

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 *Penelitian Terdahulu*

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan
1.	Analisis Framing Pada Berita Penolakan UU Cipta Kerja Pada Detik.com Periode Oktober 2020, Siti Masitoh dan Aria Julian Bacht, 2021.	Universitas Gunadarma.	Kualitatif dengan model <i>framing</i> Robert Enmant.	Hasil dari penelitian ini detik.com melakukan framing dengan menunjukkan pemberitaan yang disajikan berdasarkan realitas fakta tanpa ada keberpihakan pada pihak tertentu. Detik.com juga menyajikan berita secara alur maju, yaitu dengan menyajikan dari awal peristiwa dimulai sampai puncak dari masalah tersebut. Pada isi berita, detik sering kali membuat judul sudah mewakili keseluruhan berita.	Penelitian ini mempunyai saran yang mengharapkan jumlah prafrat dalam artikel beritanya bisa diperbanyak dengan memasukkan isi yang lebih menyeluruh terkait bahasan UU Cipta Kerja agar pembaca dan peneliti mendapatkan informasi yang lebih lengkap.	Penelitian ini melakukan komparasi <i>framing</i> dengan menggunakan media nasiona kompas.com dan media lokal jubi papua. Sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan satu media berita daring nasional yaitu detik.com. perbedaan selanjutnya pada periode yang digunakan adalah bulan february 2025, penelitian terdahulu hanya beberapa hari di bulan oktober.
2.	Analisis Framing Polri Pada Penanganan Demonstrasi UU Cipta Kerja di Kompa.com dan Detik.com, Tiara Febriani, Lusiana	Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.	Pendekatan kualitatif dengan metode <i>framing</i> Robert Enman	Hasil dari penelitian ini, pada kompas.com memberikan gambaran penanganan yang dilakukan oleh Polri belum sesuai dengan UU RI No.2 tahun 2002, dengan memberikan	Penelitian terdahulu yang ini tidak terlalu menuliskan sarannya, peneliti hanya mengatakan penelitian ini dapat dijadikan <i>insight</i> baru bagi peneliti selanjutnya menggunakan objek serupa.	Penelitian terdahulu ini menggunakan komparasi dengan sesame media nasional, sedangkan penelitian ini menggunakan komparasi media

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan
	Handayani, dan Vinta Sevilla, 2022.			seleksi isu tindakan yang agresif terhadap massa demo. Sedangkan, pada media detik.com menggambarkan bahwa Polri sudah sesuai dengan UU penanganan massa demo.		nasional dan media lokal.
3.	Peningkatan Berita Kericuhan Aksi Demonstrasi pada Peringatan 20 Tahun Reformasi di Media Daring, Tiara Kharisma, 2018.	Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.	Pendekatan kualitatif dengan model Robert Entman.	Hasil dari penelitian ini adalah suarakarya.id menonjolkan aparat kepolisian sebagai pemicu kericuhan aksi demonstrasi dengan membingkai kalau aparat yang bersalah. Sedangkan okezone.com membingkai mahasiswa sebagai pelaku provokatif sehingga memunculkan permasalahan dan aparat sebagai korban.	Dalam penelitian ini terdapat saran akademis dan saran praktis. Saran akademis penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode berbeda yaitu analisis wacana kritis. Sedangkan saran praktis penulis mengharapkan Lembaga media dapat menyajikan artikel berita yang objektif dan netral dan juga menghindari kata provokatif.	Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan satu media yaitu suarakarya.id yang saat ini tidak bisa lagi ditemukan. Pada penelitian terdahulu juga hanya menggunakan sedikit berita terkait demonya. Pada penelitian ini menggunakan periode satu bulan penuh.

Penelitian sebelumnya berjudul “*Analisis Framing Pada Berita Penolakan UU Cipta Kerja Pada Detik.com Periode Oktober 2020*” yang dilakukan oleh Siti Masitoh dan Aria Julian Bachtu pada tahun 2021, menitikberatkan pada peningkatan pemberitaan terkait penolakan terhadap UU Cipta Kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis *framing* model Robert N. Entman, dan hanya melibatkan satu media sebagai objek kajian, yaitu Detik.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com menyajikan pemberitaan yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Penelitian terdahulu kedua berjudul “*Analisis Framing Polri Pada Penanganan Demonstrasi UU Cipta Kerja di Kompas.com dan Detik.com*” yang disusun oleh Tiara Febriani, Lusya Handayani, dan Vinta Sevilla pada tahun 2022, berfokus pada bagaimana media membingkai peran Polri dalam menangani aksi demonstrasi terkait UU Cipta Kerja. Penelitian ini menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman dengan pendekatan deskriptif kualitatif, serta membandingkan dua media *online* nasional, yakni Kompas.com dan Detik.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com menilai Polri belum menangani aksi sesuai dengan UU RI No. 2 Tahun 2002, dengan menampilkan isu bahwa Polri bertindak agresif terlebih dahulu. Sementara itu, Detik.com cenderung berpihak pada pemerintah dengan menonjolkan sisi negatif dari aksi massa yang dianggap menimbulkan keributan.

