

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Analisis Framing Model Robert N. Entman pada Kasus korupsi Pertamina: Studi pada Kompas.com dan Tempo.co Lasria Sinambela (2025)	Universitas Mpu Tantular	Analisis Framing	Studi ini menemukan bahwa media, melalui pemingkiaan berita dan bertindak sebagai pengawas bagi pemerintah dan lembaga terkait, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik.	Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan media yang dianalisis untuk melihat perbedaan dalam framing. Selain itu, melakukan analisis jangka panjang untuk melihat perubahan framing dari waktu ke waktu.	Penelitian ini berfokus pada kasus dugaan korupsi di perusahaan Pertamina dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan unit analisis melalui teks berita yang diterbitkan oleh dua media online nasional, Tempo.co dan Kompas.com. Namun, dalam penelitian ini tidak ditemukan pembahasan danantara ataupun metode penelitian berupa studi analisis framing.
2	Konstruksi Berita	Universitas Budi Luhur	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan	Penelitian selanjutnya	Penelitian ini berfokus pada

Penggerebekan Pinjaman Online Ilegal (Analisis Framing Robert M. Entman pada Media Detik.com Edisi 15 Oktober 2021)		Analisis Framing	bahwa Detik.com membiingkai penggerebekkan pinjaman online ilegal sebagai isu sosial serius, dengan Presiden Jokowi sebagai penggerak utama penangannya melalui tindakan tegas aparat.	disarankan, Saat menyajikan berita seharusnya media dan wartawan menyajikan berita sesuai dengan fakta yang ada. Selain itu pemilihan narasumber seharusnya berimbang antara keduanya.	pemberitaan mengenai arahan Presiden Jokowi kepada Kapolri untuk penggerebekan pinjaman online ilegal dengan pendekatan konstruktivisme e Berger dan metode framing. Namun, dalam penelitian ini tidak ditemukan pembahasan Danantara.		
Iklimah (2021)	3	Analisis Framing Berita Kasus Korupsi i	Universitas Tribhuwana Tunggadew	Kualitatif Analisis Framing	Studi ini menemukan bahwa framing yang dilakukan vivanews.com memiliki kecenderungan memihak kepada kepentingan pemilik media, sedangkan detik.com menunjukkan upaya media tersebut untuk obyektif dalam melakukan pemberitaan.	Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan menambahkan media online lainnya dan melibatkan analisis terhadap pembaca atau audiens guna mengetahui dampak framing berita terhadap persepsi publik. Selain itu, pembahasan	Penelitian ini berfokus pada teks berita tentang kasus suap Ketua Mahkamah Konstitusi Akil Mochtar di situs berita online Vivanews.com dan Detik.com tanggal 4 Oktober 2013 dengan pendekatan kualitatif serta metode analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Namun, dalam

tentang konteks penelitian ini politik serta tidak ekonomi media ditemukan juga dapat pembahasan memperkaya Danantara. analisis.

Sumber: Olahan Peneliti

Penelitian oleh Lasria Sinnambela (2025) berjudul " Analisis Framing Model Robert N. Entman pada Kasus korupsi Pertamina: Studi pada Kompas.com dan Tempo.co" menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan unit analisis melalui teks berita yang diterbitkan oleh dua media *online* nasional, Tempo.co dan Kompas.com. Hasilnya menunjukkan bahwa bahwa media, melalui pembingkai berita dan bertindak sebagai pengawas bagi pemerintah dan lembaga terkait, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan media yang dianalisis untuk melihat perbedaan dalam framing. Selain itu, melakukan analisis jangka panjang untuk melihat perubahan framing dari waktu ke waktu. Perbedaannya dengan penelitian "Pembingkai Pemberitaan Danantara Pada Media Daring" terletak pada objek kajian dan fokus isu yang berbeda, di mana Lasria menyoroti kasus dugaan korupsi di Pertamina, sementara penelitian ini menitikberatkan pada isu Danantara.

Penelitian oleh Afiat Nafasa Dwinanto, dan Indah Suryawati (2021) berjudul "Konstruksi Berita Penggerebekan Pinjaman Online Ilegal" menggunakan pendekatan konstruktivisme Berger dan metode framing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com membingkai penggerebekan pinjaman online ilegal sebagai isu sosial serius, dengan Presiden Jokowi sebagai penggerak utama penanganannya melalui tindakan tegas aparat. Penelitian ini menyarankan agar pembaca bersikap kritis terhadap narasi media. Berbeda dengan penelitian Danantara yang bersifat komparatif terhadap dua media daring nasional dan isu keberagaman dalam konteks digital, penelitian Afiat & Indah hanya fokus pada satu media cetak dan isu tunggal dengan pendekatan tematik yang lebih terfokus.

Penelitian oleh Latif Fianto & Akhirul Aminulloh (2014) berjudul "Analisis Framing Berita Kasus Korupsi Ketua Mahkamah Konstitusi Akil Mochtar di

Vivanews.com dan Detik.com" menggunakan pendekatan kualitatif serta metode analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasilnya menunjukkan bahwa framing yang dilakukan vivanews.com memiliki kecenderungan memihak kepada kepentingan pemilik media, sedangkan detik.com menunjukkan upaya media tersebut untuk obyektif dalam melakukan pemberitaan. Penelitian selanjutnya disarankan, Saat menyajikan berita seharusnya media dan wartawan menyajikan berita sesuai dengan fakta yang ada. Selain itu, pemilihan narasumber seharusnya mengimbangi antara keduanya. Perbedaan utama dengan penelitian Danantara terletak pada fokus isu dan lingkup media; penelitian ini membahas konflik politik dan kemanusiaan dalam media lokal, sementara Danantara lebih menekankan pemingkakan isu keberagaman dalam media nasional daring.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Jurnalisme Online

