

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 penelitian ini
1.	Analisis Framing Pemberitaan Program Makan Gratis Prabowo Subianto Di Media Online Mey Esa Dwi Vanti, Vethy Octavian i dan Maryani ngsih Maryani ngsih 2024	Universitas Dehasen Bengkulu	Analisis Framing	Hasil riset ini menunjukkan bahwa Detik.com secara konsisten membingkai pemberitaan Program Makan Gratis Prabowo Subianto dengan pendekatan yang mendukung, melalui penggunaan struktur sintaksis, tematik, skrip, dan retorik yang menonjolkan narasi positif, lengkap dengan data, kutipan langsung, serta unsur 5W+1H yang utuh. Sementara itu, Viva.co.id menampilkan pemingkai n yang lebih moderat dengan menghadirka	Untuk penelitian selanjutnya, disarankan analisis komparatif Detik.com dan VIVA.co.id terkait asas jurnalistik dan dampaknya, pengembangan model evaluasi berita online, studi kasus isu kontroversial , serta analisis peran teknologi dan implikasi etis media. Bagi VIVA.co.id, perlu diteliti faktor yang memengaruhi kelengkapan unsur 5W+1H dalam berita.	Perbedaan penelitian ini adalah menggunakan metode Analisis Framing. Selain itu perbedaannya ada pada media online yang di analisis. Selain itu periode yang diteliti juga berbeda.

			<p>n dua sisi pandangan —baik yang mendukung maupun yang mengkritisi —melalui kutipan narasumber yang beragam untuk memperkuat argumen. Dengan demikian, Detik.com tampak lebih eksplisit dalam keberpihakan, sedangkan Viva.co.id menyajikan pemberitaan yang lebih seimbang namun tetap condong mendukung program tersebut.</p>			
2.	<p>Pembingkai-an Pemberitaan Kebijakan Insentif Mobil Bertenaga Listrik pada Situs Berita Online (Analisis Framing Zongdan Pan & Kosicki Pada Berita Online Kompas.com dan Detik.com pada</p>	<p>Universitas Pembangunan Jaya</p>	<p>Analisis Framing</p>	<p>Hasil riset ini menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai insentif kendaraan listrik oleh Kompas.com dan Detik.com pada periode Desember 2022 hingga Februari 2023 dibingkai secara berbeda oleh masing-masing media. Dengan menggunakan</p>	<p>Perbedaan pembingkai-an pemberitaan tentang insentif kendaraan listrik antara Kompas.com dan Detik.com, baik dari segi framing maupun sudut pandang pro dan kontra yang disajikan. Namun, karena keterbatasan penelitian, diperlukan studi</p>	<p>Perbedaan penelitian ini adalah fenomena dan isu dalam penelitian yang diambil. Selain itu perbedaannya ada dalam platform yang digunakan juga berbeda yaitu media sosial. Selain itu periode yang diteliti juga berbeda.</p>

periode Desember 2022 – Februari 2023) Axel Matthew Gerhas 2023	n analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang mencakup struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, penelitian ini menemukan bahwa perbedaan terlihat dalam pilihan narasumber, fokus topik, serta gaya bahasa yang digunakan. Hal ini mencermink an peran strategis media dalam membentuk persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah, khususnya terkait insentif kendaraan listrik.	lanjutan untuk memperdala m pemahaman terkait hal ini..			
3. Peming kaian Berita Isu Kebijakan n Lingkun gan dalam Undang Undang Cipta Kerja (Kompar asi Framing Berita Isu	Universitas Pembangu nan Jaya	Komparasi Framing.	Hasil riset ini menunjukka n bahwa pemingkaia n isu kebijakan lingkungan dalam Undang- Undang Cipta Kerja berbeda antara media arus utama seperti	Penelitian ini menemukan bahwa terdapat perbedaan dalam cara pemingkaia n berita mengenai isu kebijakan lingkungan dalam Undang- Undang Cipta Kerja antara media	Perbedaan penelitian ini adalah fenomena dan isu yang diteliti. Selain itu periode yang diteliti juga berbeda.

Kebijakan
Pembangunan dan
Dampaknya pada
Lingkungan
antara
Mongabay.co.id,
dan
Antarnews.com) |
Aditya
Arianto
Denis |
2022

Antarnews.com dan media alternatif seperti Mongabay.co.id. Melalui analisis terhadap 20 berita menggunakan metode framing Pan dan Kosicki—yang mencakup struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik—penelitian ini menemukan bahwa masing-masing media memiliki cara khas dalam menyampaikan isu tersebut. Perbedaan pendekatan ini mencerminkan posisi editorial dan orientasi pemberitaan masing-masing, serta menegaskan bahwa konstruksi berita melalui berbagai aspek struktural framing berperan penting dalam membentuk persepsi

Sumber: Olahan Data Peneliti

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu sebagai referensi untuk memberikan yang relevan. penelitian yang dilakukan oleh Mey Esa Dwi Vanti, Vethy Octaviani dan Maryaningsih Maryaningsih tahun 2024 dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Program Makan Gratis Prabowo Subianto Di Media Online” temuan dari penelitian ini yaitu Detik.com cenderung mendukung Program Makan Gizi Gratis Prabowo Subianto melalui pemberitaan yang positif. Sementara itu, VIVA.co.id menampilkan pandangan yang lebih kritis dan berimbang dengan menyoroti kontroversi dan menyajikan berbagai sudut pandang.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Axel Matthew Gerhas tahun 2023 dengan judul “Pembingkaihan 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 bagaimana pembingkaihan pemberitaan terkait insentif kendaraan listrik oleh Kompas.com dan Detik.com pada Desember 2022 hingga Februari 2023. Analisis menggunakan perangkat framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki meliputi empat struktur: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Penelitian terakhir, yang dilakukan oleh Aditya Arianto Denis pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Pembingkaihan 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 terhadap 20 berita dengan fokus pada empat struktur framing: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, yang digunakan untuk mengkaji cara kedua media menyajikan isu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana media membingkai isu kebijakan lingkungan melalui berbagai aspek struktural dalam pemberitaan.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Media Online

Dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* yang ditulis oleh Romli menyebutkan media online mencakup seluruh jenis media yang penyebarannya dilakukan melalui jaringan internet, memberikan fasilitas kepada pengguna untuk mengakses informasi dengan kecepatan tinggi serta berinteraksi secara langsung. Media online merupakan platform penyampaian informasi, berita, atau konten lainnya yang memanfaatkan internet sebagai medium utama (Romli, 2016). Media online menurut Pamuji dalam bukunya menjelaskan aspek krusial dalam media online adalah komitmen terhadap etika jurnalistik dan prinsip verifikasi fakta yang ketat, memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat, dapat dipercaya, dan berkontribusi positif bagi masyarakat. Dengan demikian, media online tidak hanya menjadi sarana diseminasi informasi, tetapi juga instrumen penting dalam membentuk opini publik yang terinformasi dan berpartisipasi aktif dalam diskusi publik (Pamuji, 2019). Berita Makan Bergizi Gratis muncul di media online Indonesia, untuk penelitian ini menggunakan media online dari portal media online Kompas.com dan Detik.com sebagai objek penelitian.

2.2.2 Jurnalisme Online

Dalam buku Mulyadi dan Musman (2017) pada buku “*Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis Para Jurnalis*” menjelaskan di era digital saat ini, beragam pilihan media tersedia untuk menyampaikan pesan, mulai dari televisi dan media cetak hingga media online. Jurnalisme online hadir dalam portal berita online yang berkembang pesat, baik yang terpercaya maupun yang palsu. Sayangnya, peningkatan kebutuhan informasi di masyarakat dimanfaatkan oleh pembuat portal berita palsu untuk mencari keuntungan. Situasi ini mengubah fungsi jurnalisme online yang seharusnya menyajikan berita aktual dan akurat, menjadi penghasil berita palsu yang tidak jelas, tidak akurat, dan tidak relevan dengan waktu.

Karakteristiknya meliputi kecepatan penyebaran berita secara real-time, aksesibilitas informasi kapan saja dan di mana saja, interaktivitas antara jurnalis dan pembaca, penyajian multimedia yang menarik, hipertekstualitas dengan hyperlink ke sumber informasi lain, serta personalisasi berita sesuai preferensi pembaca. Namun, jurnalisisme online juga menghadapi tantangan seperti verifikasi informasi untuk menghindari hoax, menjaga objektivitas di tengah tekanan untuk menghasilkan berita menarik, dilema etika jurnalistik, dan mencari model bisnis yang berkelanjutan (Fadil, 2020).

Dari uraian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa jurnalisisme online, termasuk di dalamnya portal berita online sebagai bagian dari media massa berbasis internet, memiliki peran sentral. Penelitian ini memanfaatkan media online sebagai sarana utama untuk menggali, memahami, serta menyebarluaskan informasi terkait pemberitaan mengenai program makan bergizi gratis di Indonesia melalui portal berita online.

2.2.3 Berita

Bedasarkan buku berjudul Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita Artikel & Feature tahun 2015 yang dituliskan oleh Wahyuwibowo (2015) menyebutkan berita adalah laporan terstruktur mengenai kejadian aktual yang dianggap penting dan menarik bagi khalayak, melampaui sekadar penyampaian fakta mentah. Ia merupakan interpretasi yang disaring melalui lensa jurnalistik, di mana fakta-fakta dipilih, disusun, dan diberi konteks agar pembaca dapat memahami signifikansinya. Aktualitas dan kebermaknaan menjadi fondasi utama, mengutamakan informasi terkini yang berdampak signifikan bagi masyarakat atau kepentingan publik. Pada buku Mulkadi dan Musman menyebutkan di era digital, penyebaran berita terjadi dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, menciptakan tantangan baru dalam hal verifikasi informasi dan memerangi disinformasi. Oleh karena itu, penting bagi pembaca berita modern untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis, memverifikasi informasi dari berbagai sumber, dan memahami bias yang mungkin ada dalam pelaporan berita. Jurnalisisme yang berkualitas tetap menjadi garda terdepan dalam menyediakan

informasi yang akurat dan dapat diandalkan, namun tanggung jawab untuk mengonsumsi berita secara cerdas juga terletak pada setiap individu (Mulyadi dan Musman, 2017). Berita yang digunakan dalam penelitian ini diambil berdasarkan pemberitaan tentang Makan Bergizi Gratis (MBG) yang terdapat pada media Kompas.com dan Detik.com.

2.2.4 Pengemasan Berita

Pengemasan berita merupakan informasi untuk konsumsi publik melalui beragam metode dan taktik. Tujuannya adalah agar informasi tersebut mudah dipahami, menarik minat, dan membentuk pandangan masyarakat. Cara berita dikemas dapat berdampak pada bagaimana masyarakat menanggapi suatu kejadian atau masalah (Halim, 2021). Menurut Hanson (2016), seringkali media memberitakan suatu isu dipengaruhi oleh persaingan antar media dalam menarik perhatian publik. Karena itu, media cenderung memilih berita yang sensasional atau memicu pro dan kontra, sementara topik yang dianggap kurang menarik sering dilewatkan. Isu yang terus menerus diangkat oleh media dalam waktu tertentu biasanya akan lebih mudah menarik perhatian masyarakat dan bisa membentuk cara pandang mereka terhadap isu atau peristiwa tersebut.