Penelitian terdahulu ketiga berjudul “*Pembingkai Berita Keributan Aksi Demonstrasi Pada Peringatan 20 Tahun Reformasi di Media Daring*” yang disusun oleh Tiara Kharisma pada tahun 2018. Penelitian ini menyoroti bagaimana media *online* membingkai peristiwa keributan yang terjadi saat peringatan 20 tahun reformasi. Dengan menggunakan model analisis *framing* dari Robert N. Entman, penelitian ini membandingkan dua media daring, yaitu Suryakarya.id dan Okezone.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Okezone.com menyoroti mahasiswa sebagai pihak yang bersikap provokatif dan memicu konflik dengan aparat. Sebaliknya, Suryakarya.id menggambarkan bahwa polisi merupakan pihak yang memicu permasalahan, sementara mahasiswa diposisikan sebagai korban. Meski demikian, Suryakarya.id berupaya tetap netral dengan menyajikan pandangan dari kedua belah pihak, meskipun narasi lebih banyak menampilkan perspektif mahasiswa.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Jurnalisme Online

Jurnalisme *Online* ialah wartawan atau jurnalis yang melakukan kegiatan menyebarluaskan, menulis, dan menyampaikan berita secara *online*. Media untuk

jurnalisme *online* bisa di antara lain website, blog, media sosial, dan media berita *online*. Untuk melakukan penyebarluasan berita harus sudah dipastikan terhubung dengan jaringan internet, dari tahun ke tahun perubahan dari jurnalisme sangatlah menonjol. Pertama, jurnalisme cetak seperti koran dan majalah. Sedangkan yang kedua, sudah memasuki jurnalisme elektronik, seperti televisi dan radio. Lalu, yang ketiga adalah jurnalisme *online* yang dimana perkembangan zaman yang beriringan secara langsung dengan teknologi yang ada (Musman & Mulyadi, 2017).

Romli (2015), dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, menjelaskan bahwa terdapat lima prinsip utama dalam jurnalistik online yang dirangkum dalam akronim **BASIC**, yakni: *Brevity* (singkat), *Adaptability* (adaptif), *Scannability* (mudah dipindai), *Interactivity* (interaktif), serta *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan).

1. Keringkasan (*Brevity*)

Berita *online* sendiri bersifat ringkas untuk bisa disesuaikan dengan aktivitas dan kegiatan manusia yang tingkat kesibukannya semakin tinggi. Dengan itu, jurnalisme *online* disarankan untuk dibuat secara tulisan singkat saja dan sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik yaitu KISS atau Keep It Short and Simple.

2. Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)

Dalam jurnalisme *online*, ada juga yang disebut wartawan *online* yang pada zaman sekarang dituntut untuk bisa menyesuaikan diri di era sekarang yang dimana kebutuhan publik cenderung lebih cepat dan mempunyai banyak preferensi. Kemajuan teknologi juga membuat wartawan *online* harus bisa menyajikan berita dengan format yang berbeda-beda, seperti audio, video, dan gambar.

3. Dapat dipindai (*Scannability*)

Dalam konteks ini, situs-situs yang bergerak di bidang jurnalisme *online* perlu dirancang agar mudah dipindai atau dibaca, sehingga tidak menimbulkan kesan memaksa bagi audiens dalam menerima informasi.

4. Interaktivitas (*Interactivity*)

Interaksi yang dibuat antara publik dan media sangatlah dimungkinkan. Hal ini menyebabkan rasa keterlibatan publik dalam suatu berita atau isu

membuat mereka merasa dihargai. Interaksi dalam jurnalisme *online* dapat melibatkan beberapa hal, seperti komentar dalam sebuah berita dan *citizent journalism*.

5. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*)

Media *online* sendiri mempunyai peran yang besar kepada publik atau kelompok, dengan adanya jurnalisme *online* harus bisa memberikan timbal balik dengan memberikan balasan kepada publik atas interaksi mereka.

Selain itu, jurnalisme *online* juga memiliki karakteristiknya, ada beberapa perbedaan antara jurnalisme *online* dan jurnalisme tradisional yang dapat menjadikan sebuah karakteristik. Jurnalisme *Online* yang sering disebut tidak mengenal waktu dan tempat, dapat diakses kapan pun dan dimana pun. Jurnalisme *online* sendiri adalah jurnalistik yang beragam format mediana, memunculkan interaksi antara jurnalis dan audiens serta memasukkan sumber-sumber *online* yang lain (Raihan, 2024). Dalam bukunya Romli (2015), ada beberapa karakteristik jurnalisme *online* dan yang membedakan dengan media konvensional.

