

## 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 Skripsi Ini
1.	Jurnalisme Sains: Kasus Pengemasan Berita <i>Online</i> Tentang Tsunami Megatrust 20 Meter Jawa   Mia Reva Ukhtiana   2022	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Metode penelitian kualitatif dengan metode analisis isi dan paradigma konstruktivisme	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tiga media <i>online</i> Detik.com, Kompas.com, dan PikiranRakyat.com kurang lebih menggunakan dasar dan model jurnalisme yang sama. Ketiga media bertujuan menyampaikan berita terkait isu tsunami megatrust 20 meter Jawa sebagai edukasi dan peringatan dini bencana.	Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang jurnalisme sains untuk dapat melihat pengemasan sains dari sudut pandang pembaca dan bagaimana jurnalisme sains dapat mempengaruhi pemahaman pembaca terhadap suatu isu yang disampaikan dalam bentuk jurnalisme sains khususnya berita terkait bencana alam.	Penelitian ini ingin mencari tahu secara jelas dan bertahap bagaimana pengemasan jurnalisme sains dalam pemberitaan <i>online</i> tentang tsunami megatrust di tiga media <i>online</i> yaitu Detik.com, Kopas, dan PikiranRakyat.com. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis ingin melihat bagaimana pengemasan pemberitaan isu <i>food waste</i> dan <i>food loss</i> di dua media <i>online</i> yakni Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn.
2.	Penerapan Jurnalisme Lingkungan Detik.com: Studi Kasus Berita Matinya Ikan Paus di Wakatobi	Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung	Metode penelitian kualitatif dengan metode dan teori fenomenologi Alfred Schutz	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek pemahaman keempat informan mengenai definisi	Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang meneliti terkait objektivitas	Penelitian ini ingin mengetahui pemahaman, pemaknaan, serta pengalaman wartawan wartawan Detik.com

			jurnalisme lingkungan dan peristiwa matinya ikan paus di Wakatobi memiliki sisi menarik untuk diberitakan karena menyangkut kepentingan publik.	media untuk menggunakan media lain selain Kompas, dan peneliti lain untuk bisa mengetahui istilah ilmiah terkait lingkungan.	dalam menerapkan jurnalisme lingkungan pada pemberitaan matinya ikan paus di Wakatobi. Sedangkan, penelitian yang ditulis oleh peneliti ingin melihat pengemasan pemberitaan yang disajikan oleh media <i>online</i> .
3.	Pembingkaiian Berita Lingkungan Hidup dalam Harian Umum Pikiran Rakyat dan Galamedia   Dianisa Damayanti, Teguh Ratmanto   2015	Universitas Islam Bandung	Metode penelitian kualitatif dengan analisis framing Zhongdan g Pan dan Gerald M. Kosicki	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harian Umum Pikiran Rakyat memiliki pandangan mengenai isu lingkungan bahwa ingin ada perbaikan pada lingkungan hidup dengan adanya pemberitaan isu lingkungan. Sedangkan Harian Umum Galamedia memiliki pandangan bahwa berita lingkungan hidup masih menjadi isu yang menarik di ranah publik.	Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana media <i>online</i> membingkai sebuah berita terkait isu lingkungan dengan menggunakan analisis framing. Sedangkan, penelitian yang ditulis oleh penulis ingin melihat bagaimana pengemasan pemberitaan yang disajikan oleh media <i>online</i> .

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai bahan acuan oleh peneliti, dimana penelitian tersebut berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki hubungan yang sama karena memiliki kesamaan terkait topik yang dibahas, yakni pemberitaan isu lingkungan hidup. Kemudian, kesamaan lainnya juga terlihat dari

penggunaan media *online* sebagai media yang digunakan untuk mencari data penelitian.

Apabila dilihat dari hasil penelitian, ketiga penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai isu lingkungan hidup di media *online* cenderung menampilkan berita yang berimbang. Hal ini dilihat dari hasil penelitian yang dimiliki oleh ketiga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengemasan jurnalisme sains, penerapan jurnalisme lingkungan di media *online*, dan peningkatan berita lingkungan hidup yang cenderung positif di setiap pemberitaannya. Namun, terdapat perbedaan penggunaan media *online* dalam penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu pertama menggunakan tiga media *online*, penelitian terdahulu kedua menggunakan satu media *online*, dan penelitian terdahulu ketiga menggunakan dua media *online*. Sedangkan, dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ingin mengetahui pengemasan pemberitaan isu *food waste* dan *food loss* di dua media *online* dengan dua negara yang berbeda, yakni Kompas.com dan Chinadaily.com.cn

Maka dari itu, keterkaitan utama pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada isu utama yang diteliti yaitu isu lingkungan. Ketiga penelitian terdahulu tersebut pun juga sama-sama meneliti terkait pemberitaan isu lingkungan di media *online*. Kemudian, diangkat untuk dijadikan sebagai bahan penelitian yang berjudul **“Pengemasan Pemberitaan *Food waste* & *Food loss* di Media Online (Analisis Isi Kualitatif pada Pemberitaan Limbah Makanan dalam Kanal Berita Kompas.com dan Chinadaily.com.cn Periode Januari – Desember 2022)”**.

