

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa sangat berperan aktif dalam pemberitaan, Baran & Davis menyatakan bahwa media massa dipandang sebagai pilar keempat demokrasi, dengan harapan kebebasan dan tanggung jawab dalam penyampaian informasi. Kemunculan *new media* atau media baru, terutama media sosial, berdampak signifikan bagi pengguna. Namun, kebebasan penggunaan dan penyebaran informasi di media sosial belum tentu memberikan kepercayaan tinggi, bahkan sering kali informasinya *hoax* (Azman, 2021).

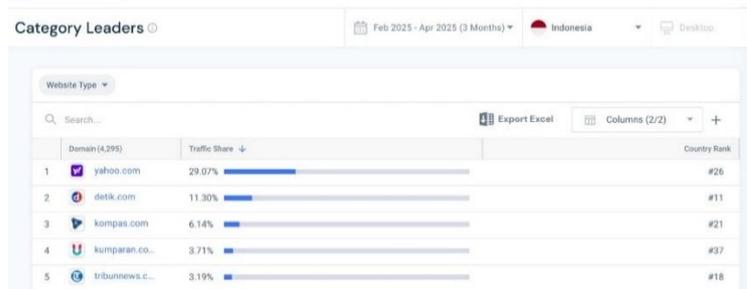
Dalam konstruksi realitas di masyarakat dalam jurnal yang ditulis oleh Khoirunisa tahun 2017, media massa memainkan peran krusial dalam membentuk opini publik mengenai realitas melalui bagaimana mereka mengemas berita. Realitas yang sampai ke masyarakat bukanlah representasi mentah, melainkan hasil konstruksi yang melibatkan berbagai faktor (Khoirunisa, 2017). McCombs dan Shaw dalam (Muktiyo. W, 2017) menjabarkan faktor tersebut meliputi pembingkasan berita, agenda *setting*, konsistensi, keberlanjutan pemberitaan, sumber pemberitaan, keterbatasan informasi, stereotip, representasi sosial, dan tekanan eksternal. Selain itu, ideologi dan rutinitas media juga turut memengaruhi isi pesan media, yang pada akhirnya berdampak pada bagaimana realitas dikonstruksi dalam pemberitaan melalui elemen-elemen seperti penggunaan simbol politik dan strategi pengemasan pesan.

Dalam konteks penelitian ini, isu yang diangkat adalah Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menjadi contoh kontroversial yang menarik perhatian media. Program ini menghadapi kritik terkait distribusi, kualitas makanan, dan alokasi dana, meskipun bertujuan mulia untuk mengatasi masalah gizi buruk anak-anak. Program Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan salah satu janji kampanye Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka yang berhasil direalisasikan sebelum 100 hari masa pemerintahan mereka. Diluncurkan pada 6 Januari 2025, program ini diawali dengan operasional di 190 titik Satuan

Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) yang tersebar di 26 provinsi, mencakup wilayah dari Aceh hingga Papua Selatan. Program ini dirancang untuk menyediakan makanan bergizi kepada berbagai kelompok penerima manfaat, termasuk siswa sekolah, balita, ibu hamil, dan ibu menyusui (Abdurrahman, 2025). Dengan alokasi anggaran sebesar Rp71 triliun dari APBN 2025, MBG menargetkan menjangkau 15 juta penerima manfaat pada tahun pertama dan hingga 82,9 juta orang pada tahun 2029. Kepala Komunikasi Kepresidenan, Hasan Nasbi, menyebut peluncuran MBG sebagai tonggak bersejarah dalam pemenuhan gizi nasional yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia secara luas (Yanwardhana, 2025).

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menjadi pemberitaan yang kontroversial sehingga banyak media yang memberitakannya. Inisiatif ini bertujuan untuk mengatasi masalah gizi buruk pada anak-anak, namun dikritik terkait kualitas makanan, distribusi, dan alokasi anggaran. Berdasarkan survei Indikator Politik Indonesia yang dilaporkan Kompas.com, sebanyak 46,9 persen responden menilai program makan bergizi gratis (MBG) berpotensi dikorupsi, sementara 43,1 persen percaya program ini akan bebas dari korupsi. Tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan program hanya mencapai 64 persen, sedangkan 28 persen responden mengaku kurang puas. Selain itu, hanya 63 persen responden yang percaya program ini tepat sasaran, sementara sepertiga-nya meragukan apakah bantuan benar-benar sampai kepada yang membutuhkan.