Frekuensi dalam konteks ini berfungsi untuk mengukur tingkat kemunculan berita tentang program makan bergizi gratis selama periode 21 Oktober 2024 – 28 Januari 2025 di media pemberitaan Kompas.com dan Detik.com. Dengan cara ini, tingkat perhatian media terhadap isu makan bergizi gratis dapat dievaluasi berdasarkan seberapa sering isu tersebut dilaporkan.

1. Tema Berita

Menurut Shoemaker dan Reese, yang dikutip oleh McNair (2017), Tema berita merupakan gagasan pokok atau isu sentral yang menjadi fokus utama dalam sebuah pemberitaan. Tema menjadi kerangka konseptual yang membentuk komunikasi kepada publik. Dalam praktik jurnalistik, tema dapat berkisar pada isu politik, ekonomi, sosial, pendidikan, lingkungan, dan lainnya, tergantung pada kepentingan redaksi dan kebutuhan audiens. Penentuan tema berita sangat dipengaruhi oleh nilai berita (*news values*)

seperti kedekatan, dampak, konflik, dan kebaruan, serta dipengaruhi pula oleh agenda setting media. Menurut Hikmat (2018) Dalam praktik jurnalistik, tema berita yang baik harus memenuhi tiga syarat penting: relevansi, kejelasan, dan daya tarik. Tema harus relevan dengan masalah aktual sehingga memiliki nilai berita, dan jelas sehingga fokus pemberitaan dapat ditemukan. Selain itu, Soeseno dalam Hikmat (2018) mengatakan bahwa tema yang menarik mengandung elemen yang baru, unik, popularitas, keistimewaan, atau kemungkinan konflik (kontroversial). Tema berita tidak hanya harus informatif tetapi juga bernilai secara intelektual dan emosional bagi audiens jika mereka memenuhi ketiga kriteria ini: mengajarkan keterampilan baru, memecahkan masalah, menghibur, atau menyentuh kepekaan etis pembaca.

Dalam penelitian ini, makan bergizi gratis menjadi topik utama sehingga tema dari pemberitaan news.detik.com & nasional.kompas.com dapat terlihat arah tema pemberitaannya, yaitu:

- a. Perencanaan Program: Seluruh kegiatan awal yang berkaitan dengan tujuan, target sasaran, jadwal pelaksanaan, perencanaan menu, serta strategi pelibatan pemangku kepentingan dalam program makan bergizi gratis.
- b. Alokasi Anggaran: Informasi mengenai jumlah dana yang disiapkan, sumber pendanaan, distribusi anggaran ke daerah/instansi, serta pengelolaan keuangan program.
- c. Pelaksanaan Program: Proses pelaksanaan langsung program di lapangan, termasuk uji coba, keterlibatan lembaga seperti TNI/Polri/BUMDes, penyediaan makanan, dan pelaksanaan dapur sehat.
- d. Respons Politisi: Sikap, kritik, dukungan, atau usulan dari anggota atau lembaga DPR/DPD/MPR, partai politik, serta kepala daerah terhadap program pemerintah.
- e. Respons Publik: Tanggapan masyarakat umum terhadap program, termasuk hasil survei, opini tokoh masyarakat, ahli/pakar, atau respons dari kelompok sasaran (siswa, orang tua, dsb.).

- f. Masalah dan Evaluasi Program: Hambatan pelaksanaan program dan upaya menilai efektivitas pelaksanaan program, serta langkah konkret yang diambil untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, dan dampaknya.
- g. Dukungan Luar Negeri: Dukungan negara asing, lembaga internasional, atau donor luar negeri, baik dalam bentuk pernyataan maupun bantuan dana, kerja sama teknis untuk program.

Maka dari itu, nantinya peneliti akan mendapatkan data mengenai tema pemberitaan yang didapatkan dari kanal berita kompas.com dan detik.com masing-masing sesuai isi pembahasan dikemas oleh penulis untuk mengarahkan opini publik terkait program makan bergizi gratis.

2. **Jenis Berita**

Jenis berita merujuk pada kategori yang berbeda dalam penyampaian informasi di media, yang masing-masing memiliki karakteristik dan tujuan tertentu. Menurut buku "Modul Penulisan Berita" yang ditulis oleh Siti Nurjanah, jenis-jenis berita dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, seperti straight news (berita langsung), depth news (berita mendalam), interpretative news (berita interpretatif), dan investigative news (berita investigasi). Straight news menyajikan informasi secara singkat dan langsung, sedangkan depth news menggali lebih dalam tentang suatu isu. Interpretative news menggabungkan fakta dengan analisis dari wartawan, sementara opinion news menyampaikan pandangan individu atau kelompok tentang suatu peristiwa. Investigative news, di sisi lain, berfokus pada penyelidikan mendalam terhadap suatu isu. Pemahaman tentang jenis-jenis berita ini penting untuk membantu jurnalis dalam menyusun laporan yang sesuai dengan konteks dan audiens yang dituju (Tim II KKN Universitas Diponegoro, 2023).