1. *Immediacy*

Dalam jurnalisme *online* berita *online* dapat dengan mudah memposting berita dalam hitungan menit, tidak seperti Radio dan TV yang bisa dengan mudah menyampaikan berita tetapi perlu dilakukannya interupsi dalam acaranya seperti *breaking news*. Maka dari itu, diperlukannya kesegaran dan kecepatan dalam memberikan suatu informasi kepada publik.

2. *Multiple Pagination*

Di jurnalisme *online* ini dapat dengan mudah memberikan sebuah berita panjang dengan beberapa halaman, halaman yang ingin di berikan kepada publik tidak memiliki batas. Dalam mengaksesnya audiens tidak akan kesulitan dalam mencari berita atau takut kehilangan berita yang akan dibaca, audiens dapat membaca berita dengan membuka tab baru dan lanjut mencari berita berikutnya.

3. *Multimedia*

Multimedia sendiri merupakan penyajian gambar, teks, audio, video dan grafis digabungkan dalam sebuah karya jurnalistik *online*.

4. *Flexibility Delivery Platform*

Dalam pembuatan beritanya, wartawan dapat menulis berita dimana saja dan kapan saja, walaupun berita tersebut bukan berasal dari daerah atau tempat yang sama dengan wartawan.

5. *Archiving*

Berita-berita yang telah dipublikasikan dalam sebuah media, pastinya sudah disimpan dengan baik. Dengan kata lain, berita tersebut dapat dikelompokkan berdasarkan kategori-kategorinya dan juga dapat dengan mudah dicari menggunakan kata kunci (*keyword* dan *tags*).

6. *Relationship with Reader*

Dengan karakteristik dapat digunakan kapan dan dimana saja, maka para pembacanya juga dapat dengan mudah berinteraksi dengan penulis beritanya, dengan cara melalui kolom komentar yang telah disediakan.

Dalam penelitian ini, jurnalisme *online* yang dipakai adalah berbentuk berita *online* yang disajikan dalam media berita. Konsep jurnalisme merupakan alas pertama dalam melakukan analisis pbingkaian pemberitaan yang disampaikan Kompas.com dan Jubi Papua terkait penolakan makan bergizi gratis di Papua. Pbingkaian berita mengarah kepada media dalam membuat dan menyebarkan sebuah isu permasalahan, seperti pemilihan kata, gambar, narasumber, dan format dalam menyajikan beritanya. Pemberitaan yang afektif mengenai suatu isu adalah memberikan dampak yang positif bagi para audiens serta dapat menyadarkan publik terkait fenomena penolakan Makan Bergizi Gratis di Papua.

2.2.2 Media Online

Dalam webstie Dewan Pers, media online merupakan media yang dapat dengan mudah diakses menggunakan internet. Pekerjaan jurnalistik *online* yang menggunakan dan memerlukan internet dapat disebut sebagai media *online*. Media *online* antara lain terdiri dari website, Tv *Online*, radio *online*, dan *email*. Media daring juga wajib mengikuti regulasi yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers, salah satunya melalui Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang disusun oleh lembaga tersebut.

Menurut Koagouw et al. (2018) Media *online* sendiri memiliki beberapa jenis lainnya, berupa website yang dimana mengutamakan website berita. Dalam praktik jurnalistik, situs web menjadi salah satu media yang paling banyak diakses oleh masyarakat, khususnya situs berita daring. Menurut Koagouw, media *online* dalam bentuk situs berita dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori.

1. Situs berita yang merupakan versi digital dari media cetak seperti surat kabar atau majalah, contohnya *Republika Online*, *Kompas Cybermedia*, *MediaIndonesia.com*, *SeputarIndonesia.com*, dan *PikiranRakyat.com*.
2. Situs berita yang merupakan versi daring dari media penyiaran, seperti radio.
3. Situs berita yang merupakan bentuk digital dari media penyiaran televisi.
4. Situs berita daring independen yang tidak berasal dari media cetak maupun penyiaran sebelumnya.
5. Situs indeks berita yang merupakan situs yang memuat link dari pemberitaan lain, seperti *Yahoo*, *Google news*. Layanan yang menampilkan berita dari media *online* lainnya.

Menurut Aisyah et al. (2015), media daring merupakan hasil dari perpaduan teknologi komunikasi yang dihadirkan untuk publik sebagai sarana interaksi antar manusia. Media ini mampu menyajikan informasi dalam berbagai format, seperti teks, video, audio, maupun gambar. Aisyah, Pantow, dan Koagouw juga mengemukakan berbagai jenis media *online* yang disajikan dalam bentuk situs web.

1. *News Organization Webstie*
Situs ini merupakan bagian dari media berita atau penyiaran yang terdaftar di lembaga pers, seperti surat kabar, televisi, portal berita daring, maupun radio.
2. *Commercial Organization Website*
Merupakan situs web yang dimiliki dan dikelola oleh lembaga bisnis atau perusahaan, seperti di sektor manufaktur, ritel, dan jasa keuangan. Termasuk di dalamnya adalah toko maupun usaha yang beroperasi secara daring.

