

Framing Perempuan Dalam Politik: Studi Komparatif Media Berita Online 2025

Awang Eko Wibowo¹, Nur'annafi Farni Syam Maella², Nevrettia Christantyawati³

^{1,2,3} Universitas Dr. Soetomo dan nurannafi@unitomo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media daring membingkai representasi perempuan dalam konteks politik dan industri digital. Studi ini membandingkan dua artikel berita dari Kompas.com dan SerambiNews.com yang memuat informasi serupa mengenai keterlibatan perempuan sebagai developer game di Indonesia. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivis, serta metode analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com membingkai isu dengan pendekatan informatif dan netral, menempatkan perempuan sebagai aktor rasional yang setara dalam partisipasi publik. Sementara itu, SerambiNews.com cenderung menghadirkan framing simbolik dan emosional, yang menampilkan perempuan sebagai sosok yang "berhasil melawan dominasi laki-laki" melalui narasi glorifikatif. Perbedaan ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi turut membentuk persepsi publik terhadap identitas dan peran perempuan di ruang publik. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi media dan kesadaran kritis dalam membaca wacana gender di media massa.

Kata Kunci: Framing Media, Perempuan Dalam Politik, Konstruktivisme, Kompas, SerambiNews

ABSTRACT

The research compares two news articles from Kompas.com and SerambiNews.com, both covering similar information about women's involvement as game developers in Indonesia. The study adopts a qualitative approach with a constructivist paradigm and applies the framing analysis model developed by Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki. The findings indicate that Kompas.com frames the issue with an informative and neutral approach, positioning women as rational actors with equal participation in public discourse. In contrast, SerambiNews.com tends to present symbolic and emotional framing, portraying women as figures who have "succeeded in overcoming male dominance" through glorifying narratives. These differences suggest that media not only deliver information but also shape public perception of women's identity and roles in the public sphere. This study emphasizes the importance of media literacy and critical awareness in interpreting gender discourse in mass media.

Keywords: Media Framing, Women in Politics, Constructivism, Kompas, SerambiNews

PENDAHULUAN

Di tengah riuhnya perkembangan teknologi dan arus informasi yang begitu deras, representasi perempuan dalam ruang publik masih menjadi isu yang patut dikritisi dan direnungkan. Satu sisi, perempuan semakin hadir dalam berbagai sektor nontradisional seperti teknologi, gaming, hingga politik. Namun di sisi lain, bagaimana media memberitakan kehadiran dan keterlibatan mereka seringkali mencerminkan bias, stereotip, dan konstruksi yang tidak selalu berpihak pada kesetaraan. Media massa, sebagai aktor penting dalam pembentukan opini publik, tidak sekadar menjadi jendela informasi, tetapi juga turut membentuk cara pandang masyarakat terhadap perempuan dalam berbagai bidang kehidupan.

Salah satu contoh yang menarik muncul dari dua pemberitaan yang terbit secara bersamaan pada 5 Juli 2025, masing-masing dari media daring SerambiNews (jaringan Tribunnews) dan Kompas.com. Kedua artikel ini mengangkat topik yang sama: fakta bahwa 21 persen developer

game di Indonesia adalah perempuan. Namun, cara penyampaian, penekanan narasi, hingga struktur pemberitaan menunjukkan pendekatan yang berbeda dalam membingkai informasi tersebut. Artikel SerambiNews mengusung judul “Wow! Ternyata 21 Persen Developer Game di Indonesia Perempuan, Gamer Wanita Sudah Setengah Pria”, sementara Kompas.com menulis judul “21 Persen Developer Game di Indonesia Perempuan, Lebih Tinggi Ketimbang Sektor Politik”. Kedua judul ini sudah memberikan sinyal awal akan sudut pandang yang berbeda dalam mengonstruksi peran perempuan—yang satu terkesan mengejutkan dan penuh eksklamasi, yang lainnya lebih membandingkan capaian perempuan di ranah teknologi dengan ketertinggalan mereka di sektor politik.