Lebih lanjut, cara berita disajikan juga dipengaruhi oleh kategori berita yang dimuat di media daring. Dalam dunia jurnalistik, terdapat berbagai kategori berita (Muhtadi, 2018) dan menjadi katagori dalam penelitian ini, adalah antara lain:

a. **Hard News**

Hard news adalah pemberitaan yang menyajikan informasi mengenai peristiwa signifikan dan terkini. Biasanya, hard news mencakup topik seperti politik, kriminalitas, serta musibah. Penyajian berita dalam kategori ini wajib lugas dan berlandaskan fakta.

b. **Soft News**

Soft news adalah *report* jenis jurnalistik yang mengutamakan cerita mengenai individu, kegiatan sehari-hari, dan sisi kehidupan yang tidak terkait dengan politik. Soft news umumnya bersifat rekreatif, memberikan informasi yang mudah dicerna, dan bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih banyak.

c. **Feature news**

Feature news adalah jenis berita yang mengupas tuntas sebuah topik secara komprehensif. Dibandingkan dengan berita singkat atau berita ringan, feature news cenderung lebih panjang dan detail. Seringkali, feature news juga mengandung elemen yang menyentuh sisi kemanusiaan, dengan tujuan untuk menarik perhatian pembaca atau pemirsa yang memiliki minat khusus pada topik yang dibahas.

d. **Investigative News**

Investigative news merupakan bentuk pemberitaan yang mengedepankan penelusuran mendalam dan berkelanjutan. Umumnya, berita investigatif bertujuan untuk mengungkap tindak pidana atau penyimpangan yang terjadi di dalam sebuah lembaga atau sistem pemerintahan.

Penggunaan konsep jenis berita bertujuan untuk mengidentifikasi tipe berita dalam pemberitaan Makan Bergizi Gratis (MBG) pada portal berita Kompas.com dan Detik.com. Frekuensi kemunculan berbagai jenis berita di Kompas.com dan Detik.com akan dihitung guna mengetahui tipe berita yang muncul dalam pemberitaan Makan Bergizi Gratis (MBG) pada kedua media.

3. **Nilai Berita**

Bedasarkan buku berjudul “Panduan Menjadi Jurnalis Profesional” yang ditulis oleh Sugiharto (2019) Nilai berita adalah kriteria yang digunakan

untuk menentukan apakah suatu peristiwa atau informasi layak diberitakan. Beberapa aspek penting dalam nilai berita meliputi pentingnya informasi (*significance*), yaitu berita yang memiliki dampak besar bagi kehidupan publik, besarnya kejadian (*magnitude*), di mana peristiwa yang melibatkan banyak orang atau memiliki dampak luas lebih bernilai, kedekatan (*proximity*), yakni berita yang dekat secara geografis atau emosional dengan audiens, aktualitas (*timeliness*), yaitu berita yang baru terjadi atau terkini, serta ketenaran (*prominence*), di mana peristiwa yang melibatkan tokoh terkenal sering kali dianggap menarik meskipun tidak terlalu penting. Selain itu, nilai berita juga mencakup aspek seperti konflik, human interest, dan keunikan (*unusualness*).

Menurut Eni Suheni dalam jurnalnya yang berjudul "Analisis Nilai-Nilai Berita Trending News," nilai berita mencakup berbagai aspek yang harus dipertimbangkan oleh jurnalis, seperti pentingnya informasi bagi publik, dampak dari peristiwa, aktualitas, kedekatan dengan audiens, serta ketenaran tokoh yang terlibat. Suheni menjelaskan bahwa kriteria ini membantu wartawan dan editor dalam memilih berita yang akan disampaikan kepada masyarakat, sehingga hanya peristiwa yang memenuhi standar tertentu yang akan diliput dan dipublikasikan. Dengan demikian, pemahaman tentang nilai berita sangat penting untuk menghasilkan laporan yang relevan dan menarik bagi pembaca (Nurul Suciati.T & Fauziah Nurul, 2020). Berikut adalah kriteria penilaian nilai berita berdasarkan *news worthiness*:

a. *Prominence*

Nilai ini berhubungan dengan seberapa penting atau seberapa dikenal seseorang yang terlibat dalam sebuah peristiwa. Semakin besar pengaruh atau popularitas tokoh tersebut, semakin tinggi pula nilai beritanya. Misalnya, pernyataan dari seorang presiden dianggap lebih layak untuk diberitakan dibandingkan pernyataan dari masyarakat biasa.

b. *Timeless*

Merujuk pada tingkat kebaruan atau keaktualan suatu peristiwa. Informasi yang disampaikan sesaat setelah peristiwa berlangsung memiliki nilai yang

lebih besar, karena masyarakat umumnya menginginkan berita yang paling terbaru.

c. *Proximity*

Nilai ini berkaitan dengan seberapa dekat secara, personal, lokasi atau emosional suatu peristiwa dengan audiens. Semakin peristiwa tersebut berada di sekitar pembaca, baik secara geografis maupun relevansi, maka semakin besar minat pembaca terhadap berita tersebut.

d. *Consequence*

Menjelaskan tingkat dampak atau efek suatu kejadian terhadap masyarakat secara umum. Berita yang membawa dampak signifikan bagi kehidupan banyak orang dianggap lebih prioritas untuk disampaikan.

e. *Magnitude*

Menjelaskan seberapa luas jangkauan atau dampak dari suatu kejadian.

● Contohnya, bencana alam yang memengaruhi ribuan orang akan dianggap lebih penting sebagai berita dibandingkan dengan kejadian kecil yang hanya berdampak pada beberapa orang saja.

f. *Conflict*

Nilai berita ini meliputi elemen konflik, perselisihan, atau kontroversi dalam sebuah kejadian. Benturan antara partai politik, figur publik, atau pandangan ideologis sering kali menarik minat dan dianggap penting untuk dilaporkan.

g. *Oddity*

Mengacu pada elemen keanehan, ketidakwajaran, atau hal yang tidak umum terjadi. Peristiwa yang istimewa, mengejutkan, atau berbeda dari kebiasaan biasanya menarik perhatian karena dapat membangkitkan rasa ingin tahu pembaca.

h. *Human Interest*

Berita yang mengandung cerita menyentuh hati, seperti kisah inspiratif, penderitaan manusia, atau perjuangan seseorang, sangat berharga karena mampu memicu rasa empati dan emosi dari pembacanya.