3. Website Pemerintah
Ditandai dengan domain go.id, ini menyatakan kepemilikan website yang dimiliki oleh pemerintahan.
4. Website Kelompok Penting
Website ini terkait mulai dari website organisasi masyarakat, partai politik, dan LSM.
5. Website Organisasi Non-Profit
Yang termasuk dalam website ini adalah lembaga-lembaga amal dan grup komunitas.
6. *Personal* Website (Blog)
Website atau blog merupakan suatu media *online* yang dikelola oleh perorangan atau secara pribadi.

Pada penelitian ini, media *online* dibagi menjadi dua perspektif yang berbeda, yaitu media nasional dan media loka. Media nasional adalah media massa yang memiliki jangkauan luas secara geografis, baik dalam hal distribusi maupun cakupan audiensnya, dan menyajikan informasi yang dianggap penting untuk kepentingan masyarakat secara nasional. Media ini biasanya dimiliki oleh perusahaan besar, memiliki jaringan luas, dan menyampaikan isu-isu berskala nasional seperti kebijakan pemerintah, politik, ekonomi makro, dan peristiwa nasional lainnya (Yusuf, 2015). Menurut Yusuf (2015), media nasional berperan penting dalam membentuk opini publik nasional karena memiliki otoritas dalam memproduksi dan mendistribusikan informasi yang dianggap representatif terhadap kepentingan seluruh masyarakat Indonesia. Media ini juga berkontribusi dalam pembentukan wacana nasional yang memengaruhi pengambilan keputusan politik dan sosial di tingkat pusat.

Sedangkan media lokal, Media lokal adalah media massa yang cakupan wilayah distribusinya terbatas pada area geografis tertentu, seperti kota, kabupaten, atau provinsi. Fokus utama media lokal adalah menyampaikan informasi yang relevan dan dekat dengan kehidupan masyarakat setempat, baik secara geografis, kultural, maupun psikologis. Media ini umumnya memiliki akses yang lebih

langsung ke komunitas lokal dan berperan penting dalam menyuarakan kepentingan warga serta membangun partisipasi publik di tingkat daerah (Yusuf, 2015).

Dalam penelitian ini, media *online* merupakan sebuah subjek penelitian, yang dikarenakan penelitian ini akan meneliti pembingkai pemberitaan terkait penolakan makan bergizi gratis di Papua dengan menggunakan portal berita Kompas.com sebagai media nasional dan Jubi Papua sebagai media lokalnya. Kedua media tersebut merupakan situs media *online* yang mempunyai beragam karya jurnalistik dan merupakan media *online* yang tidak memiliki media cetak. Karya jurnalistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk berita atau artikel yang mereka publikasikan terkait penolakan Makan Bergizi Gratis di Papua.

2.2.3 Berita

Berita adalah laporan yang disebarluaskan mengenai suatu peristiwa yang telah terjadi, laporan yang perlu diketahui oleh publik dan sifatnya memiliki keterbaruan, aktual, dan mempunyai dampak yang berpengaruh terhadap peristiwa tersebut (Putri, 2022). Pada era digital, satu berita bisa memberikan dan memadukan beberapa alat multimedia, misalnya seperti animasi, infografik, *screenshot*, dan menambahkan tautan (Marmah, 2021). Menurut Wendratama (2017), ada tujuh unsur yang harus dimiliki suatu berita:

1. Fokus

Fokus merupakan unsur yang paling penting dalam pemberitaan. Fokus dibuat untuk menjadi acuan dari berita yang dibuat, mulai dari judul sampai kalimat terakhir dalam beritanya. Menemukan fokus sering menjadi tugas yang sulit karena dalam pembuatan berita pikiran harus difokuskan agar tidak melebar pembahasannya.

2. Fakta

Berita sendiri harus memuat fakta bukan bersifat opini dari jurnalis yang menulis, tidak juga berasal dari imajinasi narasumber, jurnalis harus memasukkan fakta yang akurat dan relevan dengan pemberitaan dan pastinya fakta tersebut harus sudah melewati fase verifikasi. Verifikasi sendiri menjadi sebuah ciri khas dari praktik jurnalistik, yang dimana setiap

fakta atau penemuan baru yang didapatkan harus sudah di cek kembali dan di verifikasi kepada orang yang relevan ataupun bersangkutan.

