

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan skripsi ini
1.	Isu Lingkungan Hidup pada Pemberitaan Media Online (Analisis Isi Kuantitatif Berita Lingkungan Hidup di Media Berita Tribunnews.com, Kompas.com dan Detik.com pada Periode Januari – Desember 2021) Luthfi Septiawan 2022	Universitas Pembangunan Jaya	Analisis Isi, Metode Kualitatif	Penelitian ini menemukan bahwa persentase mengenai pemberitaan isu lingkungan hidup dalam tiga media berita online Tribunnews, Kompas, dan Detik menunjukkan bahwa Detik memiliki presentase berita lebih tinggi dibandingkan Kompas. Namun dalam ketiga media berita tersebut tidak memiliki rubrik khusus mengenai isu lingkungan..	Penelitian lebih lanjut mengenai pemberitaan isu lingkungan hidup menggunakan media berita online Tribunnews, Kompas, dan Detik kepada lingkungan hidup seperti Mongabay Indonesia	Perbedaan dengan skripsi ini terletak pada metode penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis isi berita dengan metode kuantitatif. Perbedaan juga terletak pada pemilihan waktu periode penelitian, penelitian ini dilakukan pada periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024.
2.	KONSTRUKSI ISU LINGKUNGAN DALAM MEDIA ONLINE (ANALISIS FRAMING BENCANA BANJIR BANDANG DI MEDIA ONLINE) Siti Ayu 2021	Universitas Islam Negeri Jakarta	Penelitian Framing, kualitatif	Penelitian menunjukkan Tirta.id mengutamakan jurnalisme lingkungan dengan dukungan bagi korban dan analisis penyebab banjir, serta advokasi melalui data LSM yang menolak pernyataan Presiden Jokowi. Mereka	Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menggunakan berita lain dan menggunakan media berita lain	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian analisis isi kuantitatif.

3.	JURNAL FRAMING ISU LINGKUNGAN HIDUP DALAM MEDIA SOSIAL ORGANISASI LINGKUNGAN Agata Winda Syilvianisa 2021	Universitas Sebelas Maret Surakarta	Deskriptif Kualitatif	<p>mendorong masyarakat menuntut pemerintah atas kelalaian regulasi.</p> <p>Inti dari paragraf tersebut adalah perbandingan cara kedua akun Instagram, @kementerianlhk dan @greenpeaceid, dalam melakukan framing isu lingkungan hidup selama periode Juli hingga Agustus 2021.</p> <p>Akun @kementerianlhk menekankan keberhasilan dan komitmen pemerintah dalam menangani masalah lingkungan, sedangkan @greenpeaceid menyoroti ancaman bencana akibat kurangnya perhatian pemerintah terhadap isu lingkungan. Meskipun kedua akun menggunakan informasi mendalam dan visualisasi yang relevan, cara penyampaian pesan mereka berbeda; @kementerianlhk lebih lugas dan langsung, sementara @greenpeaceid</p>	Penelitian dapat memperluas waktu periode penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi berita kuantitatif. Sedangkan penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.
----	---	-------------------------------------	-----------------------	--	--	--

menggunakan
lebih banyak
elemen kreatif
seperti
metafora dan
frasa menarik.
Selain itu,
@kementerian
lhk
menekankan
partisipasi
bersama
dalam
penanganan
isu
lingkungan,
sedangkan
@greenpeacei
d lebih
menekankan
tanggung
jawab
pemerintah..

Peneliti merujuk pada tiga studi pustaka sebelumnya yang dilakukan oleh Luthfi Septiawan (2022), Siti Ayu (2021), dan Riska Fadila (2024) karena relevansi yang signifikan terhadap penelitian ini. Penelitian Luthfi Septiawan yang berjudul "Isu Lingkungan Hidup pada Pemberitaan Media Online" menyajikan analisis kuantitatif mengenai cara media berita daring seperti Tribunnews.com, Kompas.com, dan Detik.com mengolah isu lingkungan selama periode Januari hingga Desember 2021. Hasil dari penelitian ini menjadi referensi penting untuk memahami bagaimana media daring menyajikan informasi lingkungan kepada publik. Temuan yang menunjukkan bahwa isu lingkungan sering kali diangkat tanpa rubrik khusus menjadi acuan yang berharga untuk melihat tren pemberitaan lingkungan pada Kompas.com dan Mongabay. Penelitian ini menyediakan data kuantitatif yang membantu dalam mengevaluasi kuantitas, nada, dan tema utama dalam pemberitaan, sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami lebih dalam bagaimana kedua media ini mengemas berita lingkungan dengan cara yang informatif dan menarik bagi pembaca.

Studi kedua oleh Siti Ayu (2021) yang berjudul "Konstruksi Isu Lingkungan dalam Media Online" menitikberatkan pada analisis *framing* terkait bencana banjir bandang, serta menunjukkan bagaimana media membentuk persepsi masyarakat terhadap bencana lingkungan. Melalui pendekatan ini, penelitian menawarkan pandangan mendalam tentang bagaimana media membingkai isu lingkungan

sebagai bentuk advokasi bagi korban dan kritik terhadap pemerintah. Pendekatan *framing* ini dapat membantu dalam penelitian saat ini untuk menganalisis bagaimana Mongabay Indonesia dan Kompas.com memberitakan berbagai isu lingkungan. Dengan memanfaatkan temuan dari penelitian Siti Ayu, dapat dieksplorasi lebih jauh pengaruh *framing* terhadap persepsi publik mengenai isu-isu tersebut, memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi apakah informasi yang disajikan bersifat positif, netral, atau negatif.