## **2.2. Teori & Konsep**

### **2.2.1 Jurnalisme Online**

Jurnalisme *online* adalah praktik jurnalisme yang menggunakan media digital sebagai platform untuk mengumpulkan, mengedit, memproduksi, dan mendistribusikan berita dengan informasi (Domingo, 2018). Jurnalisme *online* menghasilkan dan mempublikasikan berita dan informasi melalui media digital, seperti situs web, blog, media sosial, dan aplikasi seluler. Dalam era digital,

jurnalisme *online* telah menjadi semakin penting karena lebih banyak orang yang mengandalkan internet untuk mengakses berita dan informasi. Domingo (2018) mengatakan bahwa jurnalisme *online* dapat membawa perubahan dalam cara memahami jurnalisme dan berinteraksi dengan khalayak. Jurnalisme *online* telah memungkinkan jurnalis untuk berkomunikasi dengan khalayak secara langsung melalui media sosial dengan memanfaatkan teknologi internet. Jurnalisme *online* telah mengubah cara pembaca dalam berinteraksi dengan berita dan informasi, serta memengaruhi cara berpikir mereka tentang jurnalisme dan media (Jones & Salter, 2016).

Menurut Paul Bradshaw (2013), jurnalisme *online* memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari jurnalisme tradisional. Pertama, jurnalisme *online* memungkinkan jurnalis untuk menghasilkan berita dalam waktu yang sangat cepat dan langsung dipublikasikan. Kedua, jurnalisme *online* memungkinkan jurnalis memperluas jangkauan pembaca dan audiens dengan memanfaatkan internet sebagai media distribusi. Ketiga, jurnalisme *online* memungkinkan jurnalis untuk berinteraksi dengan pembaca dan audiens secara lebih langsung dan terbuka. Keempat, jurnalisme *online* memungkinkan jurnalis untuk menggabungkan berbagai jenis media, seperti gambar, video, audio, dan teks dalam satu produk berita.

Dalam konteks jurnalisme *online*, jurnalis juga harus mempertimbangkan masalah etika dan integritas, seperti kepercayaan pembaca terhadap sumber dan kebenaran informasi yang disampaikan. Jurnalis harus mempertimbangkan masalah seperti kualitas sumber informasi, kebenaran informasi yang disampaikan, privasi, dan perlindungan hak cipta (Hess, 2014). Maka dari itu, kesadaran akan pentingnya etika dan integritas dalam jurnalisme *online* menjadi sangat penting untuk diterapkan. Jurnalisme *online* harus mempertahankan standar etika dan integritas yang sama dengan jurnalisme tradisional, termasuk prinsip-prinsip seperti kejujuran, akurasi, kemandirian, dan akuntabilitas (Rosenstiel, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, jurnalisme *online* diartikan sebagai bagian dari praktik jurnalisme yang menggunakan platform media digital seperti situs web, blog, aplikasi seluler, media sosial, dan media *online* untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui sebuah berita. Dimana dalam penelitian ini

menggunakan jurnalisme *online* sebagai objek penelitian yang nantinya akan melihat pemberitaan yang disajikan oleh media *online*. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep jurnalisme *online* karena memiliki kesinambungan dengan penelitian karena ingin melihat bagaimana pengemasan dari sebuah praktik jurnalisme dalam bentuk pemberitaan yang disajikan dalam media *online*.

### **2.2.1.1 Jurnalisme Lingkungan**

Jurnalisme lingkungan memiliki definisi yang mendalam dan hampir sama dengan komunikasi lingkungan. Jurnalisme lingkungan dari interpretasi pada komunikasi lingkungan didefinisikan sebagai individu, lembaga, komunitas, atau budaya membentuk, menyampaikan, menerima, memahami, dan menggunakan pesan terkait lingkungan itu sendiri dan berkaitan dengan manusia dan lingkungan (Robert, 2018). Materi mengenai jurnalisme lingkungan, baik berita maupun jurnalis, perlu memiliki pengetahuan yang signifikan terkait nilai-nilai budaya atau studi kasus lingkungan dan masyarakat (Anderson, 2013).

Prinsip jurnalisme lingkungan hidup sama dengan prinsip jurnalisme lainnya. Namun, yang membedakan jurnalisme lingkungan hidup dengan jurnalisme lainnya adalah pada isu sentral dalam pemberitaannya. Jurnalisme lingkungan hidup berfokus pada peliputan dan berita pada realitas lingkungan hidup. Berita terhadap realitas lingkungan hidup pada jurnalisme lingkungan hidup biasanya mengenai kerusakan lingkungan hidup seperti, kerusakan lingkungan akibat olah tangan manusia, kearifan lokal, konservasi, dan penggunaan sumber daya alam (Nazra, 2022).