Di sinilah pentingnya membedah bagaimana “framing” atau pembingkai media bekerja. Dalam teori framing yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993), struktur teks media terdiri dari empat elemen utama: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat struktur ini menjadi alat analisis untuk memahami bagaimana media secara halus namun kuat membentuk persepsi khalayak terhadap isu atau kelompok sosial tertentu. Framing bukan semata tentang apa yang diberitakan, melainkan bagaimana berita itu dibingkai, dikonstruksi, dan ditawarkan kepada pembaca sebagai “kebenaran” sosial. Melalui pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis, penelitian ini memandang bahwa realitas sosial—termasuk representasi perempuan dalam berita—tidak bersifat objektif dan netral, melainkan hasil dari konstruksi sosial yang melibatkan bahasa, ideologi, serta relasi kuasa di dalam ruang media. Media tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga menciptakan dan merumuskan ulang makna dari realitas tersebut. Dalam konteks ini, media menjadi arena penting dalam negosiasi citra perempuan, terutama ketika perempuan mulai masuk ke sektor-sektor yang selama ini didominasi laki-laki. Meskipun politisi perempuan telah memasuki ruang-ruang pengambilan keputusan dan memainkan peran penting dalam politik formal, citra mereka kerap kali tetap dilekatkan pada peran keibuan. Identitas sebagai “ibu” menjadi simbol yang secara sosial diterima dan bahkan dimanfaatkan untuk memperkuat daya tarik elektoral mereka di mata publik. Dalam konteks ini, kehadiran perempuan di panggung politik tidak semata-mata dinilai berdasarkan kapabilitas politiknya, tetapi juga pada bagaimana ia merepresentasikan nilai-nilai keibuan seperti kepedulian, empati, dan pengorbanan (Fsm, 2018). Representasi politisi perempuan yang kerap digambarkan sebagai sosok rentan dan mudah dipengaruhi oleh kolega laki-lakinya merupakan bagian dari narasi bias gender yang masih mengakar dalam wacana politik. Stereotip semacam ini secara implisit meragukan kapasitas perempuan untuk menunjukkan ketegasan, ketangguhan, dan kemandirian dalam pengambilan keputusan strategis. Akibatnya, kemampuan perempuan untuk berperan sebagai pemimpin politik dianggap kurang memadai dibandingkan laki-laki, terutama dalam menghadapi kompleksitas dan dinamika kekuasaan di ranah politik. Narasi ini tidak hanya melemahkan legitimasi politisi perempuan, tetapi juga memperkuat struktur patriarkis dalam sistem politik yang sudah eksklusif sejak awal (Riduansyah et al., 2024).

Studi ini mencoba menggali lebih dalam bagaimana kedua media tersebut membingkai keberadaan perempuan sebagai developer game. Apakah perempuan diposisikan sebagai subjek aktif, inovatif, dan setara? Ataukah mereka masih diperlakukan sebagai “anomali” yang mengundang kekagetan karena menembus dunia yang maskulin? Penekanan pada perbandingan dengan sektor politik dalam artikel Kompas.com, misalnya, membuka ruang diskusi yang lebih politis tentang akses dan peluang perempuan dalam berbagai sektor kehidupan. Di sisi lain, narasi SerambiNews yang penuh eksklamasi dan angka-angka dapat menimbulkan kesan bahwa

keberadaan perempuan di dunia game adalah sesuatu yang luar biasa dan tidak biasa. Penelitian ini tidak bertujuan untuk membandingkan mana media yang lebih “baik”, tetapi lebih kepada membaca dengan jeli bagaimana konstruksi wacana dibangun dalam pemberitaan. Dengan menggunakan model analisis framing Pan dan Kosicki, peneliti ingin memetakan struktur naratif dan simbolik yang digunakan oleh masing-masing media untuk menggambarkan perempuan dalam dunia digital, sekaligus mengaitkannya dengan representasi perempuan di ranah politik Indonesia yang hingga kini masih belum setara. Dalam iklim demokrasi yang sehat, representasi yang adil dan setara terhadap semua warga negara, termasuk perempuan, merupakan hal yang fundamental. Dalam lanskap politik digital Indonesia, media sosial seperti Instagram tidak hanya menjadi sarana komunikasi politik, tetapi juga arena kontestasi citra dan identitas, terutama bagi politisi perempuan. Perubahan ini menandai pergeseran dari kampanye konvensional ke kampanye berbasis citra, di mana popularitas, visualitas, dan narasi personal menjadi elemen kunci dalam membentuk kedekatan dengan pemilih. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan oleh para selebriti-politisi untuk membangun hubungan langsung dengan konstituen, sekaligus membingkai diri mereka sebagai aktor politik utama yang tidak hanya populer, tetapi juga mampu menjalankan peran representatif di parlemen (NFS Maella et al., 2019). Pada konteks politik kontemporer, identitas perempuan tidak lagi dipahami sekadar sebagai simbol keterwakilan gender, melainkan telah berkembang menjadi konstruksi yang mencerminkan posisi tawar politik serta kemampuan untuk tampil di ruang publik secara aktif. Pembentukan identitas politisi perempuan berlangsung secara dinamis, dipengaruhi oleh pengalaman personal, pandangan masyarakat, serta narasi dominan yang beredar melalui media konvensional maupun media digital. Studi mengenai perempuan anggota legislatif di Surabaya mengungkap bahwa mereka membentuk dan memaknai peran politiknya melalui empat konstruksi identitas utama: sebagai pejuang kesetaraan gender, representasi kepentingan rakyat, figur perempuan tangguh yang dipercaya secara elektoral, serta sebagai sosok “superwoman” yang harus menjalankan peran ganda di ranah domestik dan politik. Konstruksi identitas ini lahir dari interaksi antara faktor keluarga, afiliasi partai, opini publik, dan kepentingan politik yang terus membentuk peran mereka di arena kekuasaan (Syammaella et al., 2024a).

Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam literasi media dan pemahaman kritis atas representasi gender, serta mendorong media untuk lebih sensitif dan berperspektif kesetaraan dalam mengangkat isu-isu perempuan. Karena pada akhirnya, bagaimana perempuan dipahami dan diposisikan dalam ruang publik sangat dipengaruhi oleh narasi yang dikonstruksikan media—dan narasi itu membentuk realitas sosial yang kita hidupi bersama.