Jurnalisme online adalah bentuk jurnalisme yang berbasis digital dan menggunakan internet sebagai platform utama dalam penyebaran informasi. Berbeda dengan jurnalisme konvensional yang mengandalkan media media cetak seperti majalah atau surat kabar, serta media penyiaran seperti televisi dan radio, jurnalisme online memungkinkan penyebaran berita yang lebih cepat, interaktif, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan koneksi internet. Dalam era digital, jurnalisme online berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile, yang memungkinkan berita untuk dikonsumsi secara instan melalui berbagai platform seperti media sosial, situs berita, aplikasi berita, hingga layanan streaming (Siregar, 2024). Pada sekitar tahun 2000-an, muncul beberapa situs pribadi atau laman yang berisi suatu laporan jurnalistik yang disebut *website*, *blog*, *weblog* (Romli, 2018).

Jurnalisme online juga menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait akurasi, kredibilitas, dan penyebaran berita palsu atau hoaks. Karena sifatnya yang cepat dan mudah diakses, sering kali muncul berita yang belum terverifikasi atau bahkan sengaja dibuat untuk menyesatkan pembaca. Selain itu, persaingan antar-

media online dalam mendapatkan perhatian pembaca juga dapat menyebabkan praktik jurnalisme sensasional atau clickbait, di mana judul berita dibuat semenarik mungkin tanpa memperhatikan kualitas dan keakuratan isi berita. Oleh karena itu, dalam era digital ini, penting bagi jurnalis untuk tetap menjunjung tinggi prinsip etika jurnalistik, seperti objektivitas, keseimbangan, dan verifikasi fakta sebelum berita dipublikasikan (Puspita, 2020).

Ginting dan Dewi (2020) mengatakan beberapa prinsip dan karakter Jurnalistik Online. Pada praktiknya jurnalisme online memiliki beberapa prinsip yaitu:

1. *Brevety* (keringkasan)
Tulisan sebaiknya disusun secara ringkas; Tulisan yang lebih panjang dapat diringkas menjadi bentuk yang lebih singkat agar lebih mudah dibaca dan dipahami. Ini harus dilakukan meskipun tidak terlalu panjang.
2. *Adaptability* (adaptabilitas)
Penyampaian berita melalui platform daring menuntut penyesuaian terhadap perkembangan teknologi dalam komunikasi. Dalam konteks ini, jurnalis yang bekerja secara daring tidak hanya dituntut untuk memiliki kemampuan menulis berita, tetapi juga harus memperhatikan berbagai metode penyajian yang beragam. Misalnya, dengan menyertakan elemen visual, audio, dan video. Pendekatan ini harus disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik audiens yang menjadi target.
3. *Scannability* (dipindai)
Naskah yang terdapat dalam berita media daring dapat diindeks, sehingga mempermudah pengguna dalam mencari informasi tertentu melalui mesin pencari.
4. *Interactivity* (interaktivitas)
Media daring memungkinkan pembaca untuk memberikan tanggapan, komentar, menyukai, dan membagikan informasi melalui halaman yang mereka akses. Selain itu, pembaca juga dapat berinteraksi dengan pembaca lain, jurnalis, serta produser berita.
5. *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan)

Pengguna media tidak hanya membaca berita secara satu arah, termasuk surat kabar serta televisi. Media daring juga memungkinkan penggunaanya mengomentari konten berita. Adanya umpan balik ini mengharuskan jurnalis untuk menanggapi komentar yang diberikan untuk memulai dialog di dalamnya. Dari sudut pandang praktis, berita daring memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. *Audience control*

Hal ini memungkinkan pembaca untuk berpartisipasi langsung dalam memilih berita dan mencari berita yang mereka butuhkan dan inginkan.

b. *Non- Linearity*

Pemberitahuan disampaikan secara mandiri, sehingga pembaca tidak perlu menelusuri sejumlah berita untuk memahami informasi yang disampaikan.

c. *Storage and Retrieval*

Memberikan kemudahan untuk menyimpan dan mengakses berita lama atau meninjau kembali berita.

d. *Unlimited Space*

Dengan adanya internet, jurnalisme online dapat memberikan informasi dan berita yang lengkap kepada para pembacanya.

e. *Immediacy*

Pembaca dapat langsung mengakses informasi dalam berita daring tanpa perantara apa pun. Setiap kali berita diterbitkan, pembaca di seluruh dunia dengan akses internet dapat membaca dan melihatnya.

f. *Multimedia Capability*

Media online memungkinkan penyampaian informasi melalui berbagai format, seperti teks, audio, gambar, dan video. Penyajian ini disesuaikan dengan audiens yang dituju serta tujuan dari berita tersebut.

g. *Interactivity*

Media online memberikan kesempatan kepada pembaca untuk berinteraksi dengan sesama pembaca atau jurnalis melalui kolom komentar yang tersedia.

Menurut Herul (2024) jurnalisme online adalah bentuk jurnalisme modern yang berbasis digital dan memanfaatkan internet sebagai sarana utama dalam

menyebarkan informasi secara cepat, interaktif, dan multimedia. Dibandingkan dengan media konvensional, jurnalisme online menawarkan keunggulan dalam kecepatan distribusi, fleksibilitas format, serta keterlibatan audiens melalui berbagai platform digital. Namun, kemajuan ini juga dibarengi dengan tantangan serius seperti potensi penyebaran hoaks, rendahnya verifikasi, dan praktik clickbait yang dapat merusak kredibilitas media. Oleh karena itu, meskipun jurnalisme online telah membuka ruang baru dalam penyampaian informasi, integritas dan etika jurnalistik tetap menjadi pilar utama yang harus dijaga agar media digital dapat berperan positif dalam membentuk opini publik dan memperkuat demokrasi.

