganjar sebagai Capres 2024 sebagai tokoh yang layak untuk dipilih dalam pemilu. Selain itu juga mendukung sebagai Capres yang memiliki tingkat elektabilitas tertinggi serta menyikapi bahwa Ganjar Pranowo tetap memiliki citra positif ditengah-tengah polemik di masyarakat sehingga ada kecenderungan untuk menggiring opini publik bahwa Ganjar dengan beragam polemiknya disajikan pula secara menonjol pada sisi positif sebagai bentuk dukungan kepada Ganjar sebagai Capres 2024.

Detik.com memiliki sikap pro aktif menggambarkan Ganjar yang memiliki banyak pendukung yang siap sedia untuk memenangkan Ganjar dalam Pilpres 2024 nanti. Sikap pro aktif ini juga terlihat dari detik.com dalam pemberitaan yang menggambarkan Ganjar dipandang secara positif oleh para tokoh politik dan dinarasikan bahwa tokoh-tokoh politik tersebut turut serta mengangkat nama Ganjar sebagai Capres 2024 yang layak untuk

dipilih. Posisi detik.com pada pemberitaan ini cenderung mendukung bahwa Ganjar adalah tokoh politik yang memiliki citra positif dalam pandangan tokoh atau pengamat politik di Indonesia. Kemudian, Ganjar Pranowo dibingkai giat mencari dukungan untuk kemenangannya di Pilpres 2024. Pemberitaan Ganjar pada detik.com khususnya berita ini menggambarkan detik.com tengah berupaya untuk menggiring opini publik tentang siapa itu Ganjar, serta bermaksud untuk menonjolkan Ganjar sebagai Capres 2024 sebagai tokoh yang layak untuk dipilih dalam pemilu karena didukung oleh banyak pihak sehingga memiliki potensi besar untuk memenangkan pemilu.

Temuan ini menunjukkan bahwa sikap detik.com yang cenderung positif atau mendukung keberadaan Ganjar Pranowo sebagai Capres 2024. Detik.com dalam pemberitaannya mampu memberikan ruang pada Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 terbukti dari framing yang dibuat cenderung mendukung Ganjar Pranowo sebagai bakal Capres 2024 dengan lebih banyak menarasikan bahwa Ganjar memiliki survei elektabilitas tertinggi baik sebelum dideklarasikan maupun setelah dideklarasikan sebagai Capres 2024 oleh PDIP.

Detik.com membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang Ganjar

Pranowo menjelang Pilpres 2024 dan mendorong pembaca untuk menilai Ganjar secara positif pula. Melalui pendekatan ini, detik.com tidak hanya memberikan representasi positif terhadap Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024, tetapi juga aktif mengubah pandangan masyarakat terhadap polemik Ganjar dimasyarakat yang tadinya negatif menjadi positif. Dalam hal ini detik.com berperan sebagai agen yang membantu membangun pemahaman pembaca dengan menyoroti pencapaian, kisah, dan kontribusi positif dari Ganjar Pranowo terhadap pemerintahan. Maka temuan ini bahwa sikap detik.com tidak netral, ada keberpihakan kepada Ganjar Pranowo sebagai salah satu Capres 2024, ada pemberitaan yang tidak berimbang menarasikan Ganjar Pranowo dengan narasi positif sedangkan pada Capres lain yaitu Prabowo maupun Anies Baswedan dengan narasi yang cenderung negatif.

KESIMPULAN

Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan berdasarkan pembahasan dan penyajian dari bab sebelumnya mengenai sikap detik.com melalui pembingkaiian dalam pemberitaan Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024.

1. Pembingkaiian Ganjar sebagai Capres 2024 terlihat dari struktur sintaksis berupa *headline* berita, pemilihan sumber kutipan, dan pemilihan kata.

Headline pemberitaan Ganjar dengan tema elektabilitas hasil survey di masyarakat terdiri dari dua bentuk yaitu *headline* yang meng *highlight* isi berita *headline* yang lebih ditujukan untuk menarik minat pembaca.