Selanjutnya, penelitian Agata Winda (2021) dengan judul "Framing Isu Lingkungan Hidup Dalam Media Sosial Organisasi Lingkungan" yang mengamati proses jurnalistik di akun Instagram kementerian KLHK dan Greenpeace Indonesia. Temuan ini penting untuk memahami betapa krusialnya proses produksi berita lingkungan di Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan khususnya dalam hal verifikasi data dan penyajian informasi yang faktual. Dengan melihat hasil penelitian Agata Winda, penelitian ini dapat menilai kualitas dan kredibilitas berita lingkungan yang disajikan oleh kedua media, sehingga dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana informasi lingkungan disampaikan ke publik.

Ketiga penelitian ini memberikan kerangka dan perspektif bagi studi tentang pengemasan berita lingkungan di Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan. Penelitian-penelitian tersebut menjadi acuan utama dalam menilai bagaimana media mengemas isu-isu lingkungan di Indonesia, sehingga memperkuat landasan bagi penelitian ini dalam memahami peran media dalam membentuk pandangan publik terhadap kebijakan lingkungan di Indonesia.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Jurnalisme Lingkungan

Jurnalisme lingkungan memiliki dasar yang kuat dalam konsep komunikasi lingkungan, yang dijelaskan oleh Robert Cox. Ia menekankan peran individu, institusi, komunitas, dan budaya dalam proses pembentukan, penyampaian, pemahaman, serta pemanfaatan pesan-pesan yang berkaitan dengan lingkungan dan

interaksi antara manusia dan alam. menyatakan bahwa jurnalisme lingkungan tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan mendorong tindakan publik terkait isu-isu seperti perubahan iklim, pelestarian hutan, dan pengelolaan limbah (Cox & Pezzullo, 2021).

Jurnalisme lingkungan pada dasarnya memiliki banyak kesamaan dengan jenis jurnalisme lainnya, terutama dalam prinsip-prinsip dasar seperti pengumpulan data, produksi berita, dan distribusi informasi kepada publik. Namun, perbedaan yang paling mencolok terletak pada isu utama yang menjadi fokus pelaporan. Jurnalisme lingkungan berfokus pada isu-isu yang berkaitan dengan keberlanjutan ekosistem, termasuk perubahan iklim, pencemaran, pelestarian keanekaragaman hayati, dan kerusakan alam yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Seperti halnya bentuk jurnalisme lainnya yang harus mematuhi kode etik jurnalistik, jurnalisme lingkungan juga berkewajiban untuk mengikuti standar etika yang sama, dengan penekanan tambahan pada aspek etika lingkungan (Luthfi, 2022).

Dalam penelitian ini, sangat penting untuk menyadari bahwa jurnalisme lingkungan harus tetap berpegang pada kode etik jurnalistik yang ketat, dengan penekanan khusus pada etika lingkungan. Etika ini mencakup tidak hanya pelaporan yang akurat dan jujur, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana informasi yang disampaikan dapat berkontribusi pada peningkatan kesadaran ekologi masyarakat dan pengembangan kebijakan pelestarian lingkungan. Sebagai contoh, laporan mengenai dampak Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) di Jakarta atau transisi energi di Indonesia harus disajikan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap ekosistem (Sudiby, 2014).

2.2.2. Isu Lingkungan

Menurut Robert Cox (2021) isu lingkungan merupakan sebuah masalah yang berkaitan dengan interaksi antara manusia dan alam dan sangat penting untuk dipahami. Komunikasi lingkungan berperan dalam meningkatkan kesadaran tentang kondisi lingkungan serta dalam merundingkan perbedaan tanggapan di dalam masyarakat.

McGrath dan Jonker (2023) mengatakan bahwa isu lingkungan merupakan berbagai tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh Bumi serta sistem ekosistemnya mencakup isu-isu seperti perubahan iklim, pencemaran, pertumbuhan populasi yang berlebihan, dan konsumsi energi yang tidak berkelanjutan. Isu-isu ini memiliki kompleksitas yang tinggi dan saling terkait satu sama lain. Mengingat dampaknya terhadap kesehatan lingkungan, masalah-masalah ini dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesehatan dan kesejahteraan manusia.

Contoh dalam penelitian ini mengenai kebakaran hutan di Kalimantan mencerminkan masalah pencemaran udara, sedangkan laporan tentang deforestasi untuk perkebunan kelapa sawit di Jawa Tengah mengaitkan tantangan lokal dengan dampak yang lebih luas secara global. Media daring memiliki peran krusial dalam menjelaskan kompleksitas isu-isu ini kepada masyarakat, membangun kesadaran publik, dan memengaruhi kebijakan melalui pemberitaan yang dirancang dengan cermat. Hal ini menunjukkan bagaimana penelitian ini menghubungkan teori komunikasi lingkungan dengan praktik jurnalisme lingkungan untuk memahami pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat.

2.2.3. Berita Lingkungan

Berita dapat diartikan sebagai laporan yang mencakup peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, dan interpretasi yang memiliki nilai penting, menarik, dan baru, yang perlu disampaikan kepada publik dengan segera. Dalam konteks penelitian ini, laporan berita mengenai isu lingkungan harus cepat dalam mengidentifikasi fakta atau ide terbaru yang akurat, menarik, dan relevan bagi masyarakat. Peran media dalam menyampaikan isu-isu kerusakan lingkungan sangat krusial dalam membentuk pola pikir masyarakat dan agenda publik. Frekuensi media dalam mengangkat isu kerusakan lingkungan berbanding lurus dengan kemungkinan isu tersebut menjadi bagian dari agenda publik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan. Penelitian ini menekankan bagaimana cara pengemasan berita lingkungan dapat memengaruhi persepsi publik dan mendorong tindakan kolektif terhadap isu-isu lingkungan yang mendesak (Widyadani, 2014).

