

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 tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19 Niken Lestari, Arik Sofian 2021	Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo	Metode analisis Kualitatif Framing	Dengan empat unsur tersebut, framing berita yang dilakukan oleh media akan diketahui. Media online koran.tempo.co membingkai keraguan pemerintah dalam mengatasi Covid-19. Karena tidak ada persiapan, semua yang dilakukan pemerintah sepertinya tidak berhasil.		Terdapat perbedaan antara alat analisis yang digunakan milik Robert M. Entman
2	Pembingkai-an Berita Kasus Hukum Pelanggaran Karantina Kesehatan (Analisis Framing Rachel Venny di Kanal Berita Online Tempo.co dan Beautynesia.id Periode Oktober - Desember 2021) Radityo Hibatul Aziz	Universitas Pembangunan Jaya	Pada Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan analisis Framing	Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah adanya perbedaan dalam penulisan judul pada berita, lalu perbedaan juga terlihat dari kutipan sumber yang di ambil dari kedua media tersebut, lalu terdapat perbedaan dalam penampilan foto dari masing-masing media.	penelitian berikutnya agar lebih dalam mengenai teks pesan yang dituliskan wartawan dalam mengkonstruksi berita dapat menggunakan metode analisis wacana yang menggunakan paradigma kritis untuk cara pandang mengenai bagaimana pesan-pesan yang dituliskan mengandung sentimen tertentu yang bisa mengungkap	Pada penelitan pertama ini terdapat perbedaan kasus dan juga media yang diangkat.

					maksud dan tujuan pesan yang disampaikan kepada pembaca.
3	“Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online” Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi & Nalal Muna	Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi	metode analisis framing Robert N. Entman dengan pendekatan kualitatif	Perkembangan zaman telah mengubah peran media menjadi lebih dari sekadar penyampai informasi. Saat ini, media juga diharapkan menjalankan peran sebagai "watchdog" atau penjaga bagi elit atas dalam merumuskan kebijakan untuk kepentingan masyarakat.	Adanya perbedaan dari penggunaan metode penelitian.

Pada penelitian terdahulu dapat dilihat dari ketiga penelitian yang sudah ada. Ketiga penelitian tersebut menggunakan metode penelitian framing. Satu diantaranya menggunakan metode analisis milik Pan & Kosicki dan dua diantaranya menggunakan metode Robert Entman. Pada penelitian pertama dengan judul “Analisis framing pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19” Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode analisis framing milik Robert N. Entman, Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian terhadap sebuah kebijakan pemerintah terkait penanganan covid-19. Dalam melakukan analisis pemberitaan, penelitian ini mengadopsi empat elemen utama, yaitu mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan memberikan rekomendasi penanganan.

Penelitian kedua dengan judul penelitian “Peningkatan Berita Kasus Hukum Pelanggaran Karantina Kesehatan (Analisis Framing Rachel Venny di Kanal Berita Online Tempo.co dan Beautynesia.id Periode Oktober - Desember 2021)” yang dilakukan oleh Radityo Hibatul Aziz pada tahun 2022. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan teknik Pengumpulan data secara dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya perbedaan

pembingkaiannya yang dituliskan oleh wartawan dari kedua belah media. Baik dari penulisan judul berita, penulisan kutipan sumber, dan penggunaan gambar pendukung artikel.

Penelitian Ketiga dengan judul penelitian “Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online” oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi & Nalal Muna. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis milik Robert N. Entman. Peneliti ini menarik kesimpulan dari penelitian ialah media online merupakan ruang publik yang dianggap sebagai sumber referensi penting untuk meningkatkan informasi publik. Oleh karena itu, pemberitaannya perlu bersifat objektif dan edukatif.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Jurnalisme Online

Jurnalisme online saat ini tentu menjadi sebuah sorotan ditengah masyarakat. Pasalnya praktik jurnalisme online yang saat ini sangat penting bagi masyarakat. Kecepatan dalam memberikan sebuah informasi tentu menjadi keunggulan yang dimiliki jurnalisme online di tengah masyarakat. Jurnalisme online sendiri memiliki dua kalimat, kalimat pertama adalah jurnalisme yang memiliki arti sebagai kegiatan mengumpulkan, mengolah, serta menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dan secepat-cepatnya (Putri, 2022). Kedua ada kata online yang artinya yang artinya terhubung dengan dunia internet.