Jurnalisme lingkungan mencakup isu-isu seperti isu lingkungan internasional, perubahan iklim dan pemanasan global, penebangan liar, kualitas air, kebakaran hutan, polusi industri, tenaga nuklir, kekeringan, banjir, tanah longsor, kabut asap, limbah rumah tangga dan limbah rumah sakit (Nazra, 2022). Isu mengenai lingkungan hidup membutuhkan perhatian yang serius dari seorang jurnalis dan pemilik media untuk lebih fokus terhadap dampak=kerusakan lingkungan=di masa=yang=akan datang. Media massa dan pemerintah memiliki peran yang sangat penting terhadap jurnalisme lingkungan hidup untuk dapat

meningkatkan kesadaran dari para masyarakat dengan menyebarluaskan informasi terkait lingkungan hidup melalui media massa.

Kerusakan lingkungan sering kali terjadi karena ulah tangan manusia yang tidak bertanggung jawab. Pencegahan hingga pemulihan dari adanya kerusakan lingkungan bisa didapatkan melalui bantuan media massa yang menyebarkan berita terkait isu lingkungan. Namun, kebanyakan media saat ini lebih mementingkan menyebarkan berita yang bertemakan politik dan ekonomi dibandingkan dengan isu lingkungan. Hal ini membutuhkan peran media untuk lebih banyak memberitakan terkait isu lingkungan, karena media sangat berpengaruh dalam menyadarkan masyarakat akan pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan hidup (Cox, 2014). Menurut Ana Nadya Abrar (dalam Namira Nazra, 2022), jurnalistik lingkungan pada umumnya lebih mengedepankan masalah lingkungan hidup yang berpihak pada kesinambungan lingkungan hidup itu sendiri.

- Dewasa ini, banyak media yang lebih mementingkan menyebarkan berita yang bertemakan isu politik dan ekonomi dibandingkan dengan isu lingkungan. Namun seharusnya, media menjadi peran utama yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk sadar akan pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan hidup. Tidak hanya itu, kepemilikan media juga sangat berpengaruh terhadap pemberitaan yang disebarkan oleh portal media *online* (Fadil, 2020). Neuzil & Williams (2016) mengatakan bahwa jurnalis lingkungan harus mampu memahami isu-isu lingkungan secara mendalam dan menyajikan informasi dengan cara yang jelas dan mudah dipahami oleh publik. Jurnalis lingkungan juga harus mampu mengatasi tantangan seperti sumber-sumber yang sulit ditemukan dan adanya tekanan dari pihak-pihak tertentu.

Pandangan publik terhadap isu lingkungan hidup tercermin dari gencarnya media dalam memberitakan isu kerusakan lingkungan. Bahkan, media dapat memengaruhi masyarakat dalam membuat proses pengambilan keputusan, menerima, dan memercayai apa yang telah disampaikan oleh pers atau media. Isu-isu yang disebarkan dan ditonjolkan oleh media, memancing dan mendapatkan perhatian dari publik hingga dapat menjadikan sebuah isu menjadi prioritas dan menenggelamkan isu lain yang tidak meraih keuntungan bagi media (Windaryati & Widodo, 2013). Semakin jurnalis memberitakan bencana alam sebagai faktor

kerusakan lingkungan, maka akan tercipta suatu opini publik yang akan membela kerusakan lingkungan yang terjadi saat ini karena faktor alam. Padahal, faktor kerusakan lingkungan hidup tidak akan terjadi apabila tidak terdapat faktor manusia yang turut memicu kerusakan lingkungan hidup (Yusuf, 2022).

Menurut Robert Cox (2014), berita lingkungan memainkan peran penting dalam membangun kesadaran publik terhadap isu-isu lingkungan dan memengaruhi kebijakan lingkungan. Berita lingkungan berfokus pada isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim, kelestarian hutan, konservasi satwa liar, dan limbah. Namun, berita lingkungan sering kali sulit untuk diangkat ke permukaan oleh media mainstream karena kurangnya minat dan pengetahuan dari publik mengenai isu-isu lingkungan, serta sulitnya mendapatkan sumber-sumber informasi yang akurat. Selain itu, berita lingkungan juga rentan terhadap pandangan skeptis dari beberapa pihak yang menganggap isu lingkungan sebagai isu yang terlalu rumit dan belum terbukti kebenarannya (Cox, 2014).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diimplementasikan kedalam teori komunikasi, pada mata kuliah komunikasi lingkungan dan jurnalisme lingkungan. Penelitian ini membahas mengenai Pengemasan Pemberitaan *Food waste & Food loss* di Indonesia pada Media *Online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn dalam berita yang bertemakan isu limbah makanan. Pada mata kuliah komunikasi lingkungan, media memiliki peran yang sangat penting dalam menghubungkan komunikasi dalam bentuk informasi dan pengetahuan yang disebarkan kepada masyarakat terkait isu lingkungan, dalam penelitian ini yang membahas mengenai isu limbah makanan di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan di atas, jurnalisme lingkungan dapat diartikan sebagai praktik jurnalisme yang membahas seputar isu lingkungan hidup yang mencakup berbagai permasalahan yang terjadi dalam lingkungan. Dimana dalam penelitian ini menggunakan konsep jurnalisme lingkungan sebagai objek penelitian yang nantinya akan melihat pemberitaan yang disajikan oleh media *online* mengenai isu lingkungan hidup. Pemberitaan terkait isu lingkungan hidup pada penelitian ini difokuskan pada pemberitaan mengenai isu *food waste* dan *food loss* di media *online*. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep jurnalisme



*online* karena memiliki kesinambungan dengan penelitian yang memfokuskan bagaimana pemberitaan mengenai isu lingkungan hidup dikemas oleh media *online*.