Berita jurnalisme lingkungan yang disajikan oleh media massa akan memiliki dampak yang lebih signifikan jika mengedepankan jurnalisme yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Dalam hal ini, jurnalisme lingkungan tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendorong kesadaran serta tindakan proaktif terhadap masalah-masalah lingkungan. Dengan menekankan perspektif keberlanjutan, media dapat berkontribusi dalam membantu masyarakat memahami konsekuensi dari kerusakan lingkungan dan pentingnya pelestarian ekosistem untuk generasi yang akan datang. Penelitian ini mengindikasikan bahwa ketika media secara konsisten mengangkat isu-isu lingkungan dengan pendekatan yang mendukung keberlanjutan, hal tersebut dapat memengaruhi pola pikir masyarakat dan agenda publik (Abrar, 2016).

Maka dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa jurnalisme lingkungan yang mendukung keberlanjutan ekosistem memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Dengan menyoroti isu-isu keberlanjutan, media massa berpotensi untuk memengaruhi perspektif publik mengenai kerusakan lingkungan serta urgensi tindakan kolektif untuk menanggulangnya.

2.2.4. Ruang Lingkup Isu Lingkungan

Sudibyo dalam Luthfi (2022) menjelaskan bahwa dalam isu lingkungan terdapat empat ruang lingkup pemberitaan mengenai isu lingkungan yaitu :

1. **Bencana alam**, dipahami sebagai peristiwa yang muncul akibat fenomena alam yang mengakibatkan kerusakan baik secara fisik maupun sosial. Laporan media daring mengenai bencana alam, seperti banjir, gempa bumi, atau kebakaran hutan, memiliki peran penting dalam memberikan edukasi kepada masyarakat tentang faktor-faktor risiko serta dampak yang ditimbulkan terhadap komunitas dan ekosistem. Kejadian bencana alam yang sering terjadi di Indonesia juga memberikan konteks yang signifikan bagi media untuk menyoroti kesiapan masyarakat serta upaya mitigasi yang perlu diperkuat guna melindungi lingkungan dan populasi yang terdampak.
2. **Konservasi**, dipahami sebagai suatu usaha dalam pengelolaan sumber daya alam yang bertujuan untuk melestarikan keanekaragaman hayati serta

menjaga keseimbangan ekosistem. Platform daring yang menyajikan informasi mengenai konservasi berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan signifikansi pelestarian spesies dan ekosistem yang terancam punah. Konservasi mencakup berbagai dimensi, termasuk perlindungan terhadap satwa langka, rehabilitasi ekosistem yang telah mengalami kerusakan, serta pengelolaan kawasan yang memiliki kerentanan ekologis. Media yang fokus pada isu-isu konservasi dapat memperkuat pemahaman publik tentang urgensi tindakan pelestarian demi keberlanjutan di masa depan.

3. **Kerusakan alam**, dapat diartikan sebagai penurunan kualitas ekosistem yang disebabkan oleh aktivitas manusia, termasuk pencemaran, penebangan hutan, dan praktik industri yang merugikan. Fenomena ini berakibat pada menurunnya kualitas sumber daya alam dan berdampak pada keberlanjutan lingkungan. Media digital memainkan peran krusial dalam menyebarkan informasi mengenai kerusakan alam, seperti efek pencemaran yang dihasilkan oleh industri atau limbah pertanian terhadap kualitas air dan tanah. Melalui laporan-laporan ini, diharapkan masyarakat dapat menyadari dampak jangka panjang dari kerusakan alam dan termotivasi untuk mendukung kebijakan serta praktik yang lebih berkelanjutan.
4. **Pengembangan sumber daya alam**, dapat dipahami sebagai proses pemanfaatan sumber daya tersebut untuk memenuhi kebutuhan manusia. Namun, jika tidak disertai dengan pengelolaan yang berkelanjutan, aktivitas ini berpotensi menimbulkan perubahan iklim dan kerusakan alam yang signifikan. Pentingnya liputan mengenai dampak negatif dari pengembangan sumber daya yang tidak bertanggung jawab, seperti deforestasi untuk lahan pertanian atau aktivitas penambangan yang merusak ekosistem setempat, menjadi krusial dalam meningkatkan kesadaran publik tentang risiko jangka panjang dari eksploitasi yang berlebihan. Melalui pemberitaan ini, media daring memiliki peran penting dalam memberikan peringatan dan membimbing masyarakat menuju pemahaman akan urgensi kebijakan pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan.

Ruang lingkup isu lingkungan yang mencakup bencana alam, konservasi, kerusakan alam, dan pengembangan sumber daya alam memiliki relevansi yang sangat penting dalam penelitian ini. Dalam konteks pemberitaan yang dilakukan oleh Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan, ruang lingkup ini mencerminkan fokus utama masing-masing media dalam menyajikan isu-isu lingkungan. Sebagai ilustrasi, berita mengenai bencana alam seperti banjir atau kebakaran hutan sering kali diliput oleh Jateng Pos dan Kanal Kalimantan karena dampak yang dirasakan secara lokal. Konservasi, yang mencakup pelestarian satwa dan rehabilitasi ekosistem, menjadi perhatian utama bagi Mongabay, yang menekankan narasi keberlanjutan. Sementara itu, kerusakan alam, seperti pencemaran air dan deforestasi, diangkat oleh Kompas.com, yang berupaya menjangkau audiens nasional untuk meningkatkan kesadaran publik. Pengembangan sumber daya alam, seperti kegiatan pertambangan, sering kali dilaporkan dengan penekanan pada dampaknya terhadap lingkungan lokal di media seperti Kanal Kalimantan.

Penelitian ini mengaitkan ruang lingkup tersebut dengan analisis pengemasan berita untuk mengeksplorasi cara penyampaian tema-tema ini kepada audiens. Sebagai contoh, Mongabay cenderung menyajikan isu konservasi dengan pendekatan berbasis data dan advokasi, sedangkan Jateng Pos lebih menekankan dampak langsung dari bencana terhadap masyarakat. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai peran media lokal, nasional, dan khusus lingkungan dalam membangun kesadaran publik terhadap isu-isu ekologi.