Dalam konteks ini, jurnalisme online merujuk pada kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak secara luas dan cepat melalui media internet. Dalam praktik jurnalisme online, terdapat beberapa keunggulan dan kelemahan (Esa Unggul, 2022):

- a. Kendali audiens: Jurnalisme online memberikan fleksibilitas kepada orang-orang dalam memilih informasi yang ingin mereka peroleh, karena informasi dan sumber yang tersedia sangat beragam.

- b. Non-linieritas: Jurnalisme online memungkinkan setiap cerita berdiri sendiri sehingga penonton tidak perlu membacanya secara berurutan untuk memahaminya.
- c. Penyimpanan dan pengambilan data: Jurnalisme online memungkinkan berita tersimpan dan dapat diakses kembali oleh audiens.
- d. Ruang tak terbatas: Jurnalisme online memungkinkan jumlah berita yang disampaikan/ditampilkan kepada audiens menjadi sangat lengkap dibandingkan dengan media lainnya.
- e. Kecepatan: Jurnalisme online memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan langsung ke publik.
- f. Kemampuan multimedia: Jurnalisme online memungkinkan tim redaksi untuk memasukkan teks, suara, gambar, video, dan elemen multimedia lainnya dalam informasi yang disampaikan kepada publik.
- g. Interaktif: Jurnalisme online memungkinkan partisipasi yang lebih aktif dari audiens karena setiap item berita dapat menjadi objek interaksi.

Tidak hanya memiliki keunggulan pada praktik Jurnalisme *Online*. Dalam praktik jurnalisme *online* tentu juga memiliki kekurangan. Berikut beberapa contoh kekurangan praktik Jurnalisme *Online*:

- a. Jurnalisme online merupakan perangkat masyarakat yang membutuhkan banyak informasi. Orang yang tidak tergolong dalam masyarakat tersebut akan merasa tidak nyaman memasuki dunia jurnalistik. Jika masyarakat-masyarakat tersebut tidak mengakses jurnalisme online, mereka akan merasakan kecemasan terhadap informasi yang mereka lewatkan (information anxiety).
- b. Tidak mempunyai kredibilitas. Itu karena masuk akal karena bahkan orang yang tidak memiliki keterampilan yang tepat dapat bercerita melalui jurnalisme online. Individu yang tidak memiliki pengetahuan tentang jurnalisme dapat menyampaikan ide-ide mereka kepada orang-orang di berbagai penjuru dunia melalui Internet. Pada hakikatnya karena kebebasan ruang berbicara pada jurnalisme online menjadikan kebenaran yang dituliskan pada platform jurnalisme online masih perlu dipertanyakan.

- c. Pengkonsumsian jurnalisisme online ketika anda harus berada di depan komputer untuk membaca informasi di web
- d. Pembaca harus dapat menggunakan komputer dan *internet*. Bagi orang awam, akan sangat sulit untuk dilakukan

Jurnalisisme *online* masuk kedelama teori pada penelitian ini karena penelitian ini menggunakan media *online* sebagai subjek pada penelitian dalam hal ini praktik jurnalisisme *online*. Pada penulisan pemberitaan kontroversi program petani milenial tentu sebagai seorang jurnalisisme *online*, jurnalis akan melakukan kegiatan mencari informasi pada kasus tersebut lalu setelah mendapatkan informasi jurnalis akan menuliskannya untuk kebutuhan media *online*.

Dalam proses jurnalisisme online tentu ada sebuah isu atau peristiwa yang akan ditulis dan dipublikasikan ditengah masyarakat. Sebuah hal yang disajikan ditengah masyarakat terkait sebuah isu atau peristiwa disebut dengan sebuah berita.