Media baru merujuk pada metode komunikasi dan distribusi informasi yang didasarkan pada teknologi digital, khususnya internet. Jenis media ini meliputi berbagai platform, termasuk situs web, media sosial (seperti Instagram, Twitter, dan TikTok), aplikasi seluler, podcast, blog, serta layanan streaming untuk video dan audio. Media baru memiliki karakteristik interaktif yang membedakannya dari media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar yang cenderung bersifat satu arah. Dengan media baru, terdapat peluang untuk terjadinya komunikasi dua arah antara pengirim serta penerima pesan. Selain itu, media baru juga mendorong partisipasi aktif pengguna karena siapa pun bisa menjadi produsen konten, bukan hanya konsumen. Karakteristik lainnya meliputi akses real-time, global, serta user-generated content, di mana isi media banyak berasal dari pengguna itu sendiri. Media baru telah mengubah cara orang mencari informasi, berkomunikasi, hingga bertransaksi secara digital.

Jurnalisme online memainkan peran strategis dalam mengubah persepsi publik melalui framing atau pembingkai berita dalam konteks pemberitaan kebijakan publik seperti program Danantara. Framing mengacu pada cara media memilih, menekankan, dan menyusun informasi tertentu untuk membentuk makna tertentu bagi audiens. Media daring seperti Tempo.co dan Bisnis.com tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga secara aktif membingkai isu berdasarkan sudut pandang editorial, nilai berita, serta kepentingan target audiensnya. Tempo.co, sebagai media dengan orientasi watchdog, cenderung menggunakan bingkai kritis dan investigatif, sementara Bisnis.com, yang berfokus pada isu ekonomi dan bisnis,

lebih memilih bingkai yang menekankan aspek peluang dan dampak kebijakan terhadap sektor usaha.

Dengan dinamika tersebut, analisis framing dalam jurnalisme online menjadi penting untuk memahami bagaimana suatu kebijakan dipersepsikan publik, serta bagaimana media membentuk opini melalui pilihan narasi, kutipan, judul, dan struktur berita. Kajian ini bertujuan mengurai cara dua media daring utama membingkai pemberitaan Danantara selama periode Februari hingga April 2025, sekaligus menilai sejauh mana peran media dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas kebijakan publik di era digital.

2.2.2 Fungsi Media sebagai Watchdog

Jurnalisme watchdog, yang kerap disebut sebagai jurnalisme pengawas, mengacu pada praktik jurnalistik yang menjadikan media dan jurnalis sebagai pemantau kekuasaan, bukan sebagai perpanjangan tangan atau bagian dari otoritas tersebut. Dalam konteks ini, media berperan sebagai pihak independen yang mengawasi jalannya kekuasaan agar tetap berada dalam koridor transparansi dan akuntabilitas. Fungsi utama dari jurnalisme watchdog adalah menjalankan peran kritis dengan menyoroti dan mengulas secara tajam bagaimana para penguasa merancang dan melaksanakan kebijakan. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa proses pengambilan keputusan berlangsung terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan di hadapan publik. Dengan menjalankan peran tersebut, media membantu masyarakat untuk memahami secara menyeluruh konsekuensi dari kebijakan-kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah, sehingga publik memiliki landasan informasi yang kuat dalam merespons atau mengevaluasi kebijakan tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, karakteristik jurnalisme watchdog tampak dominan pada pemberitaan Tempo.co. Media ini sering menyajikan berita Danantara dengan sudut pandang yang kritis terhadap proses pelaksanaan program, termasuk dugaan konsentrasi kekuasaan dan minimnya keterlibatan publik dalam pengambilan keputusan. Pemberitaan seperti ini merupakan manifestasi dari

jurnalisme watchdog, karena menunjukkan bahwa media tidak hanya melaporkan, tetapi juga mengungkap dan mempertanyakan.

Sementara itu, Bisnis.com cenderung mengambil posisi informatif dan teknokratis, dengan fokus pada efisiensi dan potensi pertumbuhan ekonomi. Hal ini menempatkan Bisnis.com lebih dekat pada jurnalisme pembangunan atau jurnalisme ekonomi, yang menyampaikan informasi dengan fokus pada stabilitas dan keberhasilan kebijakan tanpa banyak mengeksplor sisi kritis.

Dengan demikian, melalui perbandingan antara Tempo.co dan Bisnis.com, penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana strategi framing bekerja, tetapi juga memperlihatkan sejauh mana jurnalisme watchdog hadir dalam konstruksi berita mengenai program Danantara. Perbedaan posisi redaksional ini menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan mengarahkan perhatian masyarakat terhadap aspek-aspek tertentu dari kebijakan negara

2.2.3 Berita

Berita merupakan informasi tentang peristiwa atau kejadian yang baru saja terjadi atau sedang berlangsung, yang dianggap signifikan dan menarik bagi masyarakat. Penyampaian berita dilakukan melalui berbagai saluran media, baik yang bersifat cetak, elektronik, maupun digital, seperti koran, radio, televisi, serta situs berita online (Suwarno, 2019). Berita memainkan peran krusial dalam menyebarkan informasi yang akurat, objektif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam proses jurnalistik, berita harus mengikuti prinsip dasar 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, dan How), yang bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas, lengkap, serta akurat kepada pembaca atau audiens (Bangun, 2019).