2.2.4. Pengemasan Berita

Pengemasan berita merupakan metode yang digunakan oleh media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan berbagai teknik dan strategi. Tujuan dari pengemasan ini adalah agar informasi yang disajikan dapat dipahami, menarik perhatian, dan memengaruhi pandangan publik. Proses pengemasan berita berpotensi mengubah cara masyarakat memandang suatu peristiwa atau isu (Croteau & Hoynes, 2014). Pengemasan berita dapat dilakukan

melalui pemilihan kata, penentuan fokus berita, atau dengan memilih perspektif tertentu dalam penyampaian berita.. Aspek-aspek yang terlibat dalam pengemasan berita mencakup kuantitas, jenis berita, nilai berita, unsur berita, dan nada berita (Croteau, 2014).

Pengemasan berita menjadi aspek sentral yang akan diteliti untuk memahami cara media menyampaikan informasi terkait isu-isu lingkungan. Metode analisis isi kuantitatif diterapkan untuk mengevaluasi elemen-elemen kunci dalam pemberitaan, seperti kuantitas publikasi, tema yang diangkat, perspektif yang digunakan, serta nada pemberitaan apakah bersifat positif, negatif, atau netral. Melalui konsep ini, penelitian bertujuan untuk menilai seberapa sering isu-isu lingkungan muncul dalam berita yang diterbitkan oleh Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan serta cara masing-masing media menyajikan informasi tersebut.

Dengan mengukur dan mengklasifikasikan data, peneliti akan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pemberitaan lingkungan di kedua media ini, serta perbedaan dalam metode pengemasan berita. Aspek pengemasan berita dalam analisis ini mencakup berbagai elemen penyajian dan pengorganisasian informasi dalam berita, mencakup elemen-elemen seperti kuantitas, tema, sudut pandang, dan nada pemberitaan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis dan objektif mengukur serta menganalisis berbagai aspek dari pemberitaan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana isu-isu tertentu seperti isu lingkungan yang disajikan oleh media.

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penekanan pada tema memungkinkan untuk mengidentifikasi isu-isu lingkungan tertentu yang diangkat oleh berbagai media, seperti deforestasi, pencemaran, dan kebakaran hutan. Dengan melakukan analisis terhadap tema, penelitian ini dapat menilai sejauh mana media berperan dalam meningkatkan kesadaran publik mengenai berbagai masalah ekologi. Unsur berita (5W+1H) menjamin bahwa informasi yang disajikan lengkap, mencakup siapa yang terlibat dalam isu tersebut, lokasi peristiwa, serta alasan di balik munculnya masalah, sehingga membentuk kerangka analisis yang menyeluruh.

Penambahan ruang lingkup dalam pengemasan berita memiliki peranan yang signifikan dalam mengidentifikasi perbedaan topik isu lingkungan yang diangkat oleh berbagai media, seperti bencana alam, konservasi, kerusakan alam, dan pengelolaan sumber daya alam. Dalam penelitian ini, analisis terhadap Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan menunjukkan fokus yang khas dari masing-masing media. Sebagai contoh, Mongabay lebih banyak membahas isu-isu terkait konservasi dan kerusakan alam, sedangkan media lokal seperti Jateng Pos dan Kanal Kalimantan lebih menekankan pada isu-isu lokal seperti bencana alam dan degradasi lingkungan di daerah mereka. Pendekatan ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai variasi dalam peliputan isu lingkungan yang disesuaikan dengan audiens masing-masing media. Dengan demikian, ruang lingkup ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana media dapat memengaruhi kesadaran publik dan mendorong tindakan terhadap berbagai tantangan ekologis.

Di sisi lain, nilai berita, seperti kebaruan, dampak, dan kedekatan, berfungsi untuk menilai daya tarik berita bagi audiens. Sebagai contoh, berita yang menyoroti kerusakan alam dengan dampak langsung terhadap masyarakat biasanya memiliki nilai berita yang tinggi. Analisis ini memberikan wawasan mengenai prioritas media dalam pemilihan berita yang akan disajikan. Selain itu, nada berita—apakah positif, negatif, atau netral—menunjukkan cara media membingkai peristiwa, apakah untuk menginspirasi, mengkritik, atau hanya menyampaikan fakta secara objektif.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini menekankan kebaruan dalam mengevaluasi bagaimana pengemasan berita dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu lingkungan. Melalui analisis yang sistematis terhadap elemen-elemen tersebut, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media dalam menyampaikan informasi ekologi yang dapat mendorong kesadaran dan tindakan kolektif. Hal ini juga memungkinkan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam cara media lokal, nasional, dan lingkungan mengemas berita yang relevan bagi audiens masing-masing.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan yang mendalam dalam menganalisis pengemasan berita lingkungan dengan membedakan empat elemen

utama yaitu tema, unsur berita, nilai berita, dan nada berita, serta bagaimana media nasional, lokal, dan lingkungan mengintegrasikan elemen-elemen ini. Tidak hanya melihat kuantitas atau cakupan isu, penelitian ini mengeksplorasi cara masing-masing media menyusun narasi berita untuk memengaruhi persepsi audiens. Kebaruan lainnya adalah fokus pada kombinasi analisis media lingkungan seperti Mongabay dengan media lokal seperti Jateng Pos dan Kanal Kalimantan, yang jarang dilakukan dalam penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini pengemasan berita yang dilakukan oleh Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan menunjukkan beragam pendekatan dalam penyusunan narasi berita. Mongabay, misalnya, lebih menekankan pada aspek konservasi dan pelestarian lingkungan, sementara Jateng Pos lebih fokus pada isu-isu lokal, seperti dampak kerusakan alam akibat bencana. Kompas.com, yang memiliki audiens nasional, menyajikan berita dengan cakupan yang lebih luas, mengintegrasikan nilai-nilai berita seperti dampak dan ketepatan waktu untuk menarik perhatian masyarakat. Di sisi lain, Kanal Kalimantan, sebagai media lokal, menyoroti isu-isu yang berdampak langsung pada komunitas, seperti banjir dan deforestasi.