Penelitian Firmansyah & Muntaha (2017) mengungkapkan karena menjadi sumber informasi utama bagi banyak masyarakat Indonesia, media online yang memiliki kepopuleran memainkan peran penting dalam mengubah opini publik. Selain memberikan informasi, media ini aktif membentuk pemahaman dan perspektif pembaca dengan memberikan analisis dan perspektif yang lebih luas tentang masalah yang dibahas.



Gambar 1.1 Data Angka *Traffic Share* Situs Media Online (Similarweb, 2025)

Berdasarkan data Similarweb.com (2025) menunjukkan pemberitaan media online yang sangat populer dilihat berdasarkan 5 besar angka *traffic share* atau jangkauan, nilai maupun pengaruh informasi sebuah situs, pada posisi pertama ditempati oleh Yahoo dengan 29,07% *traffic share*, posisi kedua diduduki oleh detik.com sebesar 11,30%, di bawahnya posisi ketiga ada Kompas.com 6,14%, dilanjut posisi keempat kumparan.com dengan *traffic share* 3,17%, serta posisi kelima ditempati oleh tribunews.com.

Bilamana merujuk penjelasan data di atas, memahami bagaimana media mengonstruksi kenyataan menjadi sangat penting ketika menganalisis berita yang berkaitan dengan Program Makan Bergizi Gratis. Media online populer sangat memengaruhi opini publik. Sehingga dalam penelitian ini, pemilihan media online seperti Kompas.com dan Detik.com didasarkan pada popularitas dan pengaruhnya yang besar di Indonesia serta kecenderungan kedua media ini untuk memberikan perhatian yang besar pada masalah sosial dan politik yang sedang berkembang. Dalam tinjauan peneliti pula, Kompas.com dan Detik.com berkonsentrasi pada pemberitaan tentang masalah dalam negeri seperti Program MBG, yang memungkinkan analisis yang lebih mendalam, berbeda dengan Yahoo yang bukan termasuk media online dominan berbasis di Indonesia. Pentingnya peran media dalam menciptakan realitas politik dan mempengaruhi persepsi masyarakat semakin ditegaskan oleh temuan survei yang mengungkapkan keraguan publik terhadap ketepatan sasaran dan kepuasan terhadap pelaksanaan program (Safitri & Ramadhan, 2025).

Oleh karena itu, agar unit analisis yang dipilih sesuai dengan maksud penelitian ini, maka peneliti membatasi pemilihan berita berdasarkan penggunaan *keywords* di *Search Engine* yakni “Makan Bergizi Gratis” sehingga peneliti dapat

melihat kanal apa yang menempati *top of mind* pada *Search Enggine Optimazation*. Penelitian ini juga, memilih kanal media online Detik.com dan Kompas.com karena keinginan untuk menganalisis aktivitas politik yang berkaitan dengan program pemerintah tertentu, yaitu Program Makan Bergizi Gratis. Kedua media ini dipilih karena dianggap memberikan liputan yang cukup mendalam dan relevan tentang masalah politik dalam negeri, termasuk program pemerintah. Berbeda dengan platform lain yang mungkin lebih luas, Detik.com dan Kompas.com terkenal sering menyoroti perubahan politik dan program pemerintah secara menyeluruh, yang memungkinkan peneliti untuk mempelajari bagaimana program Makan Bergizi Gratis dibuat dan diperdebatkan secara politik.

Selanjutnya, dalam melihat perbedaan di antara Kompas.com dan Detik.com, peneliti merujuk pembahasan program Makan Bergizi Gratis, dengan penekanan pada periode 100 hari pemerintahan Prabowo-Gibran. Perbandingan ini dilakukan dengan mempertimbangkan bagaimana metrik pemberitaan yang muncul dari masing-masing media berbeda. Peneliti mendapati bahwa analisis yang terstruktur berdasarkan *keywords* utama, Makan Bergizi Gratis. Pilihan dua kanal berita tersebut didasarkan pada posisinya sebagai yang terdepan dalam hasil pencarian berbasis SEO dan jangkauan masyarakatnya yang luas. Termasuk pula dalam penentuan rentang periode berdasarkan Center of Economic and Law Studies (CELIOS) menyatakan 100 hari pertama bukan hanya sekadar angka, melainkan merupakan indikator awal untuk menilai arah program pemerintah, keberanian dalam mengambil keputusan strategis, serta kemampuan dalam mengatasi masalah-masalah fundamental bangsa. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja 100 hari kabinet Prabowo dan Gibran guna mengukur sejauh mana pemerintahan ini telah berjalan (Askar Adhinegara Muhammad Fikri Darmawan & Saleh, 2025).