LANDASAN TEORI

Penelitian tentang pembingkai perempuan dalam politik dalam media berita daring secara konsisten mengungkap bias gender dan stereotip yang terus-menerus dalam berbagai konteks (Andini & Akhni, 2023). Studi dari Indonesia dan Afrika Selatan menunjukkan bahwa politisi perempuan sering kali kurang terwakili atau digambarkan melalui bingkai yang menekankan peran gender tradisional, atribut pribadi, atau skandal daripada pencapaian profesional atau posisi kebijakan mereka, yang memperkuat narasi patriarki dan mempertanyakan kesesuaian mereka untuk peran kepemimpinan (Ningsih et al., 2019). Bahkan di negara-negara dengan partisipasi politik perempuan yang

signifikan, liputan media cenderung kurang berfokus pada perempuan, dan ketika hal itu terjadi, liputan media sering menyoroti penampilan perempuan, hubungan keluarga, atau membingkai kepemimpinan mereka sebagai sesuatu yang luar biasa atau kontroversial (Humprecht & Esser, 2017). Media berita daring, termasuk platform berpengaruh seperti Kompas di Indonesia, terbukti mengabadikan bias ini, membentuk persepsi publik, dan berpotensi melemahkan legitimasi politik perempuan (Ningsih et al., 2019). Platform media sosial juga berkontribusi dalam membingkai penunjukan politik perempuan sebagai produk permainan politik atau sebagai gerakan simbolis, bukan kemajuan substantif (Muringa et al., 2024). Meskipun beberapa liputan media mencoba untuk menampilkan politisi perempuan dari berbagai perspektif, tren yang ada secara keseluruhan masih berupa marginalisasi dan objektifikasi, dengan metafora dan wacana yang sering menggambarkan perempuan sebagai korban atau orang luar (Reali, 2021). Pola-pola ini menyoroti tantangan yang dihadapi oleh politisi perempuan dalam mencapai representasi yang setara dan penggambaran yang adil dalam lanskap media digital (Hapsari, 2019).

A. Identitas Politik Perempuan

Identitas politisi perempuan dibentuk melalui proses sosial yang melibatkan konstruksi budaya, pengalaman personal, serta tekanan institusional. Penelitian tentang anggota legislatif perempuan di Surabaya menunjukkan bahwa perempuan memaknai peran politik mereka dalam beberapa identitas dominan, yaitu sebagai pejuang perempuan, pejuang rakyat, perempuan hebat yang memiliki daya elektoral, serta sebagai “superwoman” yang memikul beban ganda dalam ranah domestik dan public (Syammaella et al., 2024a). Identitas politik perempuan dibentuk oleh interaksi kompleks antara faktor personal, sosial, dan struktural, yang memengaruhi partisipasi dan ketahanan mereka dalam kehidupan politik (Refki & Faerman, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa perempuan yang bertahan dalam jabatan politik sering kali terlibat dalam upaya pencarian identitas yang disengaja, menginternalisasi dan mengekspresikan diri mereka sebagai aktor politik untuk menghadapi ancaman eksternal dan memanfaatkan peluang, yang sangat penting bagi ketahanan dan keberhasilan mereka dalam kampanye (Crenshaw, 1991). Secara global, keterlibatan perempuan dalam politik telah meningkat karena adanya gerakan hak pilih, kuota gender, dan aktivisme, namun hambatan yang terus ada seperti kekerasan berbasis gender, kesenjangan ekonomi, dan norma budaya terus membatasi partisipasi penuh mereka, terutama di negara-negara berkembang (Opuene Hart & Akie Hart LLB, 2025). Proses identitas, termasuk identitas gender yang kuat dan identifikasi aktivis, merupakan motivator yang kuat untuk tindakan kolektif dan partisipasi politik di kalangan perempuan (Krook, 2017). Dalam konteks lokal seperti Indonesia, legislator perempuan membangun identitas mereka sebagai pejuang kesetaraan gender, kesejahteraan masyarakat, dan keluarga, dengan keluarga, partai politik, dan pandangan masyarakat memainkan peran penting dalam membentuk konsep diri politik mereka (Kelly & Breinlinger, 1995). Namun, persinggungan gender dengan identitas lain, seperti

ideologi atau kelas, terkadang dapat menyebabkan depolitisasi atau fragmentasi identitas politik perempuan yang Bersatu (Syammaella et al., 2024b). Pada akhirnya, mencapai kesetaraan gender dan representasi yang bermakna tidak hanya memerlukan reformasi struktural dan kebijakan yang mendukung, tetapi juga pengakuan terhadap sifat identitas politik perempuan yang beragam dan saling terkait (Russo & Reuchamps, 2023).

B. Framing Media dan Model Analisis Pan & Kosicki

Framing analysis secara umum dapat dipahami sebagai pendekatan yang digunakan untuk mengungkap bagaimana media membentuk cara pandang terhadap realitas sosial—baik berupa peristiwa, tokoh, kelompok, maupun isu tertentu (Hutami et al., 2018). Framing merupakan suatu proses ketika media secara selektif menyoroti dan menekankan aspek-aspek tertentu dari sebuah isu guna membentuk cara pandang dan pemahaman publik terhadap isu tersebut (Kesuma Adha et al., 2024). Dalam penelitian ini, digunakan model framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai alat analisis utama. Model ini membagi proses pembedingkaian menjadi empat elemen utama: struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat elemen tersebut membantu menelusuri bagaimana suatu pesan dikonstruksi dalam wacana media. Menurut Pan dan Kosicki, framing tidak hanya mencerminkan cara media menyajikan informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk interpretasi publik terhadap isu atau kebijakan yang diberitakan.