2.2.2 Berita

Berita merupakan suatu laporan terkini yang berisi fakta-fakta penting atau menarik bagi masyarakat, yang kemudian disebarakan melalui media massa (Jani Yosef, 2021). Dalam menyebarkan berita, sebuah artikel berita harus memiliki sebuah unsur-unsur berita. Dengan memenuhi semua unsur-unsur berita, sebuah isu dan peristiwa memiliki nilai pada sebuah berita. Terdapat tujuh unsur berita (Wendratama, 2017) diantaranya adalah;

1. Fokus

Fokus merupakan unsur utama yang paling penting dalam sebuah berita. Fokus merupakan sebuah pemikiran utama dari sebuah berita. Fokus akan menjadi sebuah acuan dasar dalam membuat sebuah berita. Menemukan dan menentukan fokus akan menjadi factor yang sangat sulit karena membutuhkan banyak pemikiran.

2. Fakta

Dalam menyampaikan sebuah berita harus berisikan yang namanya fakta dan kebenaran. Dalam menyampaikan sebuah fakta dan kebenaran harus melakukan yang namanya verifikasi fakta pada temuan di lapangan.

3. Nilai Berita

Sebuah berita harus memiliki nilai berita. Hal ini dikarenakan sebuah berita harus memiliki bersifat bermakna penting bagi public atau peristiwa tersebut menarik bagi khalayak. Ada delapan nilai berita sebagai berikut:

- a. Kebaruan (*Timeliness*)
Berita harus baru dan belum diketahui oleh publik. Kebaruan berita bersifat relatif, tergantung dari isi kedalam berita. Berita singkat sederhana dan memiliki nilai kebaruan lebih banyak digunakan pada media sekarang saat ini.
- b. Pengaruh (*Impact*)
Nilai berita dapat dikatakan tinggi atau rendah tergantung dari akibat yang ditimbulkan oleh suatu masalah dan peristiwa yang terjadi pada suatu berita.
- c. Relevansi (*Relevance*)
Fakta yang disajikan oleh sebuah berita yang memiliki relevansi di kehidupan masyarakat dapat menjadi sebuah nilai berita dan diminati oleh khalayak.
- d. Konflik (*Conflict*)
Konflik merupakan sebuah nilai berita yang sangat diminati oleh publik. Sebuah berita yang memiliki nilai konflik tinggi akan mendapatkan perhatian dari masyarakat luas. Hal ini menjadi sifat alami dari manusia.
- e. Popularitas (*Prominence*)
Publik juga cenderung memiliki ketertarikan dengan fakta atau peristiwa yang melibatkan orang-orang yang memiliki popularitas tinggi. Misalnya; Artis, Pejabat, Tokoh Terkenal, Atlet dan lainnya.
- f. Emosi (*Human Interest*)
Dalam pemberitaan peristiwa atau isu yang mempengaruhi reaksi emosional ditengah masyarakat tentu memiliki sebuah nilai berita. Emosi juga merupakan sebuah aspek besar dalam pembuatan sebuah berita.
- g. Ketidakwajaran (*Unusualness*)

Fakta yang ada di lapangan namun tidak wajar di tengah masyarakat dapat menjadi sebuah nilai berita. Ketidakwajaran akan menjadi daya tarik yang cukup tinggi pada sebuah berita

h. Kedekatan Jarak (*Proximity*)

Kedekatan jarak bisa terkait dengan kedekatan secara demografi atau juga kedekatan dalam hubungan.

4. Jawaban

Dalam sebuah berita, diperlukan jawaban dari pertanyaan 5W+1H yaitu "Apa, Di mana, Kapan, Siapa, Mengapa, dan Bagaimana."