Dalam konteks program pemerintah seperti Makan Bergizi Gratis (MBG), media memiliki peran strategis dalam menyosialisasikan kebijakan kepada publik, membentuk opini masyarakat, serta mengawasi implementasinya. Media berfungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen edukasi publik, pengawasan terhadap pelaksanaan program, dan ruang diskusi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan (Nugroho, 2017). Selain itu fungsi media juga

sebagai pengawasan (watchdog) memungkinkan media untuk mengawasi jalannya program, misalnya dengan mengangkat isu distribusi yang tidak merata atau kualitas makanan yang kurang memadai. Ini penting sebagai bentuk kontrol sosial terhadap pelaksanaan program pemerintah. program (Haryanto, 2021).

Penelitian akan menemukan pemberita mengenai program makan bergizi gratis dikemas oleh Detik.com dan Kompas.com selama 100 hari pertama pemerintahan Prabowo Gibran, dengan mencakup aspek frekuensi dari tema berita, jenis berita, nilai berita, unsur berita, narasumber berita dan nada berita dari hasil penelitian ini.

Pada penelitian ini tema berita merupakan ide pokok atau fokus utama dalam suatu pemberitaan. Menganalisis tema berita penting untuk memahami bagaimana media memfokuskan perhatian publik terhadap isu tertentu, termasuk bagaimana program pemerintah seperti Makan Bergizi Gratis diposisikan dalam wacana publik. Tema yang dikonstruksi media akan mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap program tersebut (Handayani, 2018). Jenis berita mengacu pada bentuk atau format penyajian informasi, seperti straight news, feature, opini, atau laporan mendalam. Pemilihan jenis berita mencerminkan kebijakan redaksional serta tujuan komunikasi media, apakah hanya menyampaikan fakta atau mendorong interpretasi lebih dalam (Nasrullah, 2020). Memahami jenis berita membantu menilai sejauh mana media menyajikan isu dengan kompleksitas dan kedalaman.

Nilai berita adalah kriteria yang menentukan apakah suatu peristiwa layak diberitakan. Faktor-faktor seperti aktualitas, kedekatan, konflik, tokoh, dan dampak merupakan bagian dari nilai berita (Handayani, 2018). Identifikasi nilai berita dalam pemberitaan program MBG dapat menunjukkan aspek apa yang dianggap penting oleh media dan layak dikedepankan kepada publik. Kelengkapan unsur berita mengacu pada sejauh mana berita memuat elemen dasar jurnalistik 5W+1H (*what, who, when, where, why, how*). Unsur-unsur ini penting untuk memastikan pemberitaan yang informatif, utuh, dan tidak menyesatkan (Nasrullah, 2020). Analisis ini membantu mengevaluasi kualitas penyajian informasi program MBG oleh media.

Pemilihan narasumber memengaruhi otoritas dan keberimbangan informasi dalam berita. Sumber dari pemerintah, ahli, LSM, atau masyarakat memberikan perspektif berbeda. Ketergantungan media pada sumber tertentu dapat mencerminkan keberpihakan atau dominasi wacana tertentu (Haryanto, 2021). Hal ini menjadikan narasumber pada pemberitaan media sangat menentukan bagaimana media bersikap.

Nada berita menunjukkan sikap atau kecenderungan media dalam memberitakan suatu isu, apakah positif, negatif, atau netral. Nada berita memengaruhi framing persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah (Ariyanto & Soemirat, 2020). Analisis ini penting untuk menilai apakah media berperan sebagai pendukung, pengkritik, atau penyampai netral dalam isu MBG.

Dalam pemberitaan program MBG, misalnya, media seperti Kompas.com dan Detik.com tidak hanya mempublikasikan pernyataan resmi dari pemerintah pusat, tetapi juga memuat tanggapan dari pemangku kepentingan lain, termasuk guru, orang tua siswa, dan organisasi masyarakat sipil. Hal ini mencerminkan fungsi media sebagai perantara antara program pemerintah dengan khalayak.