Maka pengemasan berita bertujuan untuk menganalisis cara Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan menyajikan berita lingkungan serta dampaknya terhadap persepsi publik mengenai isu-isu ekologis. Dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif, penelitian ini menilai berbagai aspek berita, termasuk kuantitas publikasi, tema yang diangkat, sudut pandang, dan nada pemberitaan positif atau negatif.

2.2.5. Unsur Berita

Menurut Nuraeni & Fitriawan (2017) sebuah berita yang baik dan valid memiliki enam unsur penting. Unsur ini berdasarkan pada 5W + 1H, yang mencakup apa (what), siapa (who), dimana (where), kapan (when), mengapa (why), dan bagaimana (how). Maka untuk berita berfungsi sebagai penyampaian fakta, sehingga sifatnya adalah faktual. Berita harus menjawab pertanyaan-pertanyaan dari unsur berita tersebut seperti apa yang terjadi, siapa yang terlibat, kapan

peristiwa tersebut berlangsung, di mana peristiwa itu terjadi, mengapa peristiwa itu terjadi, dan bagaimana proses terjadinya.

Penerapan konsep 5W+1H (apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, bagaimana) dalam penelitian penting untuk menganalisis pengemasan berita lingkungan yang disajikan oleh keempat media. Unsur berita berfungsi sebagai panduan untuk memastikan bahwa setiap berita yang disampaikan oleh media memenuhi kriteria jurnalistik yang baik dan faktual, yaitu menjawab pertanyaan-pertanyaan mendasar yang menjadikan informasi tersebut jelas, valid, dan mudah dipahami oleh pembaca (Prameswari, 2021).

Dalam penelitian ini, penerapan konsep 5W+1H dalam pengemasan berita lingkungan pada media berita daring memiliki peran penting untuk menjamin kelengkapan serta akurasi informasi yang disampaikan. Berikut adalah penjelasan mengenai setiap elemen dan keterkaitannya dalam penelitian:

1. Apa (What): Menguraikan peristiwa atau isu lingkungan yang dilaporkan, seperti penebangan hutan atau pencemaran udara. Elemen ini membantu peneliti dalam memahami inti dari topik yang diangkat oleh media.
2. Siapa (Who): Mengidentifikasi individu atau kelompok yang terlibat, seperti pemerintah, perusahaan, atau masyarakat lokal. Mengetahui "siapa" sangat penting untuk menentukan sumber informasi utama dan sudut pandang yang diambil dalam laporan berita.
3. Di mana (Where): Menunjukkan lokasi atau tempat terjadinya peristiwa, seperti hutan di Kalimantan atau area perkotaan yang terdampak pencemaran udara. Hal ini memperkuat konteks geografis dalam berita dan menunjukkan relevansi regional yang mungkin lebih menarik bagi segmen pembaca tertentu.
4. Kapan (When): Menyebutkan waktu terjadinya peristiwa atau periode peliputan. Informasi ini membantu dalam menilai sejauh mana berita tersebut aktual dan urgensi yang diberikan oleh media terhadap isu lingkungan.
5. Mengapa (Why): Menyajikan latar belakang atau alasan di balik peristiwa, seperti faktor penyebab deforestasi akibat ekspansi perkebunan. Unsur ini

memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai konteks dan alasan di balik isu yang dilaporkan.

6. Bagaimana (How): Menguraikan proses atau cara terjadinya peristiwa atau solusi yang diusulkan, seperti langkah-langkah mitigasi atau kebijakan yang berkaitan dengan lingkungan. Unsur ini penting untuk memahami bagaimana media menjelaskan dampak dan solusi dari isu tersebut kepada masyarakat.

2.2.6. Nilai Berita

Nilai berita merujuk pada pendekatan diskursif yang diterapkan oleh jurnalis dalam membangun narasi mengenai suatu peristiwa atau individu yang dianggap penting untuk dilaporkan (Bednarek & Caple, 2014). Nilai berita memiliki potensi untuk memengaruhi cara pandang pembaca terhadap suatu peristiwa dan tokoh yang terlibat, karena nilai-nilai tersebut dapat berfungsi dalam membentuk perspektif dari berbagai sudut (Bednarek & Caple, 2017). Aspek-aspek ini harus diintegrasikan dalam setiap laporan berita yang disajikan. Apabila sebuah laporan berita tidak mengandung nilai berita, maka informasi yang disampaikan dianggap tidak memenuhi syarat untuk dikategorikan sebagai berita (Ansahnarmi, Safitri, dan Wulandari, 2024).

Johnson Yopp dan McAdams (2014) mengatakan ada beberapa kriteria atau sebuah nilai berita yang dapat menentukan sebuah berita dapat disebut “*newsworthiness*” yaitu:

1. *Timeliness*

Nilai berita yang memiliki ketepatan waktu ini dapat diukur berdasarkan relevansi waktu informasi yang disajikan, terutama seberapa baru atau segar berita tersebut muncul atau saat di publikasikan. Berita yang berkaitan dengan peristiwa atau isu yang baru saja terjadi umumnya memiliki nilai yang lebih tinggi. Dalam penelitian ini, contoh beritanya seperti mengenai perubahan lingkungan, seperti lonjakan polusi udara hari ini yang tiba-tiba di Jakarta.

2. *Proximity*

Nilai berita yang memiliki terjemahan kedekatan ini berfungsi sebagai melihat bagaimana berita merujuk pada kedekatan informasi dengan audiens, baik dari segi lokasi maupun keterikatan emosional. Dalam penelitian ini contohnya adalah berita yang berhubungan dengan masyarakat Indonesia, seperti isu deforestasi di Kalimantan atau inisiatif pembangunan Ibu Kota Nusantara, cenderung memiliki nilai kedekatan yang tinggi bagi pembaca di tanah air, karena mereka memiliki hubungan langsung dengan permasalahan tersebut terutama masyarakat yang tinggal di daerah tersebut. Penelitian ini menganalisis bagaimana media seperti Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan memanfaatkan kedekatan ini untuk menyampaikan isu-isu lingkungan yang penting bagi masyarakat setempat.