2. Pembingkaiian Ganjar sebagai Capres 2024 terlihat dari struktur skripsi (adanya unsur *what, where, when, who, how* dalam pemberitaan meskipun tidak secara keseluruhan unsur dalam satu berita), dan pada stuktur tematik berita (detail paragraph dan hubungan antar paragraph dalam berita). Pemberitaan Ganjar pada detik.com ini menggambarkan citra positif sebagai Capres 2024 dan upayanya untuk menggiring opini publik bahwa Ganjar dengan beragam polemiknya disajikan pula secara menonjol pada sisi positif sebagai bentuk dukungan kepada Ganjar sebagai Capres 2024.
3. Pembingkaiian Ganjar sebagai Capres 2024 terlihat dari struktur tematik (detail paragraph dan hubungan antar paragraph dalam berita). Pemberitaan Ganjar pada detik.com khususnya berita 5,6,7,8 ini menggambarkan Ganjar memiliki memiliki citra positif sebagai Capres 2024 menunjukkan bahwa detik.com tengah berupaya untuk menggiring opini publik bahwa Ganjar dengan beragam polemiknya disajikan pula secara menonjol pada

sisi positif sebagai bentuk dukungan kepada Ganjar sebagai Capres 2024.

4. Peningkatan Ganjar sebagai Capres 2024 terlihat dari struktur retorik meskipun tidak banyak karena detik.com dalam pemberitaan Ganjar Pranowo tidak menggunakan leksikon maupun metafora. Unsur grafis terlihat dengan penggunaan gambar atau foto ketiga Capres 2024 yaitu Ganjar, Prabowo dan Anies diletakkan di bawah judul.
5. Sikap detik.com terhadap Ganjar Pranowo menjelang Pilpres 2024 adalah positif dapat dilihat dari narasinya bahwa Ganjar adalah Capres yang memiliki tingkat elektabilitas tertinggi; memiliki citra positif ditengah-tengah polemik di masyarakat; Capres yang memiliki banyak dukungan; mendapat penilaian positif dari para tokoh politik; dan o giat mencari dukungan untuk kemenangannya di Pilres 2024. Sikap detik.com ini menunjukkan adanya ketidak netralan, ada keberpihakan kepada Ganjar Pranowo sebagai salah satu Capres 2024, ada pemberitaan yang tidak berimbang menarasikan Ganjar Pranowo dengan narasi positif sedangkan pada Capres lain yaitu Prabowo maupun Anies Baswedan dengan narasi yang cenderung negatif.

SARAN

1. Saran Kepada Media

Atas dasar temuan penelitian ini, Media Detik.Com tidak seharusnya menjadikan pernyataan narasumber yang sarat akan subjektivitas sebagai main fokus dalam pemberitaan dan lebih baik jika fokus utama yang diangkat untuk menjelaskan suatu realita adalah mengenai perkembangan yang terjadi terkait dengan subyek yang diberitakan. Selain itu, detik.com sebagai media yang menjalankan fungsi informasi dan pengawasan diharapkan detik.com sudah seharusnya memegang teguh kode etik jurnalistik sebagai pedoman dalam memberitakan suatu realita sehingga akan menjadi media yang layak dipercayai dan bisa dijadikan rujukan sehingga pemberitaan lebih berimbang, jujur, independen, dan memihak kepentingan rakyat Indonesia, bukan golongan tertentu.

Saran Kepada Jurnalis

Jurnalis pada detik.com maupun jurnalis dari media lainnya hendaknya patuh terhadap etika pemberitaan seseorang atau tokoh politik dengan cara tidak melanggar kode etik jurnalistik.

2. Saran Kepada Politisi

Atas dasar temuan penelitian ini, para politisi khususnya Ganjar Pranowo idealnya membangun kepercayaan masyarakat, mengembangkan jaringan

sosial, mematuhi norma dan etika pemberitaan dengan cara tidak menggunakan media massa sebagai alat promosi. karena fungsi dari media seharusnya menjalankan fungsi informasi dan pengawasan bukan digunakan untuk branding.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Atas dasar temuan penelitian ini untuk Peneliti selanjutnya, hendaknya melakukan analisis framing dengan model lain seperti framing model Robert N. Entman dengan menggunakan empat unsur meliputi definisi masalah (*define problem*), memperkirakan sumber masalah (*diagnose causes*), membuat keputusan moral (*make moral judgment*), penekanan penyelesaian masalah (*treatment recommendation*) sehingga analisa dan hasil penelitian akan lebih meluas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal-Jurnal