Tabel 1.1 Berita Program MBG Periode 21 Oktober 2024 – 28 Januari 2025

No.	Nama Media	Jumlah Berita
1	news.detik.com	97
2	nasional.kompas.com	96
3	www.tribunnews.com/nasional	57

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dari tinjauan awal peneliti melalui alat pencari dengan *keywords* tersebut didapatkan bahwa Detik.com adalah media yang paling banyak memberitakan Makan Bergizi Gratis dengan 97 berita. Pada posisi kedua adalah media Kompas.com dengan 96 berita, kemudian diposisi ketiga adalah Tribunnews.com dengan 57 berita. Hal ini menjadikan alasan kenapa peneliti memilih Detik.com & Kompas.com untuk diteliti.



Gambar 1.2. Perbandingan Berita Kompas.com & Detik.com (Kompas.com & Detik.com, 2024)

Selain itu, peneliti menemukan bahwa pada tanggal 25 Oktober 2025, Detik.com dan Kompas.com memiliki tema yang berbeda. Tema berita Kompas.com berjudul "Ketegasan Prabowo Soal Efisiensi Anggaran dan Sukseskan Program Makan Bergizi Gratis" yang mengandung yang berfokus pada masalah alokasi anggaran terhadap program tersebut yaitu Makan Bergizi Gratis. Berbeda dengan berita Detik.com berjudul "DPRD Surabaya Dukung Program Makan Siang Bergizi Gratis Prabowo - Gibran" membahas respons politisi terhadap program tersebut yaitu Makan Bergizi Gratis.

Faktor pemberitaan yang berbeda ini tidak lepas dari latar belakang dan karakteristik masing-masing media. Sebagai bagian dari Grup Kompas Gramedia, Kompas.com telah hadir sejak 1995 dan terkenal dengan memberikan informasi yang akurat, dapat diandalkan, dan menyeluruh tentang berbagai aspek kehidupan masyarakat. Selain itu, Kompas.com menggunakan berbagai jenis konten multimedia, seperti gambar, video, dan infografis, untuk mengoptimalkan beritanya (Carina & Janati, 2024). Sebaliknya, Detik.com, yang didirikan sejak reformasi dan saat ini di bawah naungan CT Corp melalui Transmedia, menganut prinsip "cepat, dipercaya, dan mandiri", menggunakan pendekatan teknologi terkemuka yang menekankan kecepatan, aktualitas, dan inovasi dalam penyampaian berita (detik.com, 2024). Hal ini juga memengaruhi perspektif dan cara masing-masing kanal menyampaikan berita, termasuk menyiarkan program strategis seperti Makan Bergizi Gratis.

Selanjutnya, penelitian ini akan menggunakan analisis isi dengan mengambil jenis analisis tematik. Metode penelitian ini yang bersifat subjektif, sistematis, dan kuantitatif untuk mengkaji isi komunikasi yang terlihat. Menurut Fadil (2020), tujuannya adalah untuk memahami karakteristik isi dan menarik

inferensi dari konten yang dianalisis. Analisis isi kuantitatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan karakteristik isi secara kuantitatif dari suatu konten, baik berupa teks, gambar, maupun video, guna memperoleh kesimpulan yang objektif dan dapat diulang. Teknik ini mencakup proses pengkodean dan pencatatan data secara terstruktur untuk menilai frekuensi, intensitas, atau kategori tertentu dari karakteristik yang dikaji. Dengan demikian, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga secara aktif membangun nilai dan menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak, menjadikannya hasil konstruksi sosial yang sarat dengan nilai, ideologi, dan sudut pandang media atau wartawan, sehingga dalam penelitian ini konstruksi realitas masyarakat terhadap isu pemberitaan makan bergizi gratis pada portal berita Kompas.com dan Detik.com sangat melekat dan relevan (Basar S.K, 2020).

Penelitian ini memiliki rujukan dari peneliti terdahulu. Penelitian pertama, penelitian yang dilakukan oleh Mey Esa Dwi Vanti, Vethy Octaviani dan Maryaningsih Maryaningsih berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Program Makan Gratis Prabowo Subianto Di Media Online” temuan dari penelitian tersebut, Detik.com cenderung mendukung program makan gratis Prabowo Subianto dengan menonjolkan sisi positif dan pemilihan judul yang mendukung, sedangkan VIVA.co.id menampilkan pandangan lebih kontroversial dengan menyoroti kritik dan menyajikan berbagai sudut pandang, baik yang mendukung maupun mengkritik program tersebut.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Axel Matthew Gerhas tahun 2023 dengan judul “Peningkatan Pemberitaan Kebijakan Insentif Mobil Bertenaga Listrik pada Situs Berita Online (Analisis Framing Zongdang Pan & Kosicki Pada Berita Online Kompas.com dan Detik.com pada periode Desember 2022 – Februari 2023)” temuan dari penelitian tersebut yaitu, terdapat perbedaan framing antara Kompas.com dan Detik.com dalam memberitakan insentif kendaraan listrik dari pemerintah, baik dari segi pengemasan berita maupun penonjolan sudut pandang pro dan kontra masing-masing media. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga diperlukan studi lanjutan di masa mendatang.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Aditya Arianto Denis pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Peningkatan Berita Isu Kebijakan Lingkungan