Nilai berita adalah kriteria atau ukuran yang digunakan oleh jurnalis dan redaksi media untuk menentukan apakah suatu peristiwa layak diberitakan atau tidak (Apriana, 2023). Tidak semua kejadian bisa menjadi berita, sehingga nilai berita berperan penting dalam proses seleksi informasi yang akan disampaikan kepada publik. Berikut adalah beberapa nilai berita yang umum digunakan:

1. Kedekatan (*Proximity*): Peristiwa yang terjadi di lokasi dekat dengan audiens cenderung lebih menarik perhatian karena terasa relevan dan berdampak langsung.
2. Dampak (*Impact*): Semakin besar pengaruh suatu peristiwa terhadap masyarakat, semakin tinggi nilai beritanya. Contohnya, kebijakan pemerintah yang berdampak pada harga sembako.
3. Aktualitas (*Timeliness*): Berita yang disampaikan dengan segera atau berkaitan dengan kejadian yang baru saja terjadi memiliki nilai lebih karena dianggap segar dan terkini.
4. Keunikan (*Unusualness*): Kejadian yang langka, aneh, atau tidak biasa sering kali dianggap layak diberitakan karena mampu menarik rasa penasaran publik.
5. Konflik (*Conflict*): Perselisihan, kontroversi, atau pertentangan, seperti perdebatan politik atau konflik sosial, cenderung memiliki daya tarik berita yang tinggi.
6. Tokoh (*Prominence*): Jika peristiwa melibatkan tokoh terkenal atau orang penting, seperti selebriti, pejabat publik, atau tokoh masyarakat, maka nilai beritanya meningkat.
7. Emosi (*Human Interest*): Berita yang menyentuh sisi emosional pembaca, seperti kisah inspiratif, tragedi, atau perjuangan hidup, juga memiliki daya tarik tersendiri.

Menurut Sumardi (2022) berita kini tidak hanya dikonsumsi melalui media cetak atau televisi, tetapi juga secara digital melalui portal berita online dan media sosial. Perubahan ini membawa dampak besar pada cara berita diproduksi dan dikonsumsi. Kecepatan dalam menyebarkan informasi menjadi semakin tinggi, tetapi di sisi lain juga menimbulkan tantangan, seperti penyebaran berita palsu (hoaks) yang dapat menyesatkan masyarakat. Oleh karena itu, peran jurnalisme yang profesional serta etis sangat diperlukan guna menjaga kualitas dan kredibilitas berita yang disampaikan. Sebagai konsumen berita, masyarakat juga harus lebih kritis dalam memilah informasi, memastikan kebenarannya, dan tidak mudah terpengaruh oleh berita yang belum terverifikasi. Berita yang berkualitas tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk opini publik,

mendukung demokrasi, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berbagai isu sosial, politik, dan ekonomi.

Dalam konteks ini, pembingkai pemberitaan (*framing*) di media daring seperti Tempo.co dan Bisnis.com menjadi sangat krusial, karena framing tidak hanya mencerminkan sudut pandang media dalam menyampaikan isu, tetapi juga memengaruhi cara publik memahami dan merespons berita tersebut. Ketika jurnalisme profesional dan etis diterapkan, framing dapat membantu menyusun informasi yang akurat, berimbang, dan membangun kesadaran publik. Sebaliknya, framing yang bias atau sensasional dapat memperkuat disinformasi dan mengaburkan fakta. Oleh karena itu, analisis terhadap bagaimana Tempo.co dan Bisnis.com membingkai berita mengenai program Danantara dapat mengungkap bagaimana kedua media menyusun narasi, memilih fokus, serta mengarahkan opini publik dalam menyikapi kebijakan tersebut.

2.2.4 Berita Ekonomi

Berita ekonomi merupakan informasi yang berkaitan dengan situasi perekonomian suatu negara. Fokus utama dari berita ini mencakup indikator ekonomi, kondisi sektor industri atau perusahaan besar, serta pernyataan para ahli dan pengambil kebijakan di bidang ekonomi. Isi dari berita ekonomi seringkali mengandung data penting mengenai kemajuan atau perbaikan kondisi ekonomi suatu negara (Windani, 2021).

Tingginya kebutuhan masyarakat untuk memilah informasi yang relevan menjadi sangat penting agar mereka dapat memahami situasi dan memperoleh informasi yang memadai, terutama di tengah berbagai tantangan global. Umumnya, inti dari berita ekonomi berkaitan dengan perkembangan nilai atau harga. Aktivitas jual beli menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari karena dilakukan secara terus-menerus, dan uang memiliki peran sentral sebagai alat tukar dalam transaksi tersebut (Windani, 2021).

Eksplikasi konsep berita ekonomi dalam penelitian ini merujuk pada informasi yang disampaikan media terkait kondisi, kebijakan, dan dinamika perekonomian suatu negara. Isu-isu seperti pertumbuhan ekonomi, investasi,

efisiensi BUMN, dan pengelolaan aset negara merupakan tema sentral dalam pemberitaan ekonomi. Dalam pemberitaan tentang Danantara, aspek ekonomi menjadi latar utama yang membingkai narasi media, khususnya media yang memiliki fokus pada sektor industri dan keuangan seperti Bisnis.com.

Tempo.co dan Bisnis.com, sebagai media daring nasional, memiliki cara masing-masing dalam menyampaikan berita ekonomi. Tempo.co cenderung membingkai isu ekonomi dalam kaitan sosial dan politik, seperti transparansi, pengawasan publik, dan dampak terhadap masyarakat. Sebaliknya, Bisnis.com menampilkan pendekatan teknokratis dan positif dengan menonjolkan aspek pertumbuhan, efisiensi, dan investasi.

Dengan demikian, berita ekonomi dalam konteks penelitian ini tidak hanya dilihat sebagai penyampaian informasi mengenai pasar dan kebijakan fiskal, tetapi juga sebagai ruang konstruksi realitas sosial yang dibentuk oleh media sesuai dengan orientasi redaksional dan segmentasi audiensnya. Hal ini menjadi penting dalam menganalisis bagaimana media memengaruhi persepsi publik terhadap kebijakan ekonomi seperti Danantara melalui strategi pembingkai yang berbeda.