### **2.2.2 Media Massa**

Media massa adalah sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Shanty , 2015). Media massa didefinisikan sebagai sarana yang digunakan oleh khalayak luas untuk melakukan komunikasi dan menyebarkan informasi secara sinkron dan mudah diakses. Media massa merupakan alat atau media untuk menyebarkan konten informasi, opini, komentar, hiburan, dan lain-lain. Media massa adalah sarana yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat umum melalui sarana komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Menurut Cangara (2016), media massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersifat melembaga, yakni pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi
2. Bersifat satu arah, yakni komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Apabila terjadi interaksi, biasanya memerlukan waktu dan tertunda
3. Meluas dan serempak, yakni dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena media massa memiliki kecepatan. Media massa bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya
5. Bersifat terbuka, yakni pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.



Media massa dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak yaitu koran, majalah, dan tabloid. Sedangkan, media elektronik yaitu televisi, radio, dan internet. Masing-masing media massa memiliki sifat yang berbeda, oleh karena itu penggunaannya sesuai dengan kemampuan mereka. Media massa didefinisikan sebagai situasi di mana kebutuhan terpenuhi, karena penggunaan media adalah sarana untuk mencapai kebutuhan (Astutik, 2022).

Masyarakat menggunakan media massa secara aktif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Media massa memiliki efek yang didefinisikan sebagai situasi di mana kebutuhan terpenuhi, karena penggunaan media adalah sarana dalam mencapai sebuah kebutuhan (Astutik, 2022). Selain itu, media massa juga memiliki beberapa kekuatan sebagai perannya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kekuatan yang dimiliki oleh media massa yakni mengkonstruksi dan mendekonstruksi realitas hingga tercipta citra dan persepsi-persepsi tertentu pada khalayak, mengagregasikan dan mengartikulasikan kepentingan atau tuntutan-tuntutan, dan memproduksi dan mereproduksi identitas budaya (Pawito, 2015).

Salah satu media massa yang banyak digunakan oleh masyarakat seiring dengan berkembangnya era digitalisasi informasi adalah media *online* yang tergolong ke dalam media elektronik. Media *online* merupakan segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet yang didalamnya berisikan teks, foto, video, dan suara. Media *online* juga biasa disebut sebagai sarana komunikasi secara *online*. Secara teknis, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media *online* terdiri dari portal, website (situs web termasuk blog dan media sosial seperti twitter dan facebook, TV *online*, radio *online*, dan email (Burhanudin, 2020).

Media *online* juga disebut sebagai media Cyber karena pola kerja dan sistem akses informasi mode ini selalu menggunakan media internet. Dengan adanya media internet, masyarakat dapat menikmati secara langsung produk yang dihasilkan tanpa adanya batasan oleh ruang dan waktu. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* termasuk ke dalam objek kajian teori “media baru” (*new media*). Media baru sendiri mengacu pada jalur untuk mengakses informasi kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta

umpan balik pengguna interaktif, partisipatif kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media (Burhanudin, 2020).

Media *online* telah mengubah cara orang dalam mengakses dan mengonsumsi berita. Media *online* telah memberikan keleluasaan bagi pembaca untuk memilih berita yang mereka ingin baca, sambil memungkinkan penerbit berita untuk mengumpulkan data tentang preferensi pembaca mereka. Hal ini memungkinkan penerbit berita untuk menyajikan konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat pembaca. (Domingo, 2013). Selain itu, media *online* juga memperkenalkan praktik jurnalistik baru seperti citizen journalism dan jurnalisme partisipatif.

Berdasarkan penjelasan di atas, media massa dapat diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk menyebarkan konten informasi, opini, komentar, hiburan, edukasi, dan sebagainya kepada khalayak. Media massa digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui dua jenis media, yakni media cetak dan media elektronik. Media massa yang saat ini paling banyak digunakan oleh khalayak luas adalah media *online* yang tergolong ke dalam media elektronik. Media *online* dapat diartikan sebagai segala jenis format media yang hanya bisa diakses dengan menggunakan internet. Dalam penelitian ini menggunakan konsep media massa yang nantinya akan melihat produk media *online* dalam bentuk pemberitaan. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan konsep media massa karena memiliki kesinambungan dengan penelitian berfokus pada pemberitaan yang disajikan oleh media *online* sebagai produk dari media massa.