3. Nilai Berita

Selain penting dan menarik, sebuah berita dianggap bagus jika tidak hanya terdiri dari penting dan menariknya saja. Ada beberapa nilai berita yang akan membuat sebuah berita menjadi lengkap dan memenuhi banyak aspek.

a. Kebaruan (*Timeless*)

Dalam hal ini, jurnalis dituntut untuk mengetahui hal terbaru dan terkini yang sedang menjadi pusat perhatian oleh masyarakat luas. Fakta yang diberikan oleh jurnalis haruslah fakta terbaru dan belum diketahui oleh banyak orang.

b. Pengaruh (*Impact*)

Baik berita lokal, nasional, dan internasional aspek ini adalah hal yang penting dalam suatu berita selain fakta yang diberikan. Pemberitaan yang dipublikasikan harus bisa membuat pengaruh kepada masyarakat terutama kepada target audiens berita tersebut.

c. Relevansi (*Relevance*)

Dalam hal ini, fenomena ataupun peristiwa yang dianggap relevan kepada publik ataupun target audiensnya, sesuai dengan target kelompok tertentu akan mempunyai nilai berita.

d. Konflik (*Conflict*)

Pada bagian ini, jurnalis dilatih untuk diuji bagaimana memberikan sifat keadilan (*fairness*) dalam sebuah peristiwa. Dengan membahas etika dan prinsip dari jurnalistik sendiri.

e. Popularitas (*Prominence*)

Publik pastinya akan lebih tertarik dengan pemberitaan yang menyangkut mengenai *public figure* yang terkenal, jurnalis juga dapat menambahkan beberapa elemen seperti video, foto orang tersebut melalui media sosialnya untuk membenarkan atau memverifikasi faktanya.

f. Emosi (*Human Interest*)

Sebuah berita yang dapat menimbulkan reaksi tertentu bagi para pembacanya, seperti senang, terharu, bahagia, bangga, sedih, terharu, dan

marah. Nilai berita ini jugalah penting bagi jurnalis untuk memasukkan agar berita tersebut lebih menarik.

g. Ketidakwajaran (*Unusualness*)

Nilai ini dapat mengacu kepada hal yang tidak wajar atau tidak seperti biasanya, dapat mencakup seperti tindakan kriminal ataupun siandal. Skandal sendiri mempunyai daya tarik yang sangat besar bagi publik.

h. Kedekatan Jarak (*Proximity*)

Kedekatan jarak yang terjadi pada berita mengacu kepada dimana peristiwa atau fenomena itu terjadi.

4. Jawaban

Dalam sebuah berita mengharuskan memuat *5W+1H*, yaitu *What, Who, When, Where, Why, dan How*.

a. *What*

Apa yang menjadi pembahasan dalam pemberitaan terkait peristiwa, fenomena, dan menjadi fokus dari sebuah berita.

b. *Who*

Berisikan siapa saja yang terlibat dalam peristiwa tersebut. Tetapi, perlu diingat bahwa penulisan nama dan gelar seseorang harus akurat dan diikuti dengan jabatan yang sesuai dengan peristiwa tersebut agar menjadi relevan.

c. *When*

Kapan berisikan informasi terkait terjadinya peristiwa atau fenomena tersebut atau bisa juga merujuk dengan kebaruan.

d. *Where*

Dimana mengarah kepada tempat dan lokasi dari pemberitaan tersebut. Ditulis dengan detail sesuai keperluan dan kepentingan berita dan pengetahuan kepada para pembacanya.

e. *Why*

Mengapa memberikan konteks untuk para pembaca mendapatkan pengetahuan terkait peristiwa yang diberitakan.

f. *How*

Bagaimana dapat memberikan hubungan yang relevan dengan terjadinya sebuah peristiwa.

5. Sumber

Sumber adalah hal yang penting dalam sebuah berita, sumber dapat memperkuat isi berita yang akan disampaikan. Dalam mengumpulkan sumber, jurnalis harus memastikan relevansi antara sumber dan pemberitaannya, terdapat juga sumber yang ingin disebut dalam pemberitaan ataupun sumber yang tidak ingin disebutkan atau sumber anonim.

6. Kejelasan

Dalam unsur ini, kejelasan jurnalis dalam menulis berita harus dengan jelas dan dapat dimengerti oleh publik yang membacanya.

7. Etika

Setiap berita yang akan di publikasi harus meliputi dari nilai etiks yang diperjuangkan oleh jurnalistik, yaitu tepercaya (sudah diverifikasi), adil (sudah mencakup dua sisi), dan dapat membantu publik.

Selain tujuh unsur berita yang sudah disebutkan diatas, terdapat pula beberapa jenis berita, antara lain: *Straight News*, *Opinion News*, *Interpretative News*, *Indepth News*, *Investigation News* (Puspitasari & Abidin, 2024).

1. *Straight News*

Merupakan pemberitaan yang dibuat dengan singkat, padat, dan jelas serta dapat memberikan informasi yang terkini dan aktual.

2. *Opinion News*

Berita ini berisikan ungkapan berupa pandangan, ide yang kreatif, pemikiran, dan komentar seseorang mengenai suatu hal.

3. *Interpretative News*

Berita in berkembang dari straight news, dengan ditambahkan informasi yang lebih lengkap dan menambahkan wawancara dengan beberapa sumber serta menyertakan data mengenai berita tersebut secara lengkap.

4. *Indepth News*

Berita yang akan menggali peristiwa atau fenomena dengan secara lebih dalam.