3. *Conflict*

Konflik menjadi nilai berita yang tinggi sering kali disebabkan oleh adanya perdebatan atau konflik yang menarik perhatian publik. Dalam penelitian ini implementasi nilai ini dapat dilihat dalam isu lingkungan, konflik dapat timbul ketika terdapat perbedaan pendapat mengenai kebijakan pemerintah, seperti dalam kasus pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) yang mendapat sorotan kritis dari aktivis lingkungan dan pembangunan tambang yang meresahkan warga. Media berperan dalam menyajikan berita yang menggali aspek-aspek konflik ini, sehingga meningkatkan nilai berita, mengingatkan masyarakat umumnya lebih tertarik pada ketegangan antara pihak-pihak yang berseberangan.

4. *Prominence*

Merupakan kriteria dari nilai berita yang memiliki fokus pada pembawaan tokoh atau lembaga yang memiliki peran signifikan dalam berita. Ketika individu terkenal seperti pejabat publik atau organisasi lingkungan yang berpengaruh terlibat, berita tersebut cenderung memiliki nilai ketenaran yang lebih besar. Dalam penelitian ini, berita yang mencakup pernyataan dari pemerintah mengenai kebijakan lingkungan, atau dari aktivis

terkemuka, menunjukkan tingkat ketenaran yang tinggi dan lebih mungkin menarik perhatian pembaca.

5. *Human Interest*

Salah satu nilai berita yang menekankan aspek kemanusiaan atau narasi yang menggugah emosi. Cerita-cerita mengenai masyarakat yang terdampak secara langsung oleh polusi udara atau deforestasi, contoh berita tersebut dapat memberikan kesan human interest yang signifikan. Hal ini dapat menjadi faktor krusial dalam penyajian berita oleh Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan untuk dapat melihat bagaimana keempat media berita tersebut mengemas berita tersebut sesuai dengan ciri khas media nya sendiri.

6. *Impact*

Pengaruh berita terhadap masyarakat dapat diukur berdasarkan seberapa signifikan dampaknya. Ketika berita tersebut berdampak besar pada kehidupan masyarakat, seperti dalam hal kebijakan lingkungan yang berhubungan dengan kesehatan atau ekosistem, contohnya adalah pemberitaan mengenai isu bencana alam yang terjadi dan memiliki dampak langsung kepada masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, berita yang berkaitan dengan dampak peristiwa yang mempengaruhi populasi secara luas akan memiliki dampak yang signifikan, mengingat konsekuensi tersebut langsung dirasakan oleh masyarakat.

7. *Magnitude*

Mengacu pada ukuran peristiwa, baik dari segi tingkat kerusakan, jumlah individu yang terpengaruh, maupun luas area yang terdampak. Sebagai contoh, berita mengenai tingkat polusi udara di Jakarta yang masuk dalam kategori bahaya menunjukkan nilai magnitudo yang signifikan karena luas area Jakarta yang cukup luas dan banyak masyarakat yang beraktivitas di Jakarta terpengaruh oleh polusi udara tersebut. Dalam konteks penelitian, masalah lingkungan seperti pencemaran udara di Jakarta atau deforestasi yang masif dapat dikategorikan sebagai berita dengan magnitudo tinggi, mengingat dampaknya yang dirasakan secara luas di berbagai daerah.

8. *Oddity*

Nilai berita yang mengacu pada elemen keunikan atau tidak biasa dalam sebuah berita, hal ini mencakup kejadian-kejadian yang tidak lazim atau jarang terjadi. Contohnya adalah fenomena alam yang langka atau aktivitas lingkungan yang tidak biasa, seperti spesies hewan endemik yang terancam punah. Dalam kajian ini, berita mengenai fenomena lingkungan yang aneh atau tidak terduga dapat dimanfaatkan oleh media untuk menarik perhatian audiens dengan nilai keanehan yang signifikan.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai nilai berita dan *newsworthiness*, dapat disimpulkan bahwa berita yang bagus perlu mencakup nilai-nilai berita seperti *Prominence*, *Timeliness*, *Proximity*, *Impact*, *Magnitude*, *Conflict*, *Oddity*, dan *Human Interest*. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis cara Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan. menyajikan berita mengenai isu-isu lingkungan, seperti pencemaran udara dan deforestasi, dengan menerapkan kriteria tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penyajian berita lingkungan di media berita daring Indonesia dalam periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024.

2.2.7. **Nada Berita**

Nada Berita merujuk pada gaya narasi yang digunakan oleh media untuk mencerminkan suasana dan kondisi tertentu (Fahrimal, 2020). Penggunaan Nada Berita sangat dipengaruhi oleh kebijakan editorial yang diterapkan oleh masing-masing media (Wahono, 2017). Stack dalam Cahyani (2018) menyatakan bahwa Nada merupakan ukuran bagaimana audiens menilai individu, perusahaan, produk, atau isu setelah terpapar berita di media massa.