Dari penjelasan sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, dan sebuah berita yang baik seharusnya memuat

nilai-nilai dan unsur-unsur berita. Nilai berita sendiri bisa dilihat dari beberapa aspek seperti ketokohan (*prominence*), ketepatan waktu (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), dampak (*consequence*), besarnya peristiwa (*magnitude*), konflik, keanehan (*oddity*), dan sisi kemanusiaan (*human interest*). Dengan dasar itu, peneliti akan menganalisis bagaimana media memberitakan program Makan Bergizi Gratis dalam periode 21 Oktober 2024 sampai 28 Januari 2025..

4. **Unsur Berita**

Unsur berita merupakan kriteria atau elemen penting yang wajib terdapat dalam sebuah berita supaya berita tersebut dianggap lengkap, akurat, dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam konteks skripsi, unsur berita biasanya dijelaskan sebagai elemen yang menentukan apakah suatu informasi layak disebut berita dan dapat menarik perhatian khalayak (Halim, 2021). Sebuah berita yang baik seharusnya memuat enam unsur penting yang dikenal dengan konsep 5W + 1H, yaitu apa (*what*), siapa (*who*), di mana (*where*), kapan (*when*), mengapa (*why*), dan bagaimana (*how*) (Prameswari, 2021).. Berita merupakan penyajian fakta, sehingga bersifat faktual. Hikmat (2018) menyatakan bahwa fakta merupakan dasar utama dalam berita yang membedakannya dari jenis tulisan lain, seperti opini maupun iklan. Suatu berita wajib memuat unsur 5W+1H. Unsur-unsur ini menjadi syarat mutlak dalam penulisan berita (Nuraeni & Fitriawan, 2017).

Dalam penelitian ini unsur berita yaitu 5W+1H menjadi kelengkapan suatu penulisan berita di pemberitaan program Makan Bergizi Gratis pada media pemberitaan Kompas.com dan Detik.com.

5. **Narasumber Berita**

Menurut Santana dalam Sarifah & Purwanto (2020) narasumber berita adalah orang, kelompok, atau institusi yang memberikan informasi atau data yang diperlukan untuk membuat berita. Narasumber sangat penting dalam jurnalisme karena mereka memberikan perspektif, fakta, dan keterangan yang diperlukan untuk membuat laporan yang akurat dan dapat dipercaya. Dalam berita, memilih narasumber bukanlah hal yang sembarangan. Media

berkualitas biasanya memilih narasumber berdasarkan kredibilitas, relevansi masalah, dan kemampuan untuk menyampaikan informasi yang objektif.

Menurut Nuraeni (2017), narasumber sangat penting dalam proses peliputan karena mereka memiliki keahlian dan kredibilitas yang diperlukan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh benar. Wartawan tidak hanya harus mengumpulkan berita, tetapi mereka juga harus dapat mengevaluasi dan menyaring informasi dari sumber yang kredibel. Oleh karena itu, narasumber tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merupakan sumber utama informasi yang akurat, adil, dan dapat dipertanggungjawabkan. Narasumber yang kredibel dan dapat dipercaya sangat penting untuk menjaga integritas informasi dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap media. Oleh karena itu, kredibilitas narasumber menentukan tingkat kepercayaan publik terhadap media (Sarifah & Purwanto, 2020).

Wiendijarti dalam Syatori, F.A (2024) menjabarkan penjelasan macam-macam narasumber berita yang dikutip Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat dari sudut pandang pemberitaan politik, meliputi:

- a. Narasumber resmi/pemerintah, merujuk pada pejabat negara, birokrat, atau perwakilan dari lembaga pemerintah yang memiliki wewenang dan tanggung jawab dalam program pemerintah. Dalam konteks berita politik, mereka menjadi penyampai informasi resmi, termasuk pernyataan kebijakan, program pemerintah, klarifikasi isu strategis, serta respons terhadap dinamika politik nasional. Karena memiliki posisi struktural, narasumber ini dianggap otoritatif dan menjadi rujukan utama dalam pelaporan isu-isu pemerintahan. Contohnya adalah presiden, menteri, gubernur, anggota DPR, atau juru bicara lembaga pemerintahan.
- b. Narasumber ahli, adalah orang-orang dengan pengalaman akademik atau profesional yang luas dalam bidang seperti politik, hukum, ekonomi, atau diplomasi internasional. Mereka biasanya tidak terlibat secara langsung dalam proses politik praktis; namun, mereka bertanggung jawab atas analisis, penilaian, interpretasi kebijakan, dan prediksi arah kebijakan

berdasarkan teori dan data. Kehadiran narasumber ahli meningkatkan pemahaman pembaca terhadap isu politik yang kompleks dan memberikan perspektif kritis. Contohnya adalah konsultan program pemerintah, dosen ilmu politik, atau peneliti lembaga think tank.

- c. Narasumber partai politik, merupakan perwakilan dari partai politik yang menyampaikan sikap, strategi, atau klarifikasi atas isu tertentu. Mereka menjelaskan posisi politik partai dalam dinamika program pemerintah atau kontestasi kekuasaan.
- d. Narasumber masyarakat, adalah kelompok masyarakat atau individu yang memiliki pandangan langsung tentang pengaruh program pemerintah. Sumber-sumber ini menunjukkan tanggapan publik serta realitas di lapangan.
- e. Narasumber media/reporter, merujuk pada jurnalis yang menyampaikan hasil liputan atau penelitian mereka berfungsi sebagai penghubung antara narasumber dan publik melalui informasi yang valid.
- f. Narasumber oposisi atau kritikus, adalah orang atau kelompok yang menentang pemerintah. Mereka memainkan peran penting dalam menjaga keseimbangan informasi dan memberikan perspektif alternatif dalam demokrasi.