5. *Investigation News*

Berita ini dibuat dengan ada dasar penyelidikan atau penelitian dari beberapa sumber terkait suatu peristiwa atau fenomena.

Dalam penelitian ini jenis berita yang akan digunakan adalah *interpretative news*, yang dimana akan melihat kelengkapan dari berita tersebut yang mencakup foto atau gambar, teks, narasumber, dan kelengkapan dari 5W+1H. kelengkapan berita ini akan dilihat dari dua portal media *online* yaitu kompas.com untuk berita nasional dan Jubi Papua sebagai portal berita lokal terkait pembingkaiannya pemberitaan penolakan makan bergizi gratis di Papua. Tidak hanya itu, nilai berita disini juga diperhatikan karena akan membandingkan dua portal media berita yang berbeda, ada nilai berita kedekatan jarak atau *proximity* yang diambil dengan menggunakan Jubi Papua sebagai salah satu medianya.

2.2.4 Makan Bergizi Gratis

Menurut Mayangsari et al. (2022), istilah *gizi* berasal dari bahasa Arab *ghidza*, yang berarti makanan. Gizi merujuk pada rangkaian proses organik dari makanan yang berkaitan langsung dengan kesehatan, di mana asupan tersebut memungkinkan tubuh untuk mempertahankan kehidupan, mendukung pertumbuhan, serta menjaga fungsi organ dan jaringan agar bekerja secara normal. Mayangsari et al juga mengatakan ada beberapa konsep yang terkait dengan gizi, diantaranya:

1. Pangan

Merupakan sebuah pengertian untuk bahan makan yang dapat dijadikan sebuah makanan.

2. Bahan Makanan

Bahan makan adalah sebuah bahan yang berbentuk mentah yang nantinya harus diolah untuk bisa dimakan.

Makan bergizi gratis merupakan sebuah program kerja dari presiden dan wakil presiden terpilih Indonesia tahun 2024 yang disebarkan diseluruh Indonesia. Pada awalnya program ini bernama makan siang gratis, tetapi Presiden Prabowo

Subianto mengubah nama program tersebut menjadi Makan Bergizi Gratis, dengan alasan agar program ini jauh lebih bermakna dari sekedar “makan” (Dewi & Nurhadi, 2024). Program tersebut sekarang menjadi nama Makan Bergizi Gratis yang sudah dilaksanakan hampir diseluruh Indonesia,

Program ini memakai budget yang cukup besar, di tahun 2025 program makan bergizi gratis sudah mendapatkan anggaran sebanyak Rp.71 triliun di APBN. Dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 201 Tahun 2024, anggaran akan dialokasinya dengan penuh dibawah naungan Badan Gizi Nasional. Program makan bergizi gratis ini difokuskan pada anak sekolah mulai dari SD, SMP, dan SMA dengan membantu menggerakkan UMKM yang ada diseluruh Indonesia. Presiden Prabowo sendiri juga meminta tambahan anggaran Makan Bergizi Gratis di tahun 2025 untuk diberikan kepada penerima manfaat yang pada awalnya 17 juta orang menjadi 82,9 juta orang (Theodora, 2025).

Dalam penelitian ini mengambil fenomena Makan Bergizi Gratis yang sebagaimana salah satu program kerja presiden terpilih 2024. Pada penelitian ini memfokuskan pada penolakan yang terjadi di Papua terkait Makan bergizi gratis ini. Dengan itu, penelitian ini berfokus dengan pembingkaiian pemberitaan penolakan makan bergizi gratis di Papua pada media *online* nasional dan lokal.

2.2.5 Framing

Framing sendiri merupakan suatu metode yang melihat bagaimana sebuah media membingkai peristiwa atau fenomena dengan menceritakan dari sudut pandang yang realistis. Pandangan atau pembingkaiian yang dibuat dapat mempengaruhi public dalam memaknai suatu hal, jadi *framing* sendiri juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahamai dan dibingkai oleh media dan disebarkan kepada publik. Jadi, *framing* merupakan suatu metode penelitian untuk melihat bagaimana suatu media membingkai suatu peristiwa dan menyebarluaskan pembingkaiian dengan cerita yang dibuat dengan sudut pandang realistis dan pada akhirnya dapat mempengaruhi opini publik (Saputra,2022).

Menurut Eriyanto (2018), terdapat beberapa pengertian *framing* yang di berikan oleh beberapa ahli, yakni:

1. Robert N. Entman
Menurut Entman, *framing* adalah sebuah proses dari beberapa faktor yang berasal dari peristiwa yang menarik daripada faktor lain. Kunci dari pembedaan adalah melakukan seleksi dengan menampilkan realitas yang lebih terlihat.
2. David Snow & Robert Benford
Menurutnya, *framing* dijelaskan sebagai cara untuk memahami peristiwa dengan memakai istilah-istilah tertentu, dengan mengatur pola pikir dan keyakinan terhadap peristiwanya. *Framing* juga dilihat dari penggunaan kata kunci yang bermula dari sumber informasi dan gambaran yang berguna untuk merangkum esensi dari sebuah topik pemberitaan.
3. Todd Gitlin
Framing sendiri diartikan sebagai strategi yang digunakan untuk membangun persepsi mengenai sebuah realitas dengan memberikannya kepada publik. Pada prosesnya akan melibatkan proses pengambilan keputusan dalam memilih, melihat, dan memberikan hal yang terkait dengan realitas dalam meringkas pemahaman.
4. Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki
Menurut Pan dan Kosicki, *framing* adalah sebuah usaha yang strategi untuk membentuk sampai mengolah sebuah berita. Dengan menggunakan alat kognitif untuk mengatur sebuah informasi, menginterpretasikan peristiwa, dan menyambungkan kepada pola pikir dalam pemberitaan.

Penelitian ini menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman untuk melihat seleksi isu pada pemberitaan penolakan makan bergizi gratis di Papua. Menggunakan cara *framing* Entman agar peneliti dapat melihat cara media nasional dan lokal dalam memilih isu mana yang akan mereka tonjolkan dalam sebuah fenomena. Peneliti juga mengharapkan akan mendapatkan hasil terkait bagaimana media dan jurnalis dalam membentuk persepsi terhadap sebuah berita terkait peristiwa penolakan Makan Bergizi Gratis di Papua yang akan mengkonstruksi atau memberikan opini baru bagi publik yang membacanya.

2.2.5.1 Analisis Framing Robert N. Entman

Framing yang menggunakan model Robert Entman mempunyai perangkat *framing* dengan 4 elemen, yakni:

Tabel 2.2 Perangkat Framing Robert Entman

Elemen	Unit Yang Diamati
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana melihat sebuah peristiwa/isu? Sebagai apa? Sebagai masalah apa?
<i>Diagnoses Causes</i> (Memperkirakan Penyebab Masalah)	Peristiwa tersebut disebabkan oleh apa? Siapa/apa (aktor) yang dianggap sebagai permasalahan peristiwa tersebut?
<i>Make Moral Judgment</i> (Penilaian Moral)	Nilai moral apa yang ada untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang digunakan untuk mengintimidasi sebuah tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i> (Penyelesaian Masalah)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk menyelesaikan sebuah peristiwa/isu? Jalan apa yang ditawarkan untuk ditempu?

Sumber: (Eriyanto, 2015)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa perangkat *framing* berdasarkan Robert Entman:

1. Pada *define problem* yang digunakan oleh jurnalis dalam membingkai suatu isu, dengan memberikan bagian mana yang akan lebih ditonjolkan oleh jurnalis (Eriyanto, 2015).
2. Selanjutnya yaitu *diagnose causes*, elemen ini dapat di pergunakan untuk mempekriran permasalahan atau sumber utama masalah yang akan digunakan dalam pembedingkaian berita yang nantinya akan dianggap sebagai aktor (Eriyanto, 2015).
3. Yang ketiga adalah *make moral judgment* yang mempunyai tujuan untuk memperlihatkan moral apa yang disajikan agar masyarakat juga dapat dengan mudah memahami makna (Eriyanto, 2015).
4. Terakhir adalah *treatment recommendation* yang memperlihatkan bagaimana penyelesaian masalah yang ditawarkan, bergantung pada bagaimana sebuah isu atau fenomena dimaknai sesua dengan sudut pandang yang ingin disampaikan (Eriyanto, 2015).

Dalam penelitian ini, akan menggunakan perangkat *framing* dari Robert Entman sebagai melihat bagaimana kedua media tersebut dalam melakukan seleksi isu sebuah berita yang akan mereka publikasikan. Metode ini dipilih karena dapat menggambarkan struktur dari berita dan cara media menyajikan beritanya.

2.2.6 Konstruksi Realitas Media Massa

Konstruksi realitas media massa tidak dapat dipisahkan dari peran aktif karyawan media, terutama tim editorial. Dalam proses produksi berita, jurnalis melakukan kemasan berita berdasarkan berbagai bentuk pemilihan informasi, keputusan perspektif, pengalaman sadar, nilai-nilai pribadi, dan kepentingan lembaga media itu sendiri. Realitas yang disajikan oleh media bukanlah refleksi obyektif dari kenyataan, tetapi merupakan hasil dari konstruksi sosial yang kompleks dan kepentingan yang bermakna. Oleh karena itu, semua informasi yang ditransmisikan oleh media harus dipahami sebagai bentuk ekspresi yang telah mengalami proses interpretasi dan pengait tertentu (Wazis, 2018).

Menurut Bungin (2015), realitas adalah sifat dari suatu fenomena yang keberadaannya tidak ditentukan oleh kehendak individu. Sementara itu, konstruksi sosial merupakan proses yang melibatkan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi antar individu dalam suatu komunitas. Melalui proses ini, secara bertahap terbentuk pemahaman bersama, kesadaran kolektif, pandangan masyarakat, serta berkembangnya berbagai ide.