Table 1. Kerangka Framing Model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
Sintaksis Cara wartawan Menyusun fakta	1. Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
Skrip Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
Tematik Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherasi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
Retorik Cara wartawan menekan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, dan grafik

Model framing yang dikembangkan oleh Pan dan Kosicki berpijak pada asumsi bahwa setiap teks berita memiliki bingkai utama (frame) yang menjadi pusat makna atau ide pokok. Frame tersebut mengaitkan berbagai elemen dalam teks—seperti kutipan narasumber, latar informasi, pilihan diksi, serta struktur kalimat—ke dalam satu kesatuan wacana yang utuh. Frame berperan dalam membentuk makna, karena cara suatu peristiwa ditafsirkan sangat dipengaruhi oleh tanda-tanda atau simbol-simbol yang dimunculkan dalam teks. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri bagaimana konstruksi makna disusun oleh media, misalnya dalam pemberitaan Tribunnews.com tentang kasus

video pornografi mahasiswi UI. Dengan menganalisis perangkat framing mulai dari unsur kelengkapan berita (5W+1H), struktur naratif, hingga penekanan fakta tertentu, dapat dipahami secara rinci bagaimana media membingkai perempuan dalam isu sensitif tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pendekatan ini dipilih karena memandang bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan dibentuk melalui proses konstruksi makna oleh aktor sosial, termasuk media massa. Dalam konteks ini, media tidak sekadar menyampaikan fakta, melainkan juga merekonstruksi realitas melalui pilihan kata, struktur penyampaian, dan penekanan isu. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memahami bagaimana media membentuk makna dan wacana mengenai representasi perempuan, khususnya dalam bidang politik dan industri digital, melalui teks berita yang mereka sajikan.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang menitikberatkan pada cara media membingkai sebuah isu melalui struktur berita. Model ini terdiri dari empat struktur utama, yaitu: (1) struktur sintaksis, yang mengamati bagaimana wartawan menyusun fakta dalam headline, lead, kutipan, dan penutup berita; (2) struktur skrip, yang menilai kelengkapan unsur berita berdasarkan rumus 5W+1H; (3) struktur tematik, yang melihat pola penulisan, koherensi paragraf, bentuk kalimat, penggunaan kata ganti, dan konsistensi ide; serta (4) struktur retorik, yang menelaah pemilihan diksi, metafora, dan elemen visual atau grafis yang digunakan untuk menekankan suatu fakta atau sudut pandang tertentu. Dengan menggunakan model ini, peneliti dapat menggali cara media menyampaikan pesan tersirat mengenai peran dan identitas perempuan dalam ranah publik.

Objek dalam penelitian ini adalah dua artikel berita daring yang terbit pada tanggal 5 Juli 2025, yakni dari Kompas.com dengan judul "21 Persen Developer Game di Indonesia Perempuan, Lebih Tinggi Ketimbang Sektor Politik", dan dari SerambiNews.com (Tribunnews Aceh) dengan judul "Wow! Ternyata 21 Persen Developer Game di Indonesia Perempuan, Gamer Wanita Sudah Setengah Pria." Kedua artikel dipilih karena membahas data yang sama, tetapi berasal dari dua media dengan karakter editorial yang berbeda. Kompas dikenal sebagai media nasional yang cenderung analitis dan berbasis kebijakan, sementara SerambiNews merupakan bagian dari jaringan Tribunnews yang memiliki kecenderungan populer dan sensasional. Pemilihan artikel ini memungkinkan dilakukan perbandingan framing atas isu yang identik, tetapi dikemas dengan gaya penulisan dan sudut pandang yang berbeda.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yaitu dengan mengarsipkan isi lengkap kedua artikel dari laman resminya. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan perangkat framing Pan dan Kosicki, dengan menyusun tabel kategorisasi berdasarkan struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Setelah itu, dilakukan interpretasi makna terhadap representasi perempuan yang ditampilkan masing-masing media, untuk kemudian dibandingkan arah ideologis dan kecenderungan konstruksi identitas gender yang disampaikan.

Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana media membentuk narasi tentang perempuan, baik sebagai subjek aktif dalam industri digital maupun sebagai simbol emansipasi di ruang publik. Hasil dari analisis ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kritis mengenai peran media dalam membentuk opini dan persepsi publik terhadap perempuan dalam politik dan teknologi di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 2. Framing Kompas.com – Model Pan & Kosicki