Mengidentifikasi dari penjabaran di atas, peneliti mendapat bahwa narasumber berita yang ada dalam pemberitaan Makan Bergizi Gratis Program Pemerintahan Prabowo – Gibran dapat tergolong menjadi:

- a. Pemerintah pusat: Pejabat eksekutif nasional yang memiliki kewenangan merumuskan, mengarahkan, membiayai, atau melaksanakan program pemerintah, termasuk Presiden, Wakil Presiden, para Menteri, Kepala Bappenas, Kepala Staf Presiden, serta juru bicara resmi kementerian atau lembaga negara seperti Badan Gizi Nasional (BGN).
- b. Pemerintah daerah: Pejabat pemerintah di tingkat provinsi, kabupaten, atau kota yang terlibat dalam implementasi, pengawasan, atau pelaporan program di wilayahnya, seperti gubernur, bupati/walikota, kepala dinas pendidikan/kesehatan/sosial, dan juru bicara pemerintah daerah.

- c. Politisi: Anggota legislatif (DPR/MPR/DPD), pimpinan fraksi atau partai politik, maupun juru bicara partai yang memberikan sikap, kritik, dukungan, atau evaluasi terhadap program pemerintah, baik secara institusional maupun individual.
- d. Masyarakat umum: Warga negara non-pemerintah yang terlibat sebagai penerima manfaat, pengamat langsung, atau pemberi opini terhadap program, termasuk siswa, orang tua, guru, kepala sekolah, tokoh masyarakat, dan relawan lokal.
- e. Sumber ahli: Akademisi, peneliti, atau pakar dari institusi pendidikan, lembaga riset, BPOM, atau organisasi profesi yang memberikan analisis berbasis ilmu pengetahuan mengenai aspek gizi, pendidikan, program pemerintah, atau manajemen program, serta wakil dari organisasi sosial, keagamaan, atau kemasyarakatan.
- f. Perwakilan internasional: Wakil resmi dari pemerintah asing, organisasi antarnegara, atau lembaga donor internasional yang terlibat dalam mendukung program melalui pendanaan, kerja sama teknis, atau pernyataan dukungan, seperti duta besar, pejabat FAO/UNICEF/WFP, atau mitra bilateral.

Berdasarkan penjelasan tersebut, bahwa narasumber memiliki peran krusial dalam mendukung validitas berita, dan kredibilitas narasumber terhadap isu yang dibahas sangatlah penting yang menjadi indikator dalam penelitian ini.

6. **Nada Berita**

Menurut Mulyadi & Musman (2017), nada berita adalah gaya jurnalistik dalam sebuah berita yang memengaruhi pemahaman publik. Nada berita terbagi menjadi tiga, yaitu netral, positif, dan negatif. Nada netral bersifat objektif tanpa emosi atau sentimen pribadi, biasanya digunakan dalam berita tentang bencana atau kejadian penting. Nada positif menyoroti dampak baik atau solusi dari suatu isu, bersifat inspiratif, dan sering ditemukan dalam berita human interest. Sementara itu, nada negatif mengandung kritik atau kecaman terhadap isu kontroversial dan umumnya digunakan dalam berita investigatif. Dalam sumber lain menyebutkan nada atau Tone berita merupakan gaya penyampaian informasi oleh media, yang

berkaitan erat dengan cara media tersebut menyiarkan berita. *Tone* berita terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: netral, negatif, dan positif. Berita netral umumnya tidak mengandung *tone* positif maupun negatif, serta berfokus pada penyampaian informasi secara imparial. Berita negatif, di sisi lain, cenderung menyudutkan atau kontra terhadap suatu kasus atau tokoh, dan berpotensi menjatuhkan individu atau kelompok tertentu. Sementara itu, *tone* positif memberikan informasi yang cenderung memuji, menyukai, atau mendukung isu atau tokoh tertentu (Wahyuti, 2015). Dalam penelitian ini nada berita menggunakan dua nada berita yaitu positif dan negatif, berikut penjelasannya:

a. Nada Positif

Nada positif biasanya muncul dalam berita yang menunjukkan dampak baik, serta mendukung keputusan atau kebijakan yang berkaitan dengan isu yang dibahas. Nada ini membawa pesan optimis dan penuh harapan, dengan tujuan memberi dorongan atau inspirasi bagi masyarakat. Umumnya, nada seperti ini ditemukan dalam berita yang menyoroti sisi kemanusiaan atau human interest (Wahyuti, 2015).

b. Nada Negatif

Nada negatif biasanya muncul dalam berita yang membahas dampak buruk atau hal-hal yang bersifat kontroversial. Nada ini sering kali berisi kritik atau kecaman, dengan tujuan menyoroti peristiwa yang dianggap tidak sejalan dengan nilai atau norma yang berlaku di masyarakat. Nada seperti ini umum ditemukan dalam berita investigatif atau liputan yang mengangkat isu-isu sensitif (Wahyuti, 2015).