### **2.2.3. Berita**

Berita merupakan laporan dari sebuah peristiwa atau suatu kejadian yang didalamnya harus mengandung fakta dan data yang akurat (Nuraeni & Fitriawan, 2017). Menurut Hikmat (2018), sebuah peristiwa tidak bisa disebut sebagai berita jika tidak dipublikasikan dalam media massa, sehingga dapat diketahui oleh orang banyak. Tetapi, tidak semua berita dapat dipublikasikan melalui media massa. Setiap detik pasti terjadi sebuah peristiwa, namun tidak semua peristiwa dapat dijadikan sebuah berita. Peristiwa kecil seperti nyamuk menggigit orang yang

sedang tidur, tidak perlu disampaikan melalui berita di media massa (Hikmat, 2018).

Berita adalah pemaparan fakta, sehingga berita bersifat faktual. Hikmat (2018) mengatakan bahwa, dasar fakta dalam berita yang menjadikan pembeda berita dengan jenis tulisan yang lain, baik opini maupun iklan. Dalam sebuah berita, harus mengandung unsur 5W+1H. Unsur ini yang dapat digunakan sebagai syarat mutlak dalam membuat sebuah berita (Nuraeni & Fitriawan, 2017). Berita harus memenuhi jawaban dari *what*: apa yang terjadi, *who*: siapa yang terlibat, *when* : kapan peristiwa itu terjadi, *where*: dimana peristiwa itu terjadi, *why*: mengapa peristiwa itu terjadi, dan *how*: bagaimana proses terjadinya. Terdapat delapan konsep dalam berita (Hikmat, 2018), yakni:

1. Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*); menitikberatkan pada waktu terjadinya suatu peristiwa sebagai faktor terpenting.
2. Berita sebagai rekaman (*news as record*); berita yang tercetak dalam media massa merupakan bagian dari bahan dokumentasi.
3. Berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*)
4. Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*); pembaca berita perlu diberikan penjelasan mengenai sebab, akibat, dan situasi yang terjadi dalam sebuah peristiwa.
5. Berita sebagai sensasi (*news as sensation*)
6. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*); berita menarik bukan karena pentingnya peristiwa yang dilaporkan, melainkan karena sifatnya yang menyentuh perasaan insani, menimbulkan rasa iba, terharu, gembira, prihatin, dan sebagainya.
7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*)
8. Berita sebagai gambar (*news as picture*); banyak kejadian yang dilaporkan dalam bentuk gambar dapat dikatakan lebih efektif daripada hanya dengan kata-kata.

Selain itu, berita memiliki penilaian untuk menentukan apakah suatu peristiwa atau topik yang digunakan layak untuk diberitakan atau tidak. Nilai berita

adalah kemampuan jurnalis dalam menentukan mana berita yang layak untuk dipublikasikan dan dianggap relevan bagi pembaca berita itu sendiri. Nilai berita melibatkan penilaian yang sangat kompleks, termasuk evaluasi nilai berita, kepentingan publik, nilai-nilai etis, dan dampak sosial (McQuail, 2016). Menurut Kovach dan Rosentiel (2014) menjelaskan bahwa nilai berita juga mencakup kemampuan jurnalis dalam membedakan antara fakta dan opini, menilai keandalan sumber informasi, dan memahami implikasi yang mungkin terjadi dari berita yang dipublikasikan. Yopp, McAdams, dan Thornburg (2014) mengatakan bahwa kriteria nilai berita dapat dilihat dari *news worthiness* dan *who cares method*. Berikut kriteria yang dilihat dari *news worthiness*:

1. *Prominence* (Ketenaran dan Ketokohan)
2. *Timeliness* (Kebaruan dan Aktualitas)
3. *Proximity* (Kedekatan)
4. *Impact* (Dampak)
5. *Magnitude* (Skala dan Ukuran Peristiwa)
6. *Conflict* (Konflik Pro dan Kontra)
7. *Oddity* (Dampak Emosi dan Kemanusiaan)

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa berita merupakan laporan suatu peristiwa yang harus mengandung nilai dan unsur berita. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti peristiwa yang membahas terkait pemberitaan *food waste dan food loss* di Indonesia pada media *online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn dalam periode Januari – Desember 2022 sebagai media yang akan diteliti tingkat pengemasan pemberitaannya dari berita yang dipublikasi oleh media tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, berita dapat diartikan sebagai produk jurnalisme yang memberikan informasi kepada para pembaca mengenai sebuah peristiwa atau suatu kejadian yang di dalamnya harus mengandung fakta dan data yang akurat. Setiap peristiwa yang disampaikan tidak dapat disebut sebagai berita apabila tidak dipublikasikan ke dalam media massa untuk diketahui oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan konsep berita sebagai objek penelitian yang nantinya akan melihat pemberitaan yang disajikan oleh media *online*.

Pemberitaan yang disajikan dalam media *online* merupakan sebuah produk dari jurnalisme yang telah melewati berbagai proses praktik jurnalistik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep berita karena memiliki kesinambungan dengan penelitian yang dimana ingin melihat bagaimana pengemasan dari sebuah pemberitaan yang disajikan oleh media *online*.