Struktur Framing	Perangkat Framing	Analisis Kompas.com
Sintaksis	Skema Berita	Judul bersifat informatif dan membandingkan dua sektor: game dan politik. Lead langsung memuat data dan kutipan dari Menkomdigi Meutya Hafid. Struktur berita sistematis: dimulai dari fakta kuantitatif, lalu pendapat narasumber, hingga harapan masa depan.
Skrip	Kelengkapan (5W+1H)	Seluruh unsur 5W+1H dijelaskan secara eksplisit: siapa (Menkomdigi, Shieny Aprilia), apa (data 21%), kapan (5 Juli 2025), di mana (Agate, Bandung), mengapa dan bagaimana (perbandingan sektor dan harapan pemimpin perempuan di game industry).
Tematik	Detail, Koherensi, Kalimat, Kata Ganti	Informasi disajikan secara runtut dan kaya konteks. Kalimat-kalimat padat dan netral. Kata ganti seperti “kita”, “kami” memperlihatkan inklusivitas. Koherensi dibangun dari data, opini, hingga optimisme masa depan bagi perempuan di sektor game.
Retoris	Leksikon, Metafora, Grafis	Menggunakan leksikon positif dan progresif seperti “cukup baik”, “pemimpin perempuan”, “optimis”, “sensitivitas”. Tidak ada metafora bias. Gaya bahasa netral dan meyakinkan. Visualisasi aktivitas Meutya bermain game dan berinteraksi dengan developer perempuan memperkuat kredibilitas.

Berita dari Kompas.com menyajikan isu keterlibatan perempuan dalam industri pengembangan game dengan pendekatan yang berimbang, positif, dan progresif. Tidak hanya menampilkan data 21 persen sebagai fakta mentah, artikel ini juga membingkai pencapaian tersebut sebagai indikator kemajuan dalam representasi gender, dengan membandingkannya secara langsung dengan sektor politik—sebuah bidang yang dikenal masih maskulin dan eksklusif. Dalam struktur sintaksis, berita dimulai dengan kutipan dari Menteri Komunikasi dan Digital, Meutya Hafid, yang menampilkan data resmi dan memperkuat kredibilitas isi. Pemilihan narasumber dari kalangan pemerintah dan CEO perempuan (Shieny Aprilia) membingkai isu ini sebagai wacana nasional yang serius dan strategis. Skrip berita juga lengkap dan komprehensif—pembaca tidak hanya mendapat informasi tentang berapa persen perempuan terlibat, tetapi juga mengapa angka tersebut dianggap signifikan, bagaimana datanya diperoleh, serta apa dampak potensialnya ke depan.

Dari sisi tematik, artikel ini menyusun narasi yang koheren: dimulai dari data, lalu didukung pernyataan narasumber, dilengkapi dengan observasi langsung dari lokasi, hingga ditutup dengan harapan kebijakan. Gaya penulisan netral dan formal mencerminkan framing yang tidak bias. Tidak ada penggunaan metafora atau diksi yang bersifat stereotipikal terhadap perempuan. Sebaliknya, artikel menonjolkan sensitivitas dan kepemimpinan sebagai kualitas yang dimiliki perempuan dan relevan dalam industri game. Dalam struktur retoris, leksikon yang digunakan mencerminkan optimisme dan penguatan posisi perempuan. Kata-kata seperti cukup baik, optimis, dan pemimpin perempuan memperkuat pembingkai bahwa perempuan bukan sekadar pelengkap, tetapi aktor potensial yang memiliki peran strategis. Tidak ada penggunaan kata atau idiom yang membingkai perempuan sebagai makhluk emosional atau subordinat. Visualisasi Menkomdigi yang ikut bermain game dan berdiskusi dengan developer perempuan memberikan efek empatik, membangun kesan keterlibatan langsung pemerintah.

Kompas.com membingkai partisipasi perempuan dalam industri game sebagai sebuah kemajuan strategis dalam konteks kesetaraan gender, dan menempatkan perempuan sebagai subjek aktif, berdaya, dan relevan dalam industri digital. Artikel ini memberikan ruang representasi yang konstruktif dan membangun, serta membuka ruang dialog untuk membandingkan keterlibatan perempuan di sektor teknologi dan politik secara sehat.

Table 3. Framing SerambiNews – Model Pan & Kosicki

Struktur Framing	Perangkat Framing	Analisis Serambinews
SINTAKSIS	Skema Berita	Judul dibuat sensasional dengan diksi “Wow!”, “Srikandi”, dan “tak perlu kalah mental dengan kaum adam”. Lead langsung menyoroti perbandingan gender, bukan data struktural. Penempatan kutipan di tengah-tengah narasi dramatis.
SKRIP	Kelengkapan (5W+1H)	Beberapa unsur terpenuhi (what, who, when), tetapi unsur <i>why</i> dan <i>how</i> disampaikan melalui narasi emosional, bukan analisis. Informasi dari Meutya Hafid dan Shieny Aprilia digunakan, tetapi dibingkai dalam narasi “kebanggaan” perempuan, bukan dalam kerangka kebijakan atau partisipasi sistemik.
TEMATIK	Detail, Koherensi, Kalimat, Kata Ganti	Paragraf diawali dengan narasi “emansipasi wanita” lalu membandingkan dengan “kaum adam”. Struktur kalimat bersifat ekspresif dan impresif. Koherensi antaride lemah, dengan pergeseran dari data menuju glorifikasi simbolik perempuan sebagai “pemenang”.
RETORIS	Leksikon, Metafora, Grafis	Menggunakan istilah metaforis seperti “Srikandi”, “kalah mental”, dan “tak perlu malu”. Kata-kata ini memperkuat stereotip perempuan sebagai makhluk emosional yang berhasil mengimbangi laki-laki. Tidak ada visual pendukung atau grafik data.