5. Sumber

Dalam sebuah berita harus memiliki sumber. Sumber berita berasal dari orang yang dapat dipercaya. Sumber berita akan meningkatkan kredibilitas berita yang disampaikan. Informasi yang dikeluarkan oleh sumber nanti akan diolah untuk menjadikan sebuah berita. Maka dari itu pentingnya sebuah verifikasi sumber agar berita yang ditampilkan memuat fakta penting yang tetap akurat.

6. Kejelasan

Berita yang disampaikan harus memiliki kejelasan. Kejelasan pada gambar, keterkaitan teks satu dengan yang lain, dan kejelasan berita yang ingin disampaikan menjadi salah satu unsur dalam sebuah berita.

7. Etika

Setiap berita yang ditampilkan harus memenuhi etika jurnalisme, yaitu terpercaya (Melalui verifikasi), adil (*cover both sides*) dan dapat membantu khalayak memahami peristiwa.

Etika jurnalistik merupakan bagian integral dari praktik jurnalistik. Dengan mengikuti kode etik jurnalistik, seorang jurnalis dapat memperlihatkan praktek jurnalistik yang bermutu dan dapat diterima oleh masyarakat secara luas. Berdasarkan UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers, Kode Etik Jurnalistik, Kode Etik Wartawan Indonesia-PWI, serta Keberadaan dan Fungsi Dewan Pers, beberapa aspek penting dari etika jurnalistik meliputi:

1. Jurnalis menghormati hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat.
2. Jurnalis senantiasa berpegang pada prinsip kebebasan dan keberimbangan dalam peliputan, pemberitaan, serta kritik dan komentar.
3. Jurnalis memberikan ruang bagi pihak yang kurang memiliki daya dan kesempatan untuk menyuarakan pendapatnya.
4. Jurnalis hanya menyampaikan fakta dan pendapat yang memiliki sumber yang jelas.
5. Jurnalis tidak menyembunyikan informasi penting yang harus diketahui oleh masyarakat.
6. Jurnalis menggunakan cara-cara etis untuk memperoleh foto, berita, dan dokumen.
7. Jurnalis menghormati hak narasumber untuk memberikan informasi latar belakang, off the record, dan embargo.
8. Jurnalis dengan cepat memperbaiki pemberitaan yang tidak akurat setelah mengetahuinya.
9. Jurnalis menjaga kerahasiaan sumber informasi yang bersifat rahasia, identitas korban kejahatan seksual, dan pelaku tindak pidana di bawah umur.
10. Jurnalis menghindari tindakan benci, prasangka, sikap merendahkan, dan diskriminasi terkait dengan suku, ras, bangsa, politik, cacat/sakit fisik atau mental, serta latar belakang sosial lainnya.
11. Jurnalis menghormati privasi, kecuali jika hal tersebut dapat merugikan masyarakat.
12. Jurnalis tidak menyajikan berita yang mengandung kecabulan, kekejaman, kekerasan fisik, dan seksual.
13. Jurnalis tidak menggunakan posisi dan informasinya untuk mencari keuntungan pribadi.
14. Jurnalis tidak menerima sogokan atau pemberian berupa uang, barang, atau fasilitas lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.
15. Jurnalis tidak diperbolehkan menjiplak.
16. Jurnalis menghindari fitnah dan pencemaran nama baik.

17. Jurnalis menghindari campur tangan dari pihak lain yang menghalangi penerapan prinsip-prinsip di atas.
18. Kasus yang terkait dengan kode etik akan diselesaikan oleh Majelis Kode Etik.
19. Kode etik jurnalistik diperlukan untuk membantu wartawan menentukan apa yang benar atau salah, baik atau buruk, serta bertanggung jawab atau tidak dalam proses pelaksanaan tugas kewartawanan.

Dengan memiliki kode etik jurnalistik yang ada ditetapkan oleh undang-undang pers yang Indonesia tentu berlandaskan tentang etika jurnalis internasional yang dikeluarkan oleh International Federation of Journalists (International Federation of Journalists, 2019).