#### **2.2.4. Pengemasan Pemberitaan**

Pengemasan pemberitaan adalah cara media dalam menyajikan informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai teknik dan strategi agar informasi yang disampaikan dapat dimengerti, menarik perhatian, dan memengaruhi opini publik. Pengemasan pemberitaan dapat memengaruhi cara masyarakat dalam memandang suatu peristiwa atau isu (Croteau & Hoynes, 2014). Croteau dan Hoynes (2014) menjelaskan bahwa pengemasan pemberitaan dapat dilakukan dengan cara memilih kata-kata, fokus pemberitaan, atau bahkan memilih sudut pandang tertentu dalam pemberitaan. Hal ini dilakukan agar publik dapat memiliki pemahaman yang dikehendaki oleh media massa terhadap suatu peristiwa atau isu. Pengemasan pemberitaan dapat meliputi aspek seperti frekuensi penayangan berita, jenis berita, nilai berita, 5W+1H, dan nada berita.

Frekuensi penayangan berita dapat berkisar dari beberapa jam hingga beberapa hari, tergantung pada faktor-faktor seperti berita yang bersangkutan dengan kepentingan publik, tingkat kepentingan, atau kejadian yang tidak terduga (Hanson, 2016). Menurut Hanson (2016), frekuensi penayangan berita sering kali ditentukan oleh media massa yang bersaing untuk menarik perhatian publik. Oleh karena itu, media massa cenderung memberikan pemberitaan yang paling menarik dan paling kontroversial, dan sering kali melupakan berita yang kurang menarik atau kurang kontroversial. Isu yang menjadi sorotan utama media massa pada suatu periode waktu dapat menarik perhatian masyarakat dan memengaruhi pandangan mereka terhadap suatu isu atau peristiwa (Croteau & Hoynes, 2014).

Selain itu, pengemasan pemberitaan juga dilihat dari jenis berita yang disajikan dalam media *online*. Jenis-jenis berita dalam jurnalisme terdiri dari beberapa jenis (Muhtadi, 2018), yaitu:

1. Hard News

Hard news adalah jenis berita yang menginformasikan tentang peristiwa atau kejadian penting dan aktual yang sedang terjadi. Hard news biasanya terkait dengan politik, kejahatan, bencana, dan sebagainya. Berita jenis ini harus dikemas secara jelas dan faktual

2. Soft News

Soft news adalah jenis berita yang fokus pada kisah manusia, kehidupan sehari-hari, dan aspek-aspek non politis dari kehidupan. Soft news cenderung lebih menghibur daripada menginformasikan, dan digunakan untuk menarik pembaca atau penonton yang lebih luas

3. Feature news

Feature news adalah berita yang menyajikan kisah yang lebih mendalam tentang topik tertentu. Berita jenis ini biasanya lebih panjang dan mendalam daripada hard news atau soft news. Feature news seringkali juga memiliki unsur human interest, dan digunakan untuk menarik pembaca atau penonton yang lebih tertarik pada topik tertentu

4. Investigative News

Investigative news adalah jenis berita yang melibatkan penyelidikan yang lebih dalam dan seringkali memerlukan waktu yang lama. Berita ini biasanya mengungkapkan kejahatan atau pelanggaran hukum yang terjadi dalam suatu organisasi atau pemerintahan.

Pengemasan pemberitaan juga dilihat dari nilai berita yang disajikan. Menurut Hanson (2016), nilai berita adalah kriteria yang digunakan oleh jurnalis dalam menentukan apakah suatu peristiwa pantas diberitakan. Nilai-nilai berita dipilih oleh jurnalis karena mereka mencerminkan kepentingan dan kebutuhan masyarakat dalam mengikuti berita. Jurnalis juga mempertimbangkan nilai-nilai berita dalam memilih peristiwa yang akan diberitakan dan bagaimana cara melaporkannya. Ada berbagai nilai berita yang digunakan oleh jurnalis, yakni *prominence*, *timeliness*, *proximity*, *impact*, *magnitude*, *conflict*, dan *oddity* (Hanson, 2016).

Tidak hanya itu, pengemasan pemberitaan harus mengandung konsep 5W+1H. Konsep 5W+1H adalah salah satu konsep dasar dalam jurnalisme yang digunakan untuk memastikan semua informasi yang relevan dan penting dalam suatu berita tercakup dengan baik (Croteau & Hoynes, 2014). Konsep 5W+1H terdiri dari enam pertanyaan, yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). Croteau dan Hoynes (2014) mengatakan bahwa dalam menjawab keenam pertanyaan tersebut, jurnalis harus mencari sumber informasi yang dapat dipercaya dan melakukan penelitian yang teliti agar informasi yang disajikan akurat dan terpercaya. Dengan memenuhi konsep 5W+1H, berita dapat memberikan informasi yang lengkap dan jelas kepada pembaca.

Hal terakhir yang harus ada di dalam pengemasan pemberitaan adalah nada berita. Menurut Itule dan Anderson (2014), nada berita merupakan gaya atau sikap jurnalistik yang terkandung dalam suatu berita, yang dapat memengaruhi pemahaman dan pandangan publik terhadap suatu peristiwa atau isu. Nada berita terbagi menjadi tiga jenis (Itule & Anderson, 2014), yaitu:

1. Nada Netral

Nada netral digunakan dalam pemberitaan yang objektif dan tidak memihak. Jurnalis menggunakan kata-kata yang netral dan tidak menggambarkan emosi atau sentiment pribadi. Nada ini digunakan pada berita-berita yang bersifat hard news, seperti bencana alam, kecelakaan, atau kejadian penting lainnya

2. Nada Positif

Nada positif digunakan pada berita yang memberikan dampak positif atau solusi dari suatu peristiwa atau isu yang diberitakan. Nada ini mengandung semangat atau harapan, dan bertujuan untuk memberikan inspirasi atau motivasi bagi publik. Nada ini umumnya digunakan pada berita-berita yang bersifat human interest.