dalam Undang Undang Cipta Kerja (Komparasi Framing Berita Isu Kebijakan Pembangunan dan Dampaknya pada Lingkungan antara Mongabay.co.id, dan Antaranews.com)” dengan temuan yaitu, terdapat perbedaan dalam pembedaan isu kebijakan lingkungan dalam Undang-Undang Cipta Kerja antara media Antaranews.com dan Mongabay.co.id, baik dari segi pengemasan berita maupun keberpihakannya dalam pemberitaan pada periode yang sama. Penelitian menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki untuk melihat bagaimana kedua media tersebut mengkonstruksi realitas terkait isu tersebut.

Jika melihat dari penelitian tersebut maka, kebaruan dari penelitian ini yaitu, melihat bagaimana tema berita dari setiap berita dan sumber berita dari berita yang dianalisis, khususnya berita pada penelitian ini tentang program Makan Bergizi Gratis.

- Studi ini bertujuan untuk menjabarkan proses pengemasan berita guna memperdalam pemahaman tentang dinamika komunikasi media di era media digital. ini akan menerapkan analisis isi kuantitatif untuk melihat bagaimana pengemasan berita debat di platform portal berita dari Kompas.com dan Detik.com yang disajikan kepada khalayak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka dapat ditarik rumusan masalah yaitu:

Bagaimana Pengemasan Berita Program Makan Bergizi Gratis pada Detik.com dan Kompas.com Periode 21 Oktober 2024 – 28 Januari 2025, maka akan dijabarkan melalui pertanyaan khusus di bawah ini;

1. Apa saja tema berita Makan Bergizi Gratis pada Kompas.com dan Detik.com?
2. Jenis berita apa yang ditemukan dalam berita Makan Bergizi Gratis pada Kompas.com dan Detik.com?
3. Nilai berita apa yang ditemukan dalam berita Makan Bergizi Gratis pada Kompas.com dan Detik.com?

4. Bagaimana kelengkapan unsur berita dalam berita Makan Bergizi Gratis pada Kompas.com dan Detik.com?
5. Siapa narasumber berita yang ditemukan dalam berita Makan Bergizi Gratis pada Kompas.com dan Detik.com?
6. Bagaimana nada berita dalam berita Makan Bergizi Gratis pada Kompas.com dan Detik.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yang menjawab rumusan masalah, yaitu: Mengetahui Pengemasan Berita Program Makan Bergizi Gratis pada Detik.com & Kompas.com Periode 100 Hari Pemerintahan Prabowo Gibran, dengan menemukan, detail sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui tema berita dari berita program makan bergizi gratis pada detik.com & kompas.com periode 100 hari pemerintahan prabowo gibran.
2. Untuk mengetahui jenis berita pada pemberitaan program makan bergizi gratis pada detik.com & kompas.com periode 100 hari pemerintahan prabowo gibran.
3. Untuk mengetahui nilai berita pada pemberitaan program makan bergizi gratis pada detik.com & kompas.com periode 100 hari pemerintahan prabowo gibran.
4. Untuk mengetahui kelengkapan unsur berita yang terdapat pada pemberitaan program makan bergizi gratis pada detik.com & kompas.com periode 100 hari pemerintahan prabowo gibran.
5. Untuk mengetahui narasumber berita yang dipilih pada pemberitaan program makan bergizi gratis pada detik.com & kompas.com periode 100 hari pemerintahan prabowo gibran.
6. Untuk mengetahui nada berita yang terkandung dalam pemberitaan program makan bergizi gratis pada detik.com & kompas.com periode 100 hari pemerintahan prabowo gibran.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan analisis teks pada berita online dan perkembangan jurnalisme di media digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa jadi masukan bagi jurnalis media online dalam meningkatkan kualitas penyajian berita, khususnya saat memberitakan program-program pemerintah di media massa nasional berbasis digital.