2.2.3 Konstruksi Sosial pada Media

Dalam proses pembuatan berita, media memiliki tujuan dan motif tertentu yang ingin disampaikan kepada publiknya (Chairani & Kania, 2014). Media berperan dalam menyampaikan informasi aktual dan faktual, serta memiliki kemampuan untuk membentuk nilai-nilai dalam pikiran para pembacanya. Perubahan kognitif yang dialami individu juga dapat mempengaruhi perubahan sikap dalam memahami suatu peristiwa. Media massa berperan dalam menciptakan konstruksi sosial melalui beberapa tahapan, salah satunya adalah konstruksi realitas (Santoso, 2016). Tahapan-tahapan dalam pembentukan konstruksi realitas adalah sebagai berikut:

1. Tahap pertama adalah konstruksi realitas yang berfungsi sebagai pembenaran atas peristiwa atau fakta yang terjadi di media, sehingga dianggap sebagai realitas atau kebenaran yang sah.
2. Tahap kedua adalah khalayak atau pembaca media yang bersedia menerima dan dipengaruhi oleh konstruksi yang dilakukan oleh media massa.
3. Tahap ketiga adalah pilihan individu untuk mengonsumsi media massa secara teratur, sehingga terbentuk ketergantungan pada media tersebut.

Dengan konsep konstruksi realitas sosial melalui media, peneliti dapat menggali bagaimana masing-masing media membentuk pandangan tentang realitas

sosial melalui cara penyajian beritanya. Penelitian ini memfokuskan pada dua media, yaitu Detik.com dan Inilahkoran.Id, yang memiliki latar budaya yang berbeda. Dengan melihat tahapan dalam pembentukan konstruksi realitas sosial oleh kedua media ini, penelitian ini dapat mendapatkan wawasan yang mendalam tentang bagaimana media membentuk realitas sosial.

2.2.4 Framing

Framing adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami perspektif atau sudut pandang yang diadopsi oleh seorang jurnalis atau wartawan saat memilih isu atau peristiwa yang akan dijadikan berita untuk disajikan kepada pembaca (Rijali, 2019). Dengan menggunakan pendekatan framing ini, seorang jurnalis memiliki peran dalam menentukan bagian mana dari isu atau peristiwa yang akan diprioritaskan, ditonjolkan, atau bahkan diabaikan dalam penyampaian beritanya.

Pada analisis framing terdapat banyak model yang dikemukakan oleh banyak pakar. Beberapa model tersebut yaitu (Unkris, 2022).

1. Murray Edelman

Menjelaskan pandangannya terhadap simbol dan bahasa yang digunakan dalam komunikasi yang dapat menghasilkan sebuah perspektif tertentu yang dihasilkan dari penggunaan kata sehingga fakta dapat dimengerti.

2. Robert N. Entman

Menjelaskan mengenai konsep *framing* yang digunakan dalam memperlihatkan bagaimana sebuah proses seleksi pembuatan pesan dan penonjolan pesan-pesan dibingkai oleh sebuah media.

3. William A. Gamson

framing adalah cara pengisahan ide-ide yang diatur sedemikian rupa sehingga menciptakan konstruksi makna pada suatu peristiwa yang terkait dengan objek berita. Pengisahan atau cara bercerita ini dapat berbentuk dalam suatu kemasan yang merupakan struktur pemahaman yang digunakan untuk mengonstruksi makna pesan yang disampaikan serta menafsirkan makna pesan yang diterima oleh pembaca atau audiens.

4. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Menjelaskan mengenai bagaimana jurnalis dalam membentuk sebuah berita dari aspek psikologi dan sosiologi. dalam konsep psikologis seorang jurnalis membentuk berita berdasarkan informasi yang dikelola secara kognitif dan ditampilkan dengan menggunakan skema tertentu. Sedangkan dalam konsep sosiologis bagaimana seseorang dapat menafsirkan sebuah fenomena menggunakan sudut pandang tertentu dari realitas sosial yang dibentuk dari penonjolan pesan-pesan tertentu yang dibingkai dari penekanan yang ditampilkan oleh media.

Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dengan menerapkan analisis framing yang dikembangkan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam prospek penelitiannya, menggunakan empat struktur yang berbeda, yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Kombinasi dari empat struktur tersebut dapat membentuk sebuah tema yang menghubungkan berbagai elemen dalam narasi berita menjadi sebuah kesatuan yang koheren secara keseluruhan. (Wutun, 2018).

Tabel 2. 2 Struktur Pan and Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
Sintaksis: cara wartawan menyusun berita	1.Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup
Skrip: cara wartawan mengisahkan fakta	2.Kelengkapan berita	5 W + 1 H
Tematik: cara wartawan dalam menuliskan fakta	3.Detail 4.Koherensi 5.Bentuk kalimat 6.Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
Retoris: cara wartawan menekankan fakta	7.Leksikon 8.Grafis 9.Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

Sumber: (Wutun, 2018)

Pada model *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki peneliti melihat dari empat struktur milik Pan dan Kosicki. Peneliti menggunakan model ini dikarenakan untuk melihat bagaimana kedua media InilahKoran.Id dan Detik.com

membangkai sebuah berita mengenai program Petani Milenial di Jabar. Dengan menggunakan model ini peneliti juga dapat mengetahui isi pesan berita yang disampaikan kepada masyarakat terkait program pemerintah daerah.

2.2.5 Program Petani Milenial

Program Petani Milenial merupakan program Pemerintah Provinsi Jawa Barat, yang diciptakan agar menjadi program inovatif yang berguna untuk menanggulangi angka pengangguran pasca pandemic Covid-19. Selain itu tujuan dari program Petani milenial ini dibentuk juga sebagai ketahanan pangan Provinsi Jabar yang dimana saat itu pangan menjadi sektor yang tangguh meski dihantam Pandemi. Program Petani Milenial diciptakan agar, para generasi milenial tertarik pada sektor pertanian sehingga nantinya dapat membawa perubahan bagi sektor pertanian masa depan.

Program Petani Milenial diresmikan pada tanggal 26 Maret 2021. Upacara peresmian ditandai dengan pemberian apron kepada perwakilan petani milenial di Desa Suntenjaya, Kabupaten Bandung Barat. Dalam berjalannya program Petani Milenial, ada beberapa instansi yang ikut terlibat atau terkait pada program Petani Milenial. Seperti; Dinas Kelautan Jabar, DKPP Jabar, Bank BJB, Bank Indonesia, Perhutani, dan masih banyak lagi.



Gambar 2. 1 Instansi pada Program Petani Milenial

Sumber: petanimilenial.jabarprov.go.id (2023)

Saat ini Program Petani Milenial sudah memiliki 7603 petani milenial aktif yang dibagi menjadi beberapa perdinasan. Beberapa bidang yang tercakup dalam kelompok petani tersebut meliputi Dinas Tanaman Pangan & Holtikulturas, Dinas Kelautan & Perikanan, Dinas Kehutanan, Dinas Ketahanan Pangan & Peternakan,

serta Dinas Perkebunan. Adapun 1347 petani milenial yang saat ini sedang dalam tahapan inagurasi.

Setelah dua tahun berjalannya program Petani Milenial di Jawa Barat, Program ini terjerat masalah yang melibatkan banyak pihak terkait. Mulai dari masalah ketersediaan pangan dan kebutuhan petani yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, utang kepada bank terkait yang tidak diselesaikan sehingga mengakibatkan peserta petani didatangi oleh pihak bank, dan banyak petani yang gagal dalam program tersebut