Berita dari SerambiNews menampilkan isu partisipasi perempuan dalam industri gim dengan gaya penulisan yang dramatis, simbolik, dan emosional. Dibandingkan dengan Kompas, framing berita ini lebih fokus pada narasi gender yang kontras dan penuh dikotomi antara laki-laki dan perempuan, alih-alih pada substansi data dan konteks sosial-politik. Dari sisi sintaksis, judul berita diawali dengan ekspresi kejut (“Wow!”), lalu diikuti dengan klaim persentase yang dibumbui diksi “setengah pria”. Ini memperlihatkan strategi framing yang mengandalkan efek psikologis kejut dan membingkai perempuan sebagai “pengejar ketertinggalan” dalam dunia yang sebelumnya didominasi laki-laki. Penyusunan kutipan Meutya Hafid juga tidak dimanfaatkan sebagai legitimasi data atau wawasan kebijakan, melainkan sebagai pembenar atas narasi emansipatoris yang sudah lebih dulu dibangun. Dalam dimensi skrip, artikel ini tidak sepenuhnya menjelaskan faktor penyebab ataupun proses keterlibatan perempuan dalam industri game. Meskipun data dari Meutya Hafid dan CEO Agate International disampaikan, konteks penggunaannya cenderung digunakan untuk memperkuat glorifikasi bahwa perempuan kini bisa “setara” atau “tidak kalah” dari laki-laki, bukan untuk membahas kompleksitas representasi gender secara struktural. Unsur *why* dan *how* hanya muncul sebagai asumsi naratif bahwa “perempuan kini mampu dan peka terhadap konten game”, tanpa pendalaman sistemik. Dari sisi tematik, artikel mengedepankan gaya naratif yang menggugah emosi dengan kalimat-kalimat impresif seperti “tak perlu kalah mental”, dan penggunaan kata ganti seperti “para srikandi” atau “kaum adam”. Gaya ini cenderung mengarah pada penguatan perbedaan gender secara simbolik, bukan pada pendekatan netral atau egaliter. Koherensi antarkalimat juga tidak terlalu solid karena sering berpindah dari data ke glorifikasi secara tiba-tiba. Dalam struktur retorik, SerambiNews menggunakan leksikon dan metafora berbasis budaya seperti “Srikandi” yang lekat dengan sosok pahlawan perempuan Jawa,

tetapi dalam konteks ini dipakai untuk menguatkan narasi bahwa perempuan telah mampu “melawan dominasi laki-laki”. Walaupun bernada positif, metafora semacam ini bisa memperkuat stereotip tradisional alih-alih mendekonstruksinya. Tidak disediakan grafik data atau infografik pendukung, yang membuat fakta angka 21% kehilangan kekuatan rasional dan hanya dijadikan ornamen retorik.

Berita SerambiNews membingkai representasi perempuan dalam industri game dengan pendekatan emosional dan simbolik, menekankan kesetaraan gender sebagai “kemenangan perempuan atas laki-laki”. Narasi ini potensial menguatkan stereotype lama tentang perempuan sebagai pihak yang “mengejar ketertinggalan”, bukan sebagai subjek otonom yang punya kapasitas profesional sejajar dalam sistem sosial.

Pembahasan

Penelitian ini menganalisis bagaimana dua media daring nasional, Kompas.com dan SerambiNews.com (Tribunnews Aceh), membingkai keterlibatan perempuan dalam industri game di Indonesia. Kedua artikel mengangkat data yang sama, yakni keterlibatan 21 persen perempuan sebagai developer game dan 49 persen sebagai gamer, berdasarkan paparan Menteri Komunikasi dan Digital Meutya Hafid. Namun, hasil analisis menggunakan model framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki menunjukkan bahwa kedua media menghadirkan narasi dan konstruksi makna yang sangat berbeda, baik dari aspek sintaksis, skrip, tematik, maupun retorik.

A. Framing Informatif vs Sensasional

Artikel dari Kompas.com mengusung framing yang informatif, netral, dan analitis. Judul berita langsung menyatakan fakta utama disertai perbandingan dengan sektor politik: “21 Persen Developer Game di Indonesia Perempuan, Lebih Tinggi Ketimbang Sektor Politik.” Pilihan judul ini menunjukkan upaya media dalam membingkai keterlibatan perempuan sebagai bentuk kemajuan partisipasi gender dalam sektor digital, dan bukan sekadar angka atau kejutan. Dari struktur berita, Kompas menyusun informasi secara sistematis: menyampaikan data, kutipan otoritatif, lalu menganalisis implikasinya.

Sebaliknya, SerambiNews.com membingkai isu dengan gaya sensasional dan simbolik. Judul berita dimulai dengan kata ekspresif “Wow!” dan melanjutkan dengan kalimat “Gamer Wanita Sudah Setengah Pria.” Ini menunjukkan penggunaan bahasa emosional yang menekankan kehebohan atas pencapaian perempuan dibanding laki-laki. Artikel ini cenderung memperkuat dikotomi gender dan mempersepsikan perempuan sebagai pihak yang “mengejar ketertinggalan” dari dominasi pria, alih-alih sebagai aktor sejajar dalam sistem industri.