- Abrar, Ana Nadhya. 2022. Meniti Idealisme Wartawan: Keragaman yang Tak Pernah Selesai. *Idealisme Jurnalis & Inovasi Model Bisnis Industri Media*, vol 1(1):1-17
- Abrar, Ana Nadhya. 2020. Tinjauan Konstruksi Sosial Atas Nasionalisme Net Generation. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 17 (1): 75-90
- Abrar, Ana Nadhya. 2011. *Analisis Pers: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pusaka
- Anggoro, Ayub Dwi. 2014. Media, Politik Dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV. *Jurnal Aristo*, vol 2 (2): 25-52.
- Bastulbar, Bahja dan Setiawan, Hendra. 2021. Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Golkar Siap Tampung Ganjar Pranowo Di Tahun 2024 Pada Media Online Sindonews.Com Serta Tribunnews.Com. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol 5 (3): 9912-9917
- Bungin, Burhan, 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media group.
- Dahlgren, Peter. 2013. *The Political Web Media, Participation and Alternative Democracy*. England: Palgrave Macmillan
- Dwi, Agus. 2023. Angka Kemiskinan Ekstrem di Jateng Masih Tinggi, Ganjar Kurang Layak Jadi Capres. <https://politik.rmol.id/read/2023/01/23/561225/angka-kemiskinan-ekstrem->

- di-jateng-masih-tinggi-ganjar-kurang-layak-jadi-capres
- Efendi, Erwan dkk. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol 7 (1): 715-1718.
- Eriyanto. 2004. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Firmansyah, Manda. 2022. Ganjar Respons Kritik Angka Kemiskinan di Jateng. <https://asumsi.co/post/67120/ganjar-respons-kritik-angka-kemiskinan-di-jateng/>
- Habibie, Dedi Kusuma. 2018. Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 7 (2): 79 – 86
- Hadi, Ido Prijana dkk. 2019. *Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Jhon, L. Stephen. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Karman. 2015. Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*. Vol 5(3): 11-23
- Launa dan Rery, Samdar. 2020. Subjektivitas Kekuasaan Dalam Pemberitaan Media Online Power Subjectivity In Media Online Coverage. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*. Vol 24 (1): 17-36
- Lievrouw, Leah A. 2011. *Alternative and Activist New Media*. USA: Polity Press
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhaemin, Abdul; Enjang AS¹ Luk Luk Atin Marfu'ah. 2019. Standar Kelayakan Berita Headline di Media Online. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik* Volume 2, Nomor 4, 2019, vol 2 (4): 1-20
- Permatasari, Intan. 2023. Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Terhadap Pemberitaan Ganjar Pranowo Nyapres Di 2024: Pada Media Online Cnnindonesia.Com Dan Tempo.Co. *Jurnal Perspektif-Yayasan jaringan kerja Pendidikan Bali*, vol 1 (1): 616-624
- Prakoso, Hendro Agus. 2015. Personal Branding Prabowo Subianto (Analisis Isi Kuantitatif Personal Branding Prabowo Subianto Di Situs Berita Online Republika.Co.Id Dan Tempo.Co.Id Tanggal 9 Juni - 9 Juli 2014). *Komuniti*, Vol 7 (1):18-24
- Ritonga, Elfi Yanti. 2018. Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Simbolika*, Vol 4 (1): 32-41.
- Romadhonita, Permata. 2015. Analisis Framing Berita Capres Dan Cawapres

- Pada Pemilu 2014 Di Harian
Republika Dan Jawa Pos.
*Commonline Departemen
Komunikasi*. Vol 4 (1): 279-288
- Sandra, Lidya Joyce. 2013. Political
Branding Jokowi Selama Masa
Kampanye Pemilu Gubernur Dki
Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter.
Jurnal E-Komunikasi. Vol 1 (2): 276-
287
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For
Business (Metode Penelitian Untuk
Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silvana, Hana. 2018. Peran Media Massa
Pada Komunikasi Politik di
Indonesia. *JIPSI- Jurnal Ilmu Politik
dan Komunikasi UNIKOM*, Vol 01
(1): 1-25
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis Teks*. Bandung:
PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian
Kombinasi (Mixed Methods)*.
Bandung: CV. Alfabeta
- Suhardiana, Dadan. 2020. *Jurnalistik
Komtemporer*. Bandung: Nimbar
Pustaka
- Umanailo, Chairul Basrun. 2016. *Ilmu Sosial
Budaya Dasar*. Jakarta: Fam
Publishing