2.2.5 Kepemilikan Media

Kepemilikan media, atau *media ownership*, memiliki peran yang cukup penting dalam melihat bagaimana media beroperasi, menyampaikan ideologi, membentuk isi pemberitaan, serta memberi pengaruh kepada audiens. Ideologi media sendiri merupakan kumpulan gagasan dan nilai dasar yang disampaikan melalui pesan-pesan yang dibentuk oleh media massa, lalu disalurkan kepada publik dalam berbagai format seperti berita, iklan, film, sinetron, maupun program reality show. Konsep yang diusung media yang di antara lain sistem keyakinan (belief system), pandangan dunia (worldviews), prinsip gagasan (basic way of thinking), serta nilai (values) sangat berhubungan dengan konsep ideologi media. (Pawito, 2015).

Dalam penelitian ini, Tempo.co sebagai bagian dari kelompok media yang dikenal independen dan sering bersikap kritis terhadap pemerintah, menunjukkan karakter watchdog dalam membingkai isu Danantara. Sebaliknya, Bisnis.com,

sebagai bagian dari jaringan media ekonomi dan bisnis, lebih menekankan pada stabilitas, efisiensi, dan pertumbuhan, yang sejalan dengan kepentingan pasar dan aktor-aktor ekonomi.

2.2.6 Program Danantara

Danantara atau Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara merupakan lembaga yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia dengan tujuan untuk melakukan konsolidasi pengelolaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) serta mengoptimalkan pengelolaan dividen dan investasi. Pembentukan Danantara berangkat dari kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing BUMN melalui strategi konsolidasi yang memungkinkan perusahaan-perusahaan negara beroperasi dengan lebih terintegrasi, efektif, dan berkelanjutan. Dengan adanya konsolidasi ini, berbagai BUMN yang memiliki kesamaan sektor atau kepentingan bisnis dapat dikelola secara lebih strategis, sehingga menciptakan sinergi yang berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Prabowo, 2025).

Danantara berperan penting dalam menciptakan comparative advantage, competitive advantage, dan compact advantage bagi BUMN yang berada di bawah pengelolaannya. Comparative advantage mengacu pada efisiensi yang lebih tinggi dalam produksi barang dan jasa, di mana melalui skala ekonomi yang lebih besar, BUMN dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Sementara itu, competitive advantage dicapai melalui peningkatan inovasi, diferensiasi produk, serta kemampuan untuk bersaing dalam pasar domestik maupun internasional. Sedangkan compact advantage berkaitan dengan sinergi antar-BUMN yang memungkinkan adanya koordinasi yang lebih baik dalam rantai pasokan, pengembangan teknologi, dan pemanfaatan sumber daya yang lebih optimal (Wahyuni, 2025).

Keberhasilan Danantara dalam menjalankan konsolidasi BUMN sangat bergantung pada beberapa faktor utama. Pertama, adanya kemudahan akses terhadap pendanaan investasi, baik dari lembaga keuangan maupun investor di pasar modal. Konsolidasi BUMN yang dikelola dengan baik akan lebih menarik bagi investor karena memiliki prospek pertumbuhan yang lebih stabil dan

menjanjikan. Kedua, adopsi teknologi yang lebih efisien, yang memungkinkan BUMN untuk meningkatkan produktivitas dan menekan biaya operasional. Ketiga, penguasaan sumber daya manusia, teknologi, dan manajemen yang kompeten, sehingga memungkinkan pengembangan riset dan inovasi yang lebih kuat dalam menghadapi dinamika pasar global. Selain itu, penerapan strategi bisnis yang terintegrasi dari hulu ke hilir memungkinkan BUMN untuk mengontrol seluruh rantai pasokan, mulai dari produksi bahan baku, manufaktur, hingga distribusi ke konsumen, yang pada akhirnya memperkuat daya saing mereka di pasar (Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2025).

Dalam konteks penelitian ini, Danantara tidak hanya dipahami sebagai kebijakan atau program pembangunan, tetapi juga sebagai representasi wacana publik yang dikonstruksikan melalui media. Bagaimana program ini diberitakan oleh media daring terutama Tempo.co dan Bisnis.com menjadi penting untuk dianalisis karena pemberitaan media turut membentuk pemahaman, legitimasi, dan persepsi publik terhadap program tersebut. Tempo.co, sebagai media yang dikenal dengan tradisi jurnalisme investigatif dan fungsi watchdog, cenderung menyoroti aspek transparansi, akuntabilitas, dan dampak sosial program Danantara. Sementara itu, Bisnis.com, sebagai media ekonomi yang mengedepankan sudut pandang bisnis dan pembangunan, lebih fokus pada aspek efisiensi, potensi investasi, dan kontribusi program terhadap pertumbuhan ekonomi digital.

Eksplikasi program Danantara dalam penelitian ini tidak hanya menjelaskan isi dan tujuan kebijakan secara normatif, tetapi juga menganalisis bagaimana makna dan kepentingan tertentu dibingkai oleh media melalui pemilihan sumber, bahasa, dan narasi. Dengan menggunakan analisis framing Pan & Kosicki, penelitian ini berupaya mengurai struktur wacana yang membentuk cara publik memahami Danantara apakah sebagai program strategis pembangunan, instrumen pencitraan, atau kebijakan yang sarat tantangan implementatif.

Dengan demikian, eksplikasi Danantara menjadi landasan konseptual dalam melihat keterkaitan antara kebijakan publik dan konstruksi media, serta memahami bagaimana wacana pembangunan dibentuk, dipertahankan, atau bahkan dipertanyakan di ruang media daring.