2.2.4 Konstruksi Realitas Media

Mengacu pada buku Wazis (2018) berjudul Konstruksi Realitas Media Massa: Studi Fenomenologi Awak Redaksi, konstruksi realitas media adalah proses di mana media massa membentuk dan memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap suatu realitas. Media tidak sekadar menyampaikan informasi secara netral, tetapi juga memilih, menafsirkan, dan membingkai informasi tertentu, sehingga

realitas yang ditampilkan bisa berbeda dari kenyataan sebenarnya. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti ideologi pemilik media, kepentingan ekonomi, dan nilai-nilai profesionalisme jurnalis. Dalam proses konstruksi ini, media melakukan seleksi isu atau peristiwa untuk diberitakan, memberikan penonjolan pada aspek tertentu, melakukan pembingkai dengan bahasa dan sudut pandang tertentu, serta menyusun agenda isu-isu penting bagi publik. Dampak dari konstruksi realitas media dapat berupa pembentukan opini publik, penguatan stereotip dan prasangka, perubahan perilaku masyarakat, hingga krisis kepercayaan terhadap media. Konstruksi realitas media juga tidak hanya menyampaikan fakta secara objektif, tetapi secara aktif membentuk dan mengarahkan persepsi publik terhadap suatu isu. Sehingga penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi tambahan pada studi penelitian di bidang komunikasi, terutama dalam analisis teks berita online serta jurnalisme online (Wazis, 2018).

- Dalam sumber lain mengatakan agenda setting dan priming juga berperan penting dalam menentukan isu yang dianggap penting oleh publik dan mempersiapkan audiens untuk mengevaluasi isu berdasarkan kriteria tertentu. Faktor-faktor internal seperti ideologi redaksi dan program pemerintah, serta faktor eksternal seperti situasi politik dan tekanan ekonomi, turut memengaruhi konstruksi ini. Implikasinya sangat signifikan, karena konstruksi realitas media dapat memengaruhi opini publik, perilaku politik, dan bahkan identitas sosial (Sugiharto, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan konstruksi realitas media sangat melekat pada seluruh isu atau fenomena. Sehingga dalam penelitian ini konstruksi realitas media juga berperan aktif dan relevan pada isu pemberitaan Makan Bergizi Gratis (MBG) pada media pemberitaan Kompas.com dan Detik.com.

2.2.5 Program Pemerintah

Menurut Sari (2017) Program pemerintah merupakan rangkaian aktivitas yang dirancang dan dijalankan oleh lembaga pemerintah dengan tujuan mencapai sasaran pembangunan tertentu. Program ini merupakan implementasi dari sebuah

rencana dan menjadi bagian penting dalam proses perencanaan pembangunan. Sebelum melaksanakan program, perlu dilakukan analisis mendalam terhadap masalah sosial yang hendak diselesaikan, penyebabnya, serta solusi yang paling tepat. Program yang efektif didasarkan pada kerangka teori yang jelas, memiliki tujuan yang spesifik, menggunakan alat atau metode terbaik untuk mencapainya, didukung oleh program pemerintah yang konsisten, serta melibatkan evaluasi terhadap biaya dan manfaat yang diharapkan.

Dalam penelitian ini program pemerintah yang dimaksud adalah program Makan Bergizi gratis. Berdasarkan artikel dari Kompas.com yang dipublikasikan pada 1 Juli 2024 melaporkan bahwa pemerintah Indonesia menyatakan masih ada 5,8 juta balita di Indonesia yang mengalami masalah gizi. Budi Santoso, Deputi Bidang Koordinasi Peningkatan Kualitas Kesehatan dan Pembangunan Kependudukan Kemenko PMK, menyatakan bahwa masalah gizi ini perlu diintervensi segera agar target penurunan stunting tidak terhambat (Krisiandi & Sutrisna, 2024). Selain itu data juga menunjukkan berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan terdapat 5,8 juta balita di Indonesia yang mengalami masalah gizi. Hal ini juga diperkuat dengan masih adanya posyandu yang belum melaksanakan pengukuran (Komariah. 2024).

2.2.6 Indikator & Definisi Operasional

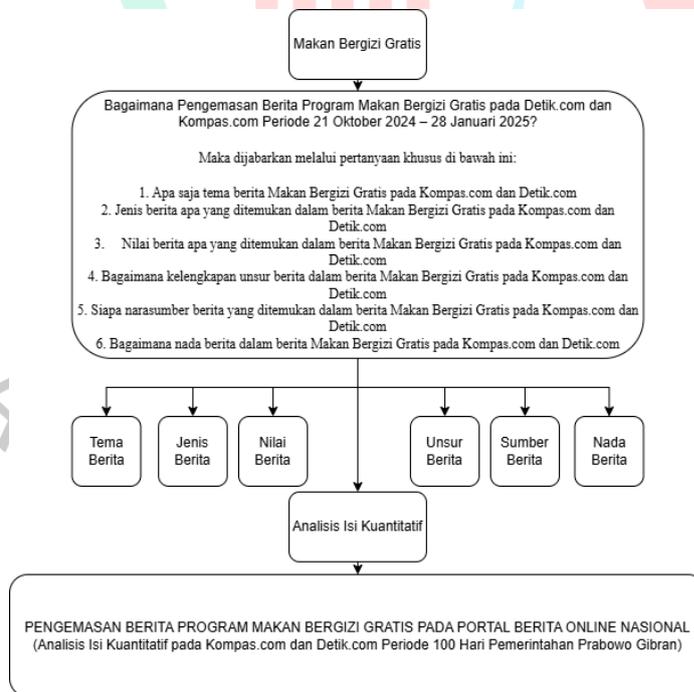
Tabel 2.2. Indikator dan Definisi Operasional

No	Kategori	Indikator	Definisi Operasional
1	Tema Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alokasi Anggaran 2. Perencanaan Program 3. Pelaksanaan Program 4. Respons politisi 5. Respons Publik 6. Masalah Evaluasi 7. Dukungan Luar Negeri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita yang fokus terhadap Rincian dana, sumber pendanaan, distribusi, dan pengelolaan keuangan program. 2. Berita yang fokus terhadap kegiatan awal seperti penetapan tujuan, sasaran, jadwal, menu, dan strategi pelibatan pihak terkait. 3. Berita yang fokus terhadap Proses pelaksanaan di lapangan, termasuk uji coba, peran lembaga, dan operasional dapur sehat. 4. Berita yang fokus terhadap Dukungan, kritik, atau usulan dari DPR, partai politik, atau kepala daerah terkait program. 5. Berita yang fokus terhadap Opini masyarakat, ahli, dan kelompok sasaran seperti siswa atau orang tua terhadap program. 6. Berita yang fokus terkait kendala pelaksanaan serta upaya evaluasi dan perbaikan program.