3. Nada Negatif

Nada negatif pada berita yang memberikan dampak negatif atau peristiwa yang kontroversial. Nada ini mengandung unsur kritik atau pengecaman,



dan bertujuan untuk mengkritisi kejadian yang tidak sesuai dengan nilai-nilai masyarakat atau norma yang berlaku. Nada ini umumnya digunakan pada berita-berita yang bersifat investigatif atau kontroversial.

Berdasarkan penjelasan di atas, pengemasan pemberitaan dapat diartikan sebagai cara dari sebuah media dalam menyajikan dan menyampaikan informasi kepada khalayak. Pengemasan pemberitaan meliputi beberapa aspek seperti frekuensi penayangan berita, jenis berita, nilai berita, unsur berita 5W+1H, dan nada berita. Dalam penelitian ini menggunakan konsep pengemasan pemberitaan sebagai objek penelitian yang nantinya akan melihat apakah pemberitaan yang disajikan oleh media *online* telah memenuhi aspek pengemasan pemberitaan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsep pengemasan pemberitaan karena memiliki kesinambungan dengan penelitian yang ingin melihat bagaimana pengemasan pemberitaan isu *food waste* dan *food loss* dalam media *online*.

### **2.2.5 Food Waste & Food Loss**

*Food waste* dan *food loss* adalah masalah serius yang memengaruhi produksi pangan, lingkungan dan sosial. *Food waste* terjadi pada tahap konsumsi, sementara *food loss* terjadi pada tahap produksi, pengolahan dan distribusi pangan. Kedua masalah ini menyebabkan kerugian ekonomi, lingkungan dan sosial yang signifikan. Menurut Food Agriculture Organization (FAO), sekitar 1,3 miliar ton makanan terbuang setiap tahunnya di seluruh dunia. Sementara itu, 821 juta orang di dunia mengalami kelaparan atau kekurangan pangan. Masalah *food waste* dan *food loss* memiliki dampak ekonomi yang signifikan pada para petani, produsen, dan pedagang, serta dampak lingkungan dan sosial yang signifikan, seperti emisi gas rumah kaca dan ketimpangan distribusi (FAO, 2019)

Menurut Evans dan Campbell (2018), *food waste* terjadi ketika makanan yang dapat dikonsumsi terbuang karena alasan-alasan tertentu. Alasan yang menyebabkan terbuangnya makanan tersebut adalah seperti tanggal kedaluwarsa, penolakan konsumen, atau kesalahan dalam membeli dan menyimpan makanan.

Sementara itu, *food loss* terjadi ketika makanan rusak atau hilang selama proses produksi, pengolahan, atau distribusi.

Sampah makanan atau limbah pangan merupakan pangan (makanan/bahan pangan) yang tidak dikonsumsi oleh manusia dengan alasan apapun dan berakhir di Tempat Pembuangan Akhir. Limbah pangan dibagi menjadi dua kategori, yakni *food waste* dan *food loss*. Kedua kategori limbah pangan tersebut merupakan dua hal yang berbeda. *Food waste* adalah makanan yang siap dikonsumsi oleh manusia namun dibuang begitu saja dan berakhir menumpuk di Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Penumpukan *food waste* di TPA dapat menghasilkan gas metana dan karbondioksida yang tidak sehat untuk bumi (ZeroWaste, 2021). *Food waste* merupakan makanan yang telah melewati rantai pasokan makanan hingga menjadi produk akhir, berkualitas baik, dan layak dikonsumsi, tetapi tidak dikonsumsi dan dibuang begitu saja. *Food waste* biasanya terjadi pada tingkat ritel dan konsumen (Envihsa, 2022).