B. Narasi Partisipasi Struktural vs Glorifikasi Simbolik

Framing yang dibangun oleh Kompas berfokus pada aspek partisipasi struktural perempuan dalam industri game. Media ini membingkai angka 21 persen sebagai bagian dari diskursus kesetaraan gender lintas sektor, termasuk perbandingan dengan politik. Ini memberikan dimensi analitis terhadap peran perempuan, serta membuka ruang pembaca untuk melihat bahwa representasi perempuan tidak hanya penting di sektor hiburan digital, tetapi juga dalam ranah kebijakan publik dan kepemimpinan formal.

Di sisi lain, SerambiNews menggunakan pendekatan glorifikasi simbolik, dengan merujuk perempuan sebagai “Srikandi” dan mengangkat istilah seperti “tak perlu kalah mental dengan kaum adam.” Gaya ini memperkuat narasi lama bahwa perempuan adalah pihak yang emosional namun

kini “berani tampil”. Meskipun terkesan memotivasi, framing seperti ini justru berpotensi mempertahankan stereotype bahwa perempuan bukanlah aktor politik dan digital yang independen, tetapi makhluk yang baru “naik kelas”.

C. Struktur Retoris dan Pilihan Leksikon

Dari segi struktur retoris, Kompas menggunakan leksikon teknis dan positif seperti “representasi”, “partisipasi”, “optimis”, “pemimpin perempuan”, yang membentuk persepsi profesional dan progresif terhadap posisi perempuan dalam industri digital. Gaya ini memperkuat kredibilitas isu dan mengajak publik berpikir kritis tentang struktur sosial yang memengaruhi keterlibatan perempuan. Sebaliknya, SerambiNews lebih menekankan metafora tradisional dan ekspresi figuratif seperti “kaum adam”, “Srikandi”, “bangga diri”, dan “emansipasi wanita”. Penggunaan idiom ini menciptakan pembingkaian bahwa keberhasilan perempuan adalah hal yang tidak biasa dan perlu dirayakan secara emosional, bukan dibaca sebagai proses wajar dalam konteks transformasi sosial dan teknologi.

Perbandingan dua artikel ini menunjukkan bahwa framing media memiliki pengaruh besar dalam membentuk makna dan persepsi publik terhadap perempuan di ruang publik. Kompas.com membangun narasi emansipasi yang kritis dan berbasis data, sementara SerambiNews.com menampilkan emansipasi yang simbolik dan berbasis glorifikasi gender. Perempuan dalam artikel Kompas diposisikan sebagai aktor setara yang memiliki kapasitas politik dan profesional, sedangkan dalam SerambiNews, perempuan lebih dibingkai sebagai tokoh inspiratif yang berhasil menandingi dominasi laki-laki. Dalam konteks konstruktivisme media, kedua media tersebut mencerminkan cara kerja framing dalam mengonstruksi kenyataan sosial yang berbeda terhadap isu yang sama. Maka dari itu, penting bagi publik dan akademisi untuk membaca teks media secara kritis dan memahami bahwa berita bukan sekadar penyampai fakta, melainkan ruang produksi makna sosial dan ideologis. Kedua artikel media mengonstruksi representasi perempuan yang sangat berbeda dalam nada, pesan, dan tujuan. Artikel Kompas.com menghadirkan perempuan sebagai bagian dari transformasi institusional dan partisipasi strategis dalam pembangunan sektor digital. Sementara itu, SerambiNews membingkai perempuan dalam narasi perjuangan simbolik, yang bisa memperkuat glorifikasi dan kompetisi gender. Analisis ini menegaskan bahwa framing media tidak hanya menyampaikan informasi, melainkan membentuk opini dan norma sosial tentang siapa perempuan, bagaimana mereka seharusnya berperan, dan sejauh mana mereka diterima di ruang publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi publik mengenai representasi perempuan di ruang publik, khususnya dalam konteks politik dan industri digital. Dengan menggunakan model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, ditemukan bahwa meskipun kedua media—Kompas.com dan SerambiNews.com—mengangkat data dan isu yang sama, yakni keterlibatan perempuan sebagai gamer dan developer game di Indonesia, keduanya menghadirkan konstruksi makna yang berbeda secara signifikan. Media Kompas.com membingkai isu ini secara informatif, netral, dan berorientasi pada struktur sosial. Artikel menempatkan perempuan sebagai subjek aktif dalam industri teknologi, dengan menekankan partisipasi mereka sebagai bagian dari transformasi kesetaraan