			7. Berita yang terfokus pada bantuan atau kerja sama teknis dari lembaga internasional atau negara donor.
2	Jenis Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hard News</i> 2. <i>Soft News</i> 3. <i>Feature News</i> 4. <i>Investigative News</i> 	<p>Merupakan berita yang menyajikan informasi terkini atau aktualitas, keterkenalan tokoh besar serta penting dari MBG.</p> <p>Merupakan berita yang menyajikan informasi yang kegiatan sehari-hari dan mengandung emosional.</p> <p>Merupakan berita yang menyajikan informasi secara ringan, panjang dan lebih detail serta minat khusus.</p> <p>Merupakan berita yang menyajikan informasi mendalam dan berkelanjutan.</p>
3	Nilai Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Prominence</i> 2. <i>Timeliness</i> 3. <i>Proximity</i> 4. <i>Consequence</i> 5. <i>Magnitude</i> 6. <i>Conflict</i> 7. <i>Oddity</i> 8. <i>Human Interest</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita yang mencakup orang-orang penting seperti public figure, pemerintah, tokoh terkenal. 2. Berita yang membahas peristiwa, kejadian, atau aktivitas yang sedang berlangsung atau baru saja terjadi. 3. Ditandai dengan laporan tentang suatu peristiwa yang memiliki kedekatan dengan masyarakat baik secara geografis, psikologis, maupun ideologis. 4. Berita yang menyangkut suatu peristiwa yang memberikan dampak pada masyarakat secara luas. 5. Tingkat pengaruh suatu peristiwa terhadap publik atau masyarakat secara keseluruhan. 6. Berita mengenai konflik atau pertentangan tertentu. 7. Berita tentang hal-hal yang tidak biasa sehingga membuat pembaca merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut. 8. Berita yang memiliki sentuhan perasaan bagi pembaca
4	Unsur Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. What 2. Who 3. Where 4. When 5. Why 6. How 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu menguraikan kejadian yang dianggap penting untuk diketahui oleh pembaca. 2. Membantu dalam mengenali orang atau kelompok yang berperan dalam suatu peristiwa. 3. Membantu memberikan gambaran konteks mengenai lokasi terjadinya suatu peristiwa. 4. Membantu menentukan waktu saat suatu peristiwa berlangsung. 5. Membantu menguraikan alasan yang mendasari terjadinya suatu peristiwa. Membantu menguraikan alasan yang mendasari terjadinya suatu peristiwa. 6. Membantu menjelaskan proses atau metode terjadinya suatu peristiwa.
5	Narasumber Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah Pusat 2. Pemerintah Daerah 3. Politisi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita yang berfokus kepada pejabat nasional seperti Presiden, Menteri, atau juru bicara lembaga yang menetapkan dan mengarahkan program pemerintah.

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 4. Masyarakat umum 5. Sumber Ahli 6. Perwakilan Internasional | <ul style="list-style-type: none"> 2. Berita yang berfokus kepada Pejabat daerah (gubernur, bupati/walikota, kepala dinas) yang melaksanakan dan mengawasi program di wilayahnya. 3. Berita yang menggunakan Anggota legislatif atau partai politik yang menyampaikan dukungan, kritik, atau evaluasi terhadap program pemerintah. 4. Berita yang menjadikan Warga seperti siswa, orang tua, guru, dan tokoh masyarakat yang merespons atau merasakan dampak program. 5. Berita yang informasinya berasal dari akademisi, peneliti, atau profesional yang memberikan analisis ilmiah terkait aspek program dan kebijakan 6. Berita yang mengangkat pembahasan terkait pendapat Wakil lembaga asing atau donor (seperti FAO, UNICEF) yang memberi dukungan teknis, pendanaan, atau pernyataan resmi |
|---|---|
-
- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 6. Nada Berita | <ul style="list-style-type: none"> 1. Positif 2. Negatif | <ul style="list-style-type: none"> 1. Memfokuskan pada elemen pujian, dukungan, semangat, harapan, dan pandangan positif yang terkandung dalam berita MBG. 2. Mengandung kritik terhadap kebijakan atau hanya mengandung keluhan dan dampak negatif. |
|--|--|--|

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambaran kerangka berpikir di atas, penelitian ini didorong oleh fenomena pengemasan berita tentang program Makan Bergizi Gratis, yang merupakan salah satu program utama dalam 100 hari pertama pemerintahan

Prabowo Gibran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana dua portal berita online nasional, Kompas.com dan Detik.com, menyiarkan berita tentang program tersebut dari 21 Oktober 2024 hingga 28 Januari 2025. Beberapa pertanyaan utama yang mengarahkan pengumpulan data mengenai tema berita, jenis berita, nilai berita, unsur berita, narasumber berita, dan nada berita dibangun sebagai dasar penelitian ini. Dalam analisis isi kuantitatif, semua komponen ini digunakan sebagai indikator untuk menentukan frekuensi dan kecenderungan pengemasan informasi dalam berita. Diharapkan penelitian ini akan memberikan gambaran mendalam tentang bagaimana media online nasional mengaitkan program Makan Bergizi Gratis dengan alur pembangunan dan program pemerintah di awal pemerintahan baru.



