

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui pembingkai pesan mengenai program Makan Bergizi Gratis pada media Kompas.com dan Tirto.id periode Oktober 2024 sampai dengan Januari 2025. Peneliti telah menggunakan 10 artikel pemberitaan dari masing-masing media yang mengangkut pemberitaan mengenai program Makan Bergizi Gratis yang menjadi program unggulan presiden Prabowo Subianto. Periode yang ditentukan oleh peneliti mencerminkan 100 hari pertama semenjak Prabowo Subianto resmi menjadi presiden negara Indonesia. Pemilihan artikel ditentukan oleh peneliti adalah dengan melihat pemberitaan yang diunggah sesuai periode dan melihat sebelum, saat sedang dan setelah program ini berjalan.

Peneliti telah menggunakan metode analisis *framing* model Pan dan Kosicki untuk mencapai tujuan penelitian ini. Dengan menggunakan analisis *framing* ini, peneliti dapat melihat bagaimana para media Kompas.com dan Tirto.id membingkai pemberitaan mengenai program Makan Bergizi Gratis. Artikel berita dianalisis dengan struktur sintaksi, skrip, tematik dan juga retorik.

Peneliti menemukan temuan pada penelitian ini. Ditemukan bahwa kedua media tersebut memiliki cara *framing* yang berbeda dalam menyampaikan isu yang sama. Kompas.com cenderung menonjolkan aspek keberhasilan dan implementasi langsung program MBG, Sementara itu, Tirto.id membingkai program ini secara lebih analitis, dengan menyoroti isu anggaran, sumber pendanaan, serta keberlanjutan program melalui pendekatan data. Selain itu, peneliti juga menemukan temuan yang menarik dimana peneliti menemukan bahwa Tirto.id yang terkenal menggunakan infografik, statistik, rekaman peristiwa, hingga video grafik tidak menggunakan hal-hal tersebut dalam pemberitaan program Makan Bergizi Gratis. Ia hanya menggunakan foto dokumentasi pada pemberitaannya.

Dalam struktur sintaksis, perbedaan utama yang dapat diamati adalah bahwa Kompas.com tidak mencantumkan subjudul, sedangkan Tirto.id menyertakan

subjudul dalam artikelnya. Subjudul memiliki peran penting dalam menarik perhatian pembaca sekaligus memberikan informasi tambahan yang melengkapi judul utama. Judul-judul yang ditampilkan Kompas.com cenderung bersifat netral dan informatif tanpa menunjukkan sikap kritis terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis. Misalnya, judul seperti “BGN Sebut Anggaran Makan Bergizi Gratis Rp 1,2 Triliun Per Hari, Zulkifli: Rp 71 Triliun Sampai Juni 2025” hanya menyampaikan fakta tanpa menggiring opini atau menyentuh dampak yang lebih luas. Sebaliknya, Tirto.id menampilkan judul seperti “Zulhas Sebut Anggaran Program MBG Bisa Tembus Rp 420 T Setahun” yang lebih menekankan pada besarnya beban anggaran negara. Selain itu, Tirto.id memperkuat penyampaian informasi tersebut dengan menyertakan subjudul yang memberikan konteks tambahan terkait estimasi anggaran program.

Dalam aspek tematik, baik Kompas.com maupun Tirto.id sama-sama menyajikan narasi yang bersifat netral dan informatif. Meski demikian, Tirto.id terlihat lebih menekankan pada penyediaan informasi yang lebih komprehensif bagi pembacanya. Hal ini tampak dalam salah satu berita berjudul “Survei Indikator: 77,6% Masyarakat Dukung Program Makan Gratis”, di mana Tirto.id tidak hanya menyampaikan hasil survei, tetapi juga menjelaskan lokasi pelaksanaan survei serta menggarisbawahi dampak dari temuan tersebut—yakni potensi peningkatan kepercayaan publik terhadap Presiden Prabowo.

Dalam struktur retorik, Kompas.com tidak terlihat menggunakan ungkapan idiomatik dalam pemberitaannya mengenai program Makan Bergizi Gratis (MBG). Selain itu, Kompas.com cenderung menampilkan foto-foto para pejabat negara dalam artikelnya. Sebaliknya, Tirto.id justru memasukkan idiom dalam salah satu artikelnya yang berjudul “Pesan Prabowo ke Kabinet Tak Dukung Makan Bergizi Gratis: Keluar”, di mana penulis menggunakan kata “mukjizat” untuk menggambarkan respons presiden terhadap pejabat yang tidak mendukung program tersebut. Penggunaan idiom “mukjizat” dimaksudkan untuk menekankan bahwa pelaksanaan program MBG bersifat masif dan kompleks secara nasional, sehingga pelaksanaannya membutuhkan kerja sama dan dukungan penuh dari seluruh elemen pemerintah. Selain itu, berbeda dari Kompas.com, Tirto.id lebih sering menampilkan gambar-gambar penerima manfaat program dalam artikelnya.

Kedua media menunjukkan bagaimana realitas dibentuk, sehingga mendukung gagasan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi realitas sosial melalui proses seleksi dan penekanan tertentu. Temuan ini selaras dengan konsep dasar framing dan konstruksi realitas dalam media, serta memperkuat peran media sebagai *watchdog* yang berfungsi baik sebagai penyampai informasi maupun pengawas kebijakan publik.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan yang membahas mengenai pembingkai program Makan Bergizi Gratis yang dilakukan oleh media Kompas.com dan Tirto.id, peneliti sudah menemukan beberapa perbedaan pembingkai. Namun, program Makan Bergizi Gratis masih berjalan maka akan menarik jika ada penelitian lanjutan. Berikut adalah saran yang peneliti dapat berikan untuk penelitian kedepannya:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan variasi media atau menambah ragam perspektif dari berbagai aspek agar diperoleh pemahaman yang lebih mengenai Program Makan Bergizi Gratis. Selain itu, pendekatan metode analisis resepsi juga bisa digunakan agar mendapatkan perspektif tambahan dari audiens tentang bagaimana *framing* berita memengaruhi opini publik.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Masyarakat Indonesia sebagai konsumen informasi diharapkan dapat lebih kritis dalam mengakses berita dan tidak hanya terpaku pada satu sumber media. Dengan demikian, pembaca dapat memperoleh pandangan yang lebih seimbang.