Menurut Anderson dan Itule (2014), nada berita umumnya dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu positif, negatif, dan netral. Namun, dalam penelitian ini, kategori nada berita dibatasi hanya pada dua jenis, yaitu positif dan negatif. Penjelasan mengenai nada berita menurut Anderson dan Itule adalah sebagai berikut:

1. Nada Positif

Nada positif menekankan aspek-aspek yang optimis, seperti keberhasilan suatu program, pencapaian individu, atau dampak baik dari kebijakan tertentu. Berita dengan nada ini biasanya ditujukan untuk memberikan inspirasi atau harapan kepada pembaca. Berita yang dapat dianggap positif menyoroti aspek-aspek positif terkait isu lingkungan, seperti keberhasilan program konservasi dan inisiatif masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Contoh berita yang memiliki nada optimis dapat berupa laporan mengenai pencapaian suatu daerah dalam mengurangi limbah plastik atau keberhasilan komunitas dalam menanam pohon untuk mengatasi masalah deforestasi

2. Nada Negatif

Nada negatif sering kali muncul dalam laporan berita yang bersifat kritis, yang bertujuan untuk mengungkapkan kelemahan, permasalahan, atau konsekuensi merugikan dari suatu peristiwa atau kebijakan. Jenis nada ini umumnya ditemukan dalam liputan investigatif atau isu-isu kontroversial, di mana jurnalis menekankan kekurangan, pelanggaran, atau ancaman yang timbul akibat kebijakan tertentu. Berita yang dianggap negatif menggambarkan tantangan atau masalah yang dihadapi dalam isu lingkungan. Contoh berita dengan nada negatif dapat mencakup laporan mengenai pencemaran yang diakibatkan oleh aktivitas industri, dampak merugikan dari kebijakan yang tidak efektif, atau pelanggaran hak masyarakat dalam pengelolaan sumber daya alam. Jenis nada ini umumnya muncul dalam liputan investigatif, di mana jurnalis menyoroti konsekuensi negatif dari kebijakan tertentu.

Dalam studi ini, nada berita dianalisis untuk memahami cara media daring menyajikan isu lingkungan, apakah dengan perspektif yang optimis (positif) atau kritis (negatif). Nada positif cenderung menyoroti solusi atau dampak positif dari kebijakan, seperti keberhasilan program konservasi atau inisiatif pelestarian hutan. Sebaliknya, nada negatif lebih menekankan pada dampak merugikan, seperti kerusakan alam yang disebabkan oleh kebijakan yang tidak berkelanjutan, atau

masalah yang muncul akibat eksploitasi sumber daya alam. Contoh dalam penelitian, Mongabay Indonesia melaporkan keberhasilan restorasi ekosistem, nada berita yang digunakan biasanya bersifat positif, dengan fokus pada solusi dan pencapaian yang dapat menginspirasi masyarakat untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan.

Di sisi lain, jika Kompas.com melaporkan kebakaran hutan yang disebabkan oleh pembukaan lahan secara sembarangan, nada berita tersebut cenderung negatif, mengkritik kebijakan yang tidak mendukung lingkungan dan menyoroti kerusakan yang dialami oleh ekosistem. Dengan demikian, penelitian ini mengaitkan penggunaan nada berita dengan dampaknya terhadap persepsi masyarakat mengenai isu lingkungan. Pilihan nada positif atau negatif dapat memengaruhi cara pembaca merespons dan bertindak terhadap masalah ekologis yang ada.

2.2.8. Media Daring

Media daring atau media baru adalah kategori media yang muncul sebagai hasil dari sistem digital yang berkembang berkat kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, yang bersifat otomatis dan semakin mempermudah pengguna. Media baru sering kali diidentifikasi sebagai teknologi digital yang mampu mengelola data dalam skala besar dan terhubung melalui jaringan internet. Istilah media baru juga merujuk pada internet. Sejak kemunculan internet, perkembangan media sosial mengalami percepatan yang signifikan, menggantikan media tradisional karena kemudahan dalam berinteraksi dengan individu dari berbagai belahan dunia secara cepat, mudah, dan tanpa batasan. Dengan demikian, sosial media yang kita kenal saat ini pun mulai bermunculan sebagai sarana untuk bersosialisasi (Ananda, Novita, 2024).

Media daring berperan dalam menjelaskan kompleksitas isu tersebut dan memfasilitasi perbedaan pandangan di kalangan masyarakat. Sebagai ilustrasi, dalam perdebatan mengenai pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN), muncul berbagai sudut pandang, baik yang mendukung proyek tersebut sebagai pendorong ekonomi maupun yang mengkhawatirkan dampak terhadap ekosistem.

Media daring memberikan kesempatan untuk menyampaikan berita lingkungan dengan cara yang efisien dan menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga mempercepat distribusi informasi kepada masyarakat. Contohnya, isu-isu seperti pencemaran udara atau perubahan iklim dapat disajikan dalam berbagai format, seperti berita, infografis, atau video, yang kemudian dapat disebarluaskan melalui platform media sosial. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat berpartisipasi secara aktif dalam diskusi dan menyampaikan pendapat mereka mengenai isu-isu lingkungan.

Sebagai media massa, media seperti Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai isu-isu lingkungan secara komprehensif. Media berita tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai instrumen yang mempengaruhi opini publik mengenai dampak lingkungan dari berbagai kebijakan atau peristiwa. Media daring ini menawarkan fleksibilitas dalam penyajian informasi melalui format interaktif dan mudah diakses, seperti berita, infografis, dan video, yang memungkinkan masyarakat untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik secara visual maupun tekstual mengenai isu yang dibahas.

Dalam penelitian ini, media daring seperti Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan memiliki peranan yang signifikan dalam membentuk pandangan masyarakat mengenai isu-isu lingkungan. Mereka menyajikan berita dalam format yang mudah diakses dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara media tersebut mengemas isu lingkungan, baik melalui berita, infografis, maupun video, untuk menarik perhatian publik dan mendorong tindakan yang konstruktif.

Sebagai ilustrasi, Mongabay Indonesia sering kali menyajikan isu-isu konservasi melalui berita yang komprehensif dan infografis yang membantu pembaca memahami konsekuensi dari kerusakan alam. Di sisi lain, Kompas.com, dengan jangkauan yang lebih luas, mengangkat berbagai isu lingkungan seperti perubahan iklim dan berita bencana alam dalam bentuk berita yang didasarkan pada data dan analisis yang mendalam. Lalu Jateng Pos dan Kanal Kalimantan memiliki fokus sorotan berita isu lingkungan yang terjadi terhadap daerahnya masing-masing.