2.2.7 Konstruksi Realitas

Konstruksi realitas yaitu konsep dalam ilmu sosial yang merujuk pada bagaimana individu serta kelompok membentuk pemahaman mereka tentang dunia melalui interaksi sosial, bahasa, serta media. Dalam pandangan ini, realitas bukanlah sesuatu yang sepenuhnya objektif dan tetap, melainkan dibentuk melalui proses sosial yang terus berkembang. Dengan kata lain, cara kita memahami dunia tidak hanya bergantung pada fakta-fakta yang ada, tetapi juga pada bagaimana fakta-fakta tersebut dikomunikasikan, diinterpretasikan, dan disepakati dalam suatu masyarakat (Hadiwijaya, 2023).

Konsep konstruksi realitas pertama kali dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka yang berjudul *The Social Construction of Reality* (1966). Mereka menjelaskan bahwa realitas sosial dibangun melalui tiga proses utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, serta internalisasi. Eksternalisasi adalah proses di mana individu menciptakan makna dan gagasan yang kemudian disebarkan ke dalam masyarakat. Objektivasi terjadi ketika gagasan-gagasan tersebut diterima secara luas dan dianggap sebagai sesuatu yang nyata dan objektif. Terakhir, internalisasi adalah ketika individu mengadopsi dan mempercayai realitas yang telah dikonstruksi oleh masyarakat sebagai bagian dari pemahaman mereka sendiri (Suci, 2022).

Konstruksi realitas terjadi dalam berbagai aspek, termasuk dalam politik, ekonomi, budaya, dan media. Sebagai contoh, dalam dunia politik, citra seorang pemimpin atau partai politik dapat dibentuk melalui media dan komunikasi strategis. Seseorang bisa dipandang sebagai pemimpin yang kompeten dan visioner bukan semata-mata karena kebijakannya, tetapi juga karena bagaimana media dan tim komunikasi mereka membentuk narasi tertentu mengenai dirinya. Begitu pula dalam ekonomi, konsep-konsep seperti nilai uang atau harga suatu barang juga merupakan hasil konstruksi sosial. Selebar kertas yang disebut uang hanya memiliki nilai karena ada kesepakatan sosial yang menganggapnya sebagai alat tukar yang sah.

Konstruksi realitas menjadi semakin signifikan karena media memiliki peran besar dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap suatu peristiwa. Media tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga membingkai informasi sedemikian rupa sehingga membentuk pemahaman tertentu dalam benak audiens. Misalnya, suatu demonstrasi dapat dikonstruksi sebagai "aksi perjuangan rakyat" atau sebaliknya sebagai "kerusuhan yang mengganggu ketertiban umum," tergantung pada bagaimana media memilih untuk menyajikannya. Dengan demikian, media bukan sekadar saluran informasi, tetapi juga aktor yang berperan dalam membentuk persepsi dan opini publik.

Konstruksi realitas juga terjadi dalam budaya dan identitas sosial. Nilai-nilai, norma, dan stereotip yang ada dalam suatu masyarakat bukanlah sesuatu yang muncul begitu saja, melainkan hasil dari konstruksi sosial yang berkembang dalam jangka waktu panjang. Misalnya, konsep kecantikan dalam suatu masyarakat dapat berubah seiring waktu karena dipengaruhi oleh media, industri mode, dan tren global. Apa yang dianggap sebagai standar kecantikan pada suatu era mungkin berbeda dengan era lainnya, menunjukkan bahwa realitas dalam hal ini adalah sesuatu yang dikonstruksi, bukan sesuatu yang mutlak (Mutiaz, 2019).

Pemahaman tentang konstruksi realitas menjadi sangat penting di era digital saat ini, di mana informasi tersebar dengan cepat melalui berbagai platform online. Dengan banyaknya sumber informasi yang tersedia, masyarakat perlu lebih kritis dalam menyaring dan memahami bagaimana suatu realitas dikonstruksi oleh berbagai aktor, termasuk media, pemerintah, perusahaan, dan kelompok-kelompok kepentingan lainnya. Kesadaran akan proses konstruksi realitas dapat membantu individu untuk tidak mudah terpengaruh oleh propaganda, hoaks, atau manipulasi informasi, serta memungkinkan mereka untuk melihat suatu isu dari berbagai perspektif yang lebih luas dan objektif.

Konsep konstruksi realitas sangat terkait dengan pemingkai pemberitaan mengenai Danantara pada media daring seperti Tempo.co dan Bisnis.com. Dalam konteks ini, media tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga membentuk realitas melalui proses interpretasi dan penyajian informasi. Media daring memiliki kekuatan untuk menentukan bagaimana kebijakan Danantara dipahami oleh publik, dengan memilih sudut pandang tertentu, mengutip sumber-sumber tertentu, dan

menggunakan bahasa yang membentuk persepsi masyarakat. Konstruksi realitas ini mencerminkan bahwa apa yang kita anggap sebagai "fakta" dalam pemberitaan tidak sepenuhnya objektif, melainkan merupakan hasil dari negosiasi sosial dan interpretasi yang dilakukan oleh media.

2.2.8 Framing

Framing adalah konsep dalam komunikasi dan media yang merujuk pada bagaimana suatu informasi disajikan atau dibingkai sehingga memengaruhi cara audiens memahami dan menginterpretasikan sebuah peristiwa, isu, atau berita. Dalam dunia jurnalistik dan komunikasi massa, framing digunakan oleh media untuk menyoroti aspek tertentu dari suatu kejadian dan mengabaikan atau mengecilkan aspek lainnya, sehingga membentuk persepsi publik terhadap topik tersebut. Cara suatu berita disusun, kata-kata yang digunakan, serta sudut pandang yang diambil dapat memberikan pemahaman yang berbeda kepada audiens, meskipun faktanya tetap sama. Dengan demikian, framing berperan dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi cara masyarakat merespons suatu isu (Harnia, 2021).