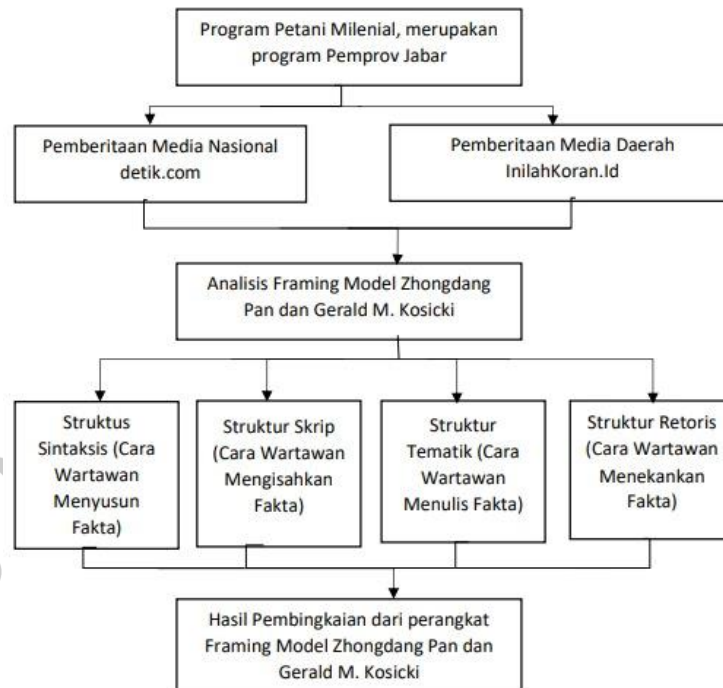
2.2.6 Proximity dalam Pemberitaan

Proximity secara garis besar adalah kedekatan dalam berbagai hal. Dalam pemberitaan oleh media sendiri juga tentu harus memiliki proximity. Kedekatan jarak bisa terkait dengan kedekatan secara demografi atau juga kedekatan dalam hubungan. Proximity dalam berita sendiri masuk kedalam salah satu nilai yang terkandung pada sebuah berita (Wendratama, 2017).

Dengan adanya kedekatan dalam pemberitaan tentu menjadikan nilai berita menjadi lebih tinggi. Pasalnya kejadian yang terjadi pada luar Indonesia tidak akan setinggi nilai berita dengan yang terjadi di Indonesia. Kedekatan demografi menjadi bagian penting pada pemberitaan. Kejadian yang menimpa kasus pembunuhan terhadap anak di bawah umur akan memiliki nilai berita yang tinggi dilihat dari segi kemanusiaan.

Sama halnya yang terjadi pada program Petani Milenial, Program yang dibuat dengan anggaran dana daerah yang merupakan uang yang dikumpulkan dari pajak masyarakat. Dengan adanya masalah yang terjadi pada program tersebut tentu menyebabkan kekhawatiran dan kepercayaan masyarakat kepada pemerintahan. Bagaimana pemerintah mengatur dan menggunakan uang yang sudah di bayarkan oleh masyarakat. Media sebagai sumber informasi harus independent dan menginformasikan setransparant mungkin mengenai kasus seperti ini. Dalam kasus tersebut masuk dalam kedekatan secara demographi, bagaimana kasus tersebut terjadi pada Kawasan Indonesia terlebih lagi pada pulau Jawa.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 2 Kerangka Bepikir

Sumber: Olahan Peneliti

Penelitian ini dimulai dari bulan maret 2021, dimana Pemprov Jabar meresmikan salah satu program daerah yaitu Petani Milenial. Lalu pada awal tahun 2023 banyak isu terkait program tersebut. Muncul rasa penasaran peneliti bagaimana cara media mengawasi dan menginformasikan program tersebut. Karena media sendiri bertugas sebagai *watchdog* bagi para pejabat elit yang ada didalam pemerintahan. Peneliti memilih media Detik.com dan InilahKoran.com sebagai subjek penelitian pada kali ini. Peneliti menggunakan anlisis framing dengan model milik Pan dan Kosicki, dimana peneliti melihat dari empat struktur yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik dan struktur retorisi. Dengan menggunakan empat struktur tersebut, akan mengetahui bagaimana pembingkaihan yang dilakukan kedua media tersebut dalam menuliskan program Petani Milenial tersebut.