2.2.9 Definisi Operasional dan Indikator

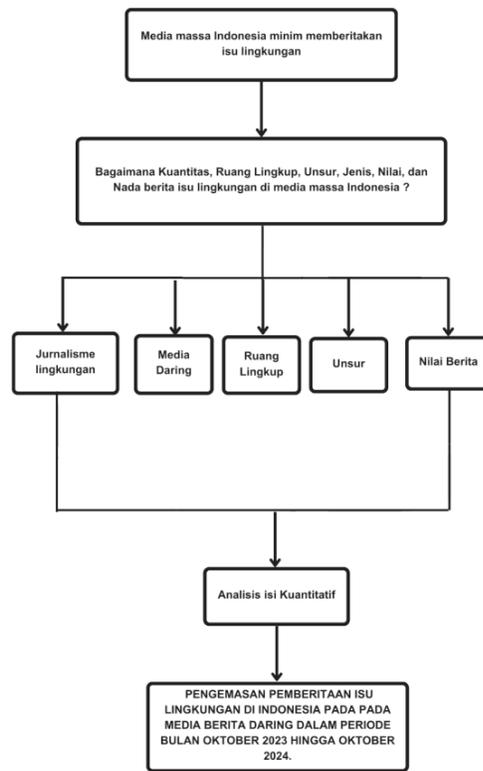
Tabel 2.2. Definisi Operasional dan Indikator

No.	Kategori	Indikator	Definisi Operasional
1.	Ruang Lingkup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bencana Alam 2. Konservasi 3. Kerusakan Alam 4. Pengembangan Sumber Daya Alam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita yang melaporkan akibat fenomena alam yang dapat menyebabkan kerusakan baik secara fisik maupun sosial. 2. Berita yang melaporkan suatu usaha untuk mengelola sumber daya alam demi melestarikan keanekaragaman hayati dan menjaga keseimbangan ekosistem. 3. Berita yang laporannya mengacu pada penurunan kualitas ekosistem yang disebabkan oleh aktivitas manusia. 4. Berita yang melaporkan proses pemanfaatan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan manusia, yang harus dilakukan secara berkelanjutan untuk mencegah kerusakan alam.
2.	Nilai Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prominence (Ketenaran dan Ketokohan). 2. Timeliness (Kebaruan Dan Aktualitas) 3. Proximity (Kedekatan) 4. Impact (Dampak) 5. Magnitude (Skala dan Ukuran Peristiwa) 6. Conflict (Konflik) 7. Oddity (Keunikan) 8. Human Interest (Ketertarikan Manusiawi) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita yang mencakup individu penting seperti tokoh publik, pejabat pemerintah, dan figur terkenal lainnya. 2. Berita yang berkaitan dengan peristiwa, kejadian, atau aktivitas yang sedang berlangsung atau baru saja terjadi. 3. Ditandai dengan peliputan peristiwa yang memiliki relevansi dengan masyarakat baik secara geografis, psikologis, maupun ideologis. 4. Berita yang membahas peristiwa yang berdampak signifikan terhadap masyarakat secara keseluruhan. 5. Besarnya pengaruh suatu peristiwa terhadap publik atau masyarakat luas. 6. Berita yang mengangkat isu konflik atau pertentangan. 7. Berita mengenai hal-hal yang tidak biasa sehingga menarik perhatian dan rasa ingin tahu pembaca. 8. Berita yang mampu menarik perhatian publik, terutama yang berkaitan dengan isu

- kemanusiaan, sehingga dapat menyentuh emosi pembaca.
- | | | |
|-----------------|---|---|
| 3. Unsur Berita | <ol style="list-style-type: none"> 1. What (Apa) 2. Who (Siapa) 3. Where (Dimana) 4. When (Kapan) 5. Why (Mengapa) 6. How (Bagaimana) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memfasilitasi pemahaman mengenai peristiwa yang dianggap signifikan bagi pembaca. 2. Memudahkan identifikasi individu atau kelompok yang terlibat dalam suatu kejadian. 3. Menyediakan konteks mengenai lokasi di mana suatu peristiwa berlangsung. 4. Memungkinkan penentuan waktu terjadinya suatu kejadian. 5. Menawarkan penjelasan mengenai faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya suatu peristiwa. 6. Menguraikan proses atau metode yang mengarah pada terjadinya suatu kejadian. |
| 4. Nada Berita | <ol style="list-style-type: none"> 1. Positif 2. Negatif | <ol style="list-style-type: none"> 1. Teks ini menekankan pentingnya memberikan pujian, dukungan, serta semangat dan harapan, disertai dengan pandangan yang optimis. 2. Teks ini mencerminkan adanya keluhan, sindiran, ancaman, kritik, atau elemen protes yang terkandung di dalamnya. |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berpikir tersebut, penelitian berangkat dari sebuah fenomena isu lingkungan yang terjadi di Indonesia, lalu fenomena ini ditinjau menggunakan tiga media berita daring yaitu Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan. Kemudian dari fenomena tersebut terdapat rumusan masalah yang berbunyi “Bagaimana Kuantitas, Ruang Lingkup, Unsur, Jenis, Nilai, dan Nada berita isu lingkungan di media massa Indonesia?”. Setelah itu konsep penelitian yang digunakan seperti jurnalisme lingkungan dan indikator dari sebuah pengemasan berita seperti ruang lingkup, unsur berita, nilai berita, nada berita. Lalu penelitian mengadopsi metode analisis isi kuantitatif dan diharapkan hasil dari penelitian ini dapat mengetahui bagaimana pengemasan pemberitaan isu lingkungan di Indonesia pada media berita Online melalui media berita daring Mongabay Indonesia, Kompas.com, Jateng Pos, dan Kanal Kalimantan pada periode Oktober 2023 hingga Oktober 2024.