Teori framing pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman dalam bukunya *Frame Analysis* (1974), di mana ia menjelaskan bahwa manusia memahami dunia melalui bingkai-bingkai kognitif yang membantu mereka menafsirkan pengalaman dan informasi yang diterima. Dalam konteks media, teori ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para akademisi seperti Robert M. Entman, yang mendefinisikan framing sebagai proses memilih aspek tertentu dari realitas dan menonjolkannya dalam komunikasi untuk menumbuhkan pemahaman tertentu di benak audiens. Menurut Entman, framing melibatkan empat elemen utama, yaitu mendefinisikan masalah, menafsirkan penyebabnya, memberikan evaluasi moral, serta menawarkan solusi atau rekomendasi untuk mengatasi masalah tersebut.

Eksplikasi tentang framing program Danantara dalam pemberitaan oleh media seperti Tempo.co dan Bisnis.com bertujuan untuk menunjukkan bagaimana media membentuk makna dan persepsi publik terhadap program pemerintah ini.

Proses framing mencakup pemilihan aspek yang diberitakan, sumber yang dikutip, bahasa yang digunakan, dan tema yang dibangun, yang semua itu berkontribusi dalam membentuk wacana publik tentang keberhasilan, tantangan, dan dampak dari Danantara.

Analisis framing ini sangat penting untuk memahami bagaimana media dapat memengaruhi opini publik tentang suatu kebijakan publik dan mengapa wacana yang dibangun oleh media dapat berdampak pada penerimaan atau penolakan publik terhadap program pemerintah.

2.2.9 Analisis *Framing* Perspektif Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Pan dan Kosicki memandang media sebagai elemen dalam diskusi publik yang lebih komprehensif. Mereka menyoroti bagaimana media membentuk bingkai dan penyajian tertentu untuk masyarakat, serta peran politik dalam membingkai dan menafsirkan peristiwa sebelum disampaikan kepada publik. Selain itu, mereka juga menyoroti pentingnya partisipasi masyarakat dalam proses penafsiran isu. Pan dan Kosicki mengakui bahwa framing merupakan elemen penting dalam cara masyarakat memahami isu atau kebijakan politik tertentu (Anggelina, 2022).

Pan dan Kosicki berpendapat bahwa sebagai salah satu metode analisis isi, analisis framing mempunyai beberapa aspek yang membedakannya dengan beberapa metode analisis teks pemberitaan lainnya, yaitu (Anggelina, 2022):

1. Analisis framing melihat teks berita sebagai kumpulan simbol yang harus dipahami. Oleh karena itu, teks berita tidak dapat dibaca dan diidentifikasi secara objektif; sebaliknya, itu merupakan produk dari proses interpretasi sosial dan restrukturisasi.
2. Analisis framing mengkaji bahwa teks berita memiliki struktur dan formasi tertentu, yang mencakup proses produksi dan konsumsi teks tersebut.
3. Validitas analisis framing tidak ditentukan oleh pembacaan objektif peneliti terhadap teks berita. Di sisi lain, penekanan lebih besar diberikan pada cara teks wacana berita menyimpan elemen-elemen yang dapat ditafsirkan oleh peneliti dengan berbagai cara. Dengan kata lain, tidak ada standar yang sah mengenai bagaimana individu menafsirkan informasi dalam teks wacana.

Pan dan Kosicki percaya bahwa setiap wacana berita memiliki kerangka kerja sebagai inti pengorganisasian ide. Kerangka kerja ini adalah konsep yang saling terhubung melalui berbagai elemen, termasuk informasi latar belakang, pemilihan kata atau kalimat tertentu, serta kutipan dari sumber, yang bersama-sama membentuk teks secara keseluruhan. *Frame* di sini terkait dengan makna, dan bagaimana individu menafsirkan suatu peristiwa dapat diamati dari serangkaian simbol yang muncul dalam wacana berita (Munif, 2023).

Dalam proses analisisnya, Pan dan Kosicki (dalam Anggelina, 2022) membagi perangkat framing suatu wacana berita menjadi 4 kategori yang mewakili 4 dimensi struktural yakni:

1. Struktur Sintaksis

Struktur sintaksis sangat terkait dengan pengaturan kata atau frasa dalam kalimat. *Headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, dan penutup adalah beberapa komponen yang sering digunakan dalam jurnalistik untuk menunjukkan struktur sintaksis. Model piramida terbalik biasanya digunakan untuk menunjukkan struktur ini. Model ini menganggap bagian atas berita lebih penting atau spesifik daripada bagian di bawahnya. *Headline* adalah komponen sintaksis berita yang sangat menonjol dan menunjukkan kecenderungan berita. *Headline* bertujuan untuk menunjukkan bagaimana wartawan mengkonstruksi masalah dengan menekankan aspek tertentu dengan menggunakan tanda tanya untuk menunjukkan perubahan dan kutipan untuk menunjukkan perbedaan.

Lead berada setelah judul yang terdiri dari suatu alinea pendek serta intisari berita. Dalam proses penulisan berita, jurnalis cenderung menyajikan konteks dari peristiwa yang dilaporkan, serta pemilihan latar tersebut dapat memengaruhi cara pembaca memahami isi berita (Taufiqurrahman, 2024). Latar adalah bagian berita yang dapat mempengaruhi makna yang ingin disampaikan oleh wartawan. Latar biasanya ditampilkan di awal berita untuk mempengaruhi pendapat wartawan dan memberikan kesan bahwa pendapat mereka beralasan. Oleh karena itu, latar dapat membantu mengevaluasi cara seseorang memahami suatu peristiwa.