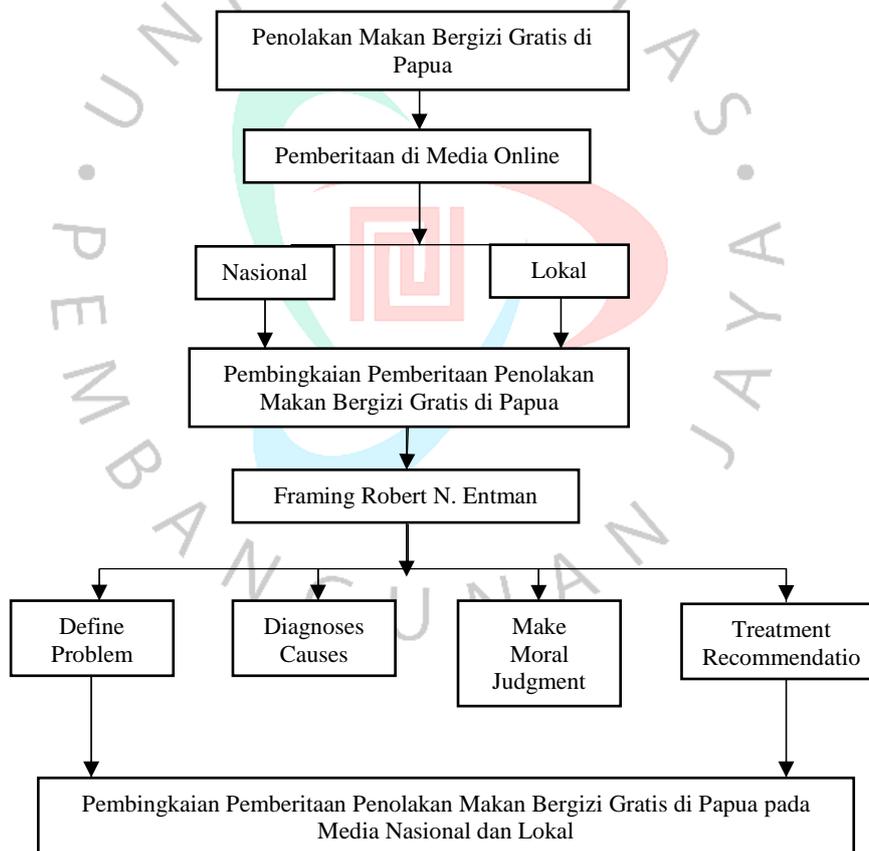
Adapun beberapa hal dapat mempengaruhi redaksi dalam mengambil keputusan (Krisdianto, 2014) :

1. *Ideological Level*: suatu hal yang akan digunakan oleh individu untuk melihat realitas dan cara untuk menghadapinya.
2. *Extramedia Level*: adanya pengaruh-pengaruh yang berasal dari sumber berita, audiens, dan lainnya.
3. *Organizational Level* : hal ini termasuk kedalam struktur manajemen dari media
4. *Media Routines Level* : rutinitas media dibentuk menjadi tiga unsur yaitu, organisasi media, sumber berita, dan khalayak.

5. *Individual Level* : karakter dari masing-masing individu yang bekerja di media akan mempengaruhi personal atau profesional dalam hal mempengaruhi isi medianya.

Dalam penelitian ini, hasil dari konstruksi realitas sosial dapat menghasilkan pembingkaihan yang beragama di media berita. Untuk mempresentasikan hasil penelitian yang akan disampaikan kepada publik, dari kedua media berita onlin yaitu kompas.com dan Jubi papua mempunyai ciri khas masing-masing dalam menyampaikan sebuah berita.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, penelitian ini berlandas pemberitaan terkait penolakan makan bergizi gratis yang berada di Papua. Pemberitaan terkait penolakan ini menjadi perhatian publik karena para siswa SMA yang berada di Papua melakukan aksi demosntrasi terkait tidak setujunya dengan makan bergizi

gratis yang akan dilaksanakan di Papua, dengan alasan kalau mereka lebih membutuhkan sekolah gratis. Selanjutnya, penelitian ini diturunkan dengan masuknya pemberitaan media *online*, penelitian ini menggunakan dua media untuk membandingkan bagaimana media membuat pemberitaan terkait penolakan tersebut yaitu Kompas.com dan Jubi Papua

Lalu, penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* sebagaimana ingin melihat pembingkaiian pemberitaan penolakan makan bergizi gratis di Papua, model Robert N. Entman yang mempunyai perangkat *framing* sebagai berikut: *Define Problem, Diagnoses Causes, Make Moral Judgment, Treatment Recommendation*. Akhir pada penelitian ini ingin melihat bagaimana pembingkaiian pemberitaan penolakan makan bergizi gratis di Papua pada media nasional dan lokal dengan menggunakan media Kompas.com dan Jubi Papua sebagai pembandingnya.