gender yang lebih luas. Judul, isi, dan narasi yang disusun menunjukkan upaya pembingkaihan perempuan sebagai aktor yang kredibel dan memiliki potensi kepemimpinan, terutama ketika dibandingkan dengan sektor politik. Framing ini tidak bersifat glorifikatif atau emosional, melainkan memberi ruang representasi yang rasional, data-driven, dan konstruktif. Sementara itu, media SerambiNews.com menghadirkan framing yang lebih simbolik dan emosional. Penggunaan istilah seperti “Srikandi” dan diksi seperti “Wow!”, “tak perlu kalah mental”, serta dikotomi “kaum adam” dan “perempuan” memperlihatkan konstruksi yang menempatkan perempuan sebagai sosok yang sedang “mengejar” ketertinggalan laki-laki. Representasi semacam ini, meskipun tampak membanggakan, justru memperkuat stereotip gender dengan menempatkan perempuan sebagai “pemenang baru” dalam arena yang sebelumnya dianggap maskulin. Framing ini kurang memberikan ruang refleksi kritis atas faktor struktural yang memengaruhi partisipasi perempuan. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa framing media terhadap perempuan dalam isu politik dan digital tidak hanya merefleksikan fakta sosial, tetapi juga menjadi arena produksi makna yang memengaruhi bagaimana publik menilai peran dan posisi perempuan di ruang publik. Perbedaan framing antara media yang analitis dan populer memperlihatkan pentingnya literasi media dalam membaca isu-isu gender, serta urgensi bagi media untuk lebih bertanggung jawab dalam membentuk wacana yang adil, inklusif, dan memberdayakan.

REFERENSI

- Andini, A., & Akhni, G. (2023). News Discourse and Gender Bias Toward Female Presidential Candidates Approaching the 2024 Election in Indonesia. *Proceedings of the 4th International Conference Entitled Language, Literary, And Cultural Studies, ICON LATERALS 2023, 11-12 July 2023, Malang, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.11-7-2023.2340608>
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- Fsm, N. (2018). KOMUNIKASI POLITIK ANGGOTA LEGISLATIF PEREMPUAN DI KOTA MAJALENGKA POLITICAL COMMUNICATION OF FEMALE LEGISLATORS IN MAJALENGKA CITY.
- Hapsari, N. (2019). Framing Women Politician in Democratic Environment: A Study of Megawati Soekarno Putri and Hillary Clinton. *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.22146/rubikon.v4i1.47858>
- Humprecht, E., & Esser, F. (2017). A glass ceiling in the online age? Explaining the underrepresentation of women in online political news. *European Journal of Communication*, 32(5), 439–456. <https://doi.org/10.1177/0267323117720343>
- Hutami, M. F., Nuryah, D., & Sjafirah, A. (2018). Framing Media Online Tribunnews.Com Terhadap Soso Perempuan Dalam Berita Video Pornografi Depok. *Kajian Jurnalisme*. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>
- Kelly, C., & Breinlinger, S. (1995). Identity and injustice: Exploring women’s participation in collective action. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 5(1), 41–57. <https://doi.org/10.1002/casp.2450050104>
- Kesuma Adha, Y., Joko Prasetyo, I., Farni Syam Maella, N., Magister Ilmu Komunikasi, P., & Soetomo Surabaya, U. (2024). Framing Analysis of the Mayor’s Image in the News of Eri Cahyadi’s Participation with the Vespa Community on the RRI.Co.Id News Portal. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 9115–9125. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V5I2.5776>
- Krook, M. L. (2017). Violence Against Women in Politics. *Journal of Democracy*, 28(1), 74–88. <https://doi.org/10.1353/jod.2017.0007>
- Muringa, T. P., Sanele, G. J., & Aiseng, K. (2024). “We are not Ready for a ‘she’ President”: Navigating Media Framing of Women Presidential Hopefuls. *Agenda*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/10130950.2024.2401723>
- NFS Maella, FM Elita, E Rijal, & S Mulyana. (2019). *Instagramable Politics: Indonesian Celebrities Politicians Instagramable Politics: Indonesian Celebrities Politicians Campaign Campaign Nur’annafi Farni Syam Maella Rd.*

- Funny Mustika Elita Slamet Mulyana Instagramable Politics: Indonesian Celebrities Politicians Campaign.*
<https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac>
- Ningsih, S., Zubair, A., & Gusfa, H. (2019). Indonesian Women Politicians Based on a Newspaper's Perception. *Proceedings of the First International Conference on Administration Science (ICAS 2019)*.
<https://doi.org/10.2991/icas-19.2019.99>
- Opuene Hart, A., & Akie Hart LLB, E. (2025). Women and Politics. *International Journal on Integrated Education*, 8(3), 122–140. <https://doi.org/10.31149/ijie.v8i3.5411>
- Realí, F. (2021). Metaphorical framing of feminism and women in Spanish online media. *Journal of Multicultural Discourses*, 16(4), 350–364. <https://doi.org/10.1080/17447143.2021.1980572>
- Refki, D., & Faerman, S. (2024). The making of female politicians: Why political identity matters. *International Political Science Review*, 45(4), 506–520. <https://doi.org/10.1177/01925121231170575>
- Riduansyah, Maella, S. F. A., & Prasetyo, J. I. (2024). Critical Discourse Analysis On Women Politician During 2024 Election. *Jurnal Scientia*, 13. <https://doi.org/DOI 10.58471/scientia.v13i03>
- Russo, L., & Reuchamps, M. (2023). *Women and Politics* (M. Och, Ed.). ABC-CLIO, LLC.
<https://doi.org/10.5040/9798216183723>
- Syammaella, N. F., Farida, F., Harliantara, H., & Prihatiningsih, W. (2024a). Self Interpretation: The Identity of Women Legislator. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(2), 310–323.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.771>
- Syammaella, N. F., Farida, F., Harliantara, H., & Prihatiningsih, W. (2024b). Self Interpretation: The Identity of Women Legislator. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(2), 310–323.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.771>