Pengutipan dari sumber berita juga merupakan komponen penting dari penulisan berita, yang bertujuan untuk mewujudkan prinsip keseimbangan dan tidak memihak. Salah satu komponen tulisan berita adalah kutipan dari sumber berita. Kutipan bukan hanya kalimat atau deretan kata yang tidak membosankan yang ditutup dengan tanda kutipan. Menurut Pan dan Kosicki (dalam Anggelina, 2022) Ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk menjadikannya sebagai alat framing, yaitu: 1) Mengonfirmasi validitas suatu pernyataan dengan merujuk pada pendapat para pakar atau bukti empiris; 2) Menghubungkan sudut pandang tertentu yang dimiliki oleh jurnalis dengan mengutip pendapat dari otoritas yang berwenang; serta 3) Mengabaikan pandangan tertentu dengan mengaitkannya pada penyimpangan sosial.

2. Struktur Skrip

Metode yang digunakan oleh seorang jurnalis dalam menganalisis suatu peristiwa sangat terkait dengan skrip yang ada. Apa yang ingin diungkapkan melalui struktur ini merupakan strategi naratif yang diterapkan oleh jurnalis dalam menyampaikan peristiwa tersebut dalam konteks berita yang mereka sajikan. (Eliya, 2019). Pola 5W + 1H, yang mencakup siapa (who), apa (what), kapan (when), di mana (where), mengapa (why), dan bagaimana (how), merupakan kerangka umum dalam struktur laporan. Meskipun tidak semua elemen ini harus ada dalam setiap laporan, jurnalis diharapkan untuk menyertakan informasi-informasi tersebut. Dalam konteks ini, jurnalis memiliki kebebasan untuk memilih elemen 5W+1H yang akan dihilangkan atau ditekankan, tergantung pada aspek yang dianggap paling signifikan dalam narasi suatu peristiwa. Penghilangan informasi tertentu dapat mengakibatkan ketidakseimbangan dalam wacana akibat ketidaklengkapan, sedangkan penekanan pada aspek-aspek tertentu dapat memberikan interpretasi yang berbeda terhadap wacana tersebut. (Eliya, 2019).

3. Struktur Tematik

Menurut Pan dan Kosicki (dalam Anggelina, 2022), Berita memiliki kesamaan dengan pengujian hipotesis, di mana peliputan suatu peristiwa,

pengutipan sumber, dan penyampaian pernyataan berfungsi sebagai alat pendukung logis bagi hipotesis yang diajukan.

Struktur ini merujuk pada penulisan yang berhubungan dengan kenyataan, seperti penggunaan, penempatan, dan penulisan teks dari berbagai sumber dalam keseluruhan pesan. Struktur ini menggambarkan topik tertentu yang telah diangkat oleh jurnalis dalam laporan mengenai berbagai pernyataan, klaim, dan hubungan antara bentuk atau kalimat tertentu (Eliya, 2019).

4. Struktur Retoris

Struktur retorik dalam sebuah berita mencerminkan pilihan kata yang dibuat oleh jurnalis untuk mencapai efek tertentu. Jurnalis menggunakan alat retorik untuk menciptakan kesan, menekankan aspek tertentu, serta memperkuat citra yang diinginkan dari suatu wacana. Selain itu, struktur ini sering kali mengindikasikan bahwa informasi yang disampaikan dianggap sebagai kebenaran (Eriyanto, 2002:304). Struktur ini secara mendasar berkaitan dengan cara jurnalis menyoroti makna tertentu. Ini mencakup pemilihan kata, grafik, idiom, dan gambar yang digunakan untuk memberikan penekanan tersebut. (Annisa, 2023).

Konsep framing yang dikemukakan oleh Pan dan Kosicki sangat relevan dalam analisis pembingkai pemberitaan mengenai Danantara pada media daring seperti Tempo.co dan Bisnis.com. Menurut Pan dan Kosicki, framing bukan hanya tentang menyajikan fakta, tetapi juga bagaimana media mengemas suatu kejadian dengan cara tertentu untuk membentuk pemahaman publik. Dalam konteks pemberitaan Danantara, media daring memiliki peran yang cukup penting dalam memilih kata-kata, kutipan, serta informasi yang digunakan untuk menyampaikan kebijakan tersebut kepada masyarakat.

Misalnya, apakah pemberitaan tersebut lebih menekankan pada sisi positif seperti efisiensi serta sinergi antar-BUMN, atau lebih menyoroti tantangan serta potensi masalah. Proses ini mencerminkan konstruksi politik yang ada di balik pemberitaan, media berperan dalam membentuk narasi sesuai dengan ideologi atau perspektif tertentu. Selain itu, partisipasi masyarakat dalam menanggapi laporan terhadap pemberitaan ini menunjukkan bahwa framing yang diterapkan media juga

memiliki peran dalam mempengaruhi bagaimana masyarakat memaknai dan menafsirkan kebijakan Danantara.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Dapat diketahui dari kerangka berpikir penelitian diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana pembingkai pada portal media daring yang terkait dengan pemberitaan Danantara Periode Februari-Maret 2025. Peneliti dalam hal ini menggunakan konsep Jurnalisme Online, Fungsi Media sebagai Watchdog, Berita, Berita Ekonomi, Kepemilikan Media, Program Danantara, Konstruksi Realitas, serta framing dengan menerapkan analisis framing Zhongdang Pan & Gerald M

Kosicki hal ini digunakan sebagai analisis pemberitaan Danantara dengan portal media Tempo.co dan Bisnis.com.