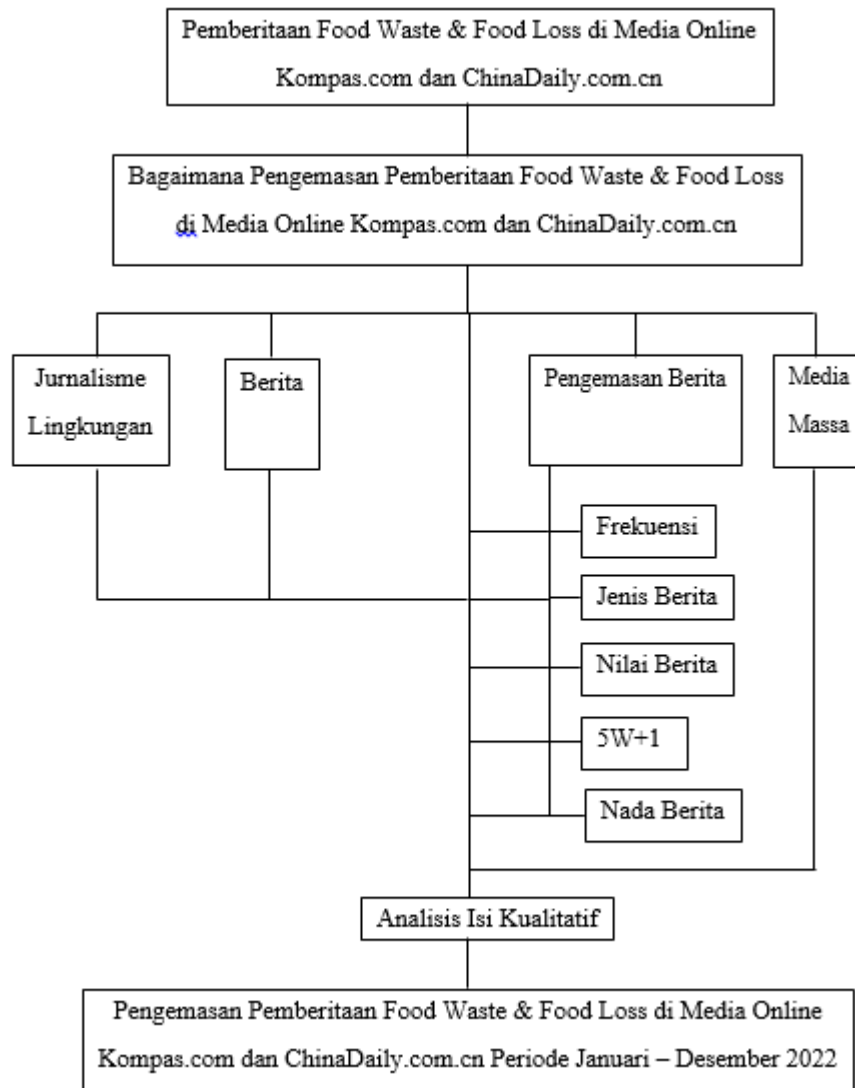
Berbeda dengan *food waste*, *food loss* adalah sampah makanan yang berasal dari bahan pangan seperti sayuran, buah-buahan atau makanan yang masih mentah namun sudah tidak bisa diolah menjadi makanan dan berakhir terbuang begitu saja (ZeroWaste, 2021). Fenomena *food loss* mengakibatkan banyak masyarakat yang kesulitan untuk mendapatkan bahan makanan. *Food loss* disebabkan oleh proses pra-panen yang dilakukan oleh para petani tidak menghasilkan mutu yang diinginkan oleh pasar. Sehingga, hasil panen akhirnya terbuang begitu saja dan tidak bisa diolah menjadi makanan. Hal lainnya juga terjadi akibat permasalahan dalam penyimpanan, penanganan, dan pengemasan. Sehingga, produsen bahan pangan memutuskan untuk membuang bahan pangan tersebut. Penyebab lainnya dari *food loss* adalah kurangnya permintaan konsumen di pasar, terlalu lama disimpan dalam gudang dan membusuk hingga berjamur, tidak disimpan secara sempurna dan menyebabkan umurnya menjadi pendek, dan kurang bijaknya masyarakat dalam membeli bahan makanan dan akhirnya membusuk di tempat penyimpanan (kulkas) (ZeroWaste, 2021).

Salah satu cara untuk mengatasi masalah *food waste* dan *food loss* adalah dengan meningkatkan efisiensi produksi dan pengolahan pangan. Selain itu, keterlibatan tokoh di seluruh rantai pasokan pangan dan pengembangan kebijakan

yang tepat juga diperlukan untuk mengurangi jumlah *food waste* dan *food loss* (World Resources Institute, 2013). Dalam upaya untuk mengatasi masalah *food waste* dan *food loss*, perlu dilakukan upaya yang terkoordinasi dari berbagai pihak. Dibutuhkan kebijakan yang tepat, edukasi konsumen, serta inovasi dalam produksi dan pengolahan pangan dapat membantu mengurangi jumlah *food waste* dan *food loss*.

Berdasarkan penjelasan di atas, *food waste* dan *food loss* dapat diartikan sebagai masalah yang serius karena dapat memberikan dampak yang buruk bagi lingkungan hidup. *Food waste* biasanya terjadi pada tahap konsumsi makanan dan mekanisme penyimpanan makanan yang salah, sedangkan *food loss* biasanya terjadi pada tahap produksi, pengolahan, dan distribusi bahan pangan yang dibuang secara percuma dan berujung pada penumpukan sampah. Dalam penelitian ini menggunakan konsep *food waste* dan *food loss* sebagai objek penelitian yang nantinya akan melihat bagaimana isu mengenai *food waste* dan *food loss* yang disajikan melalui sebuah pemberitaan di media *online*. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan konsep *food waste* dan *food loss* karena memiliki kesinambungan dengan objek penelitian yang ingin melihat bagaimana pengemasan sebuah pemberitaan mengenai isu *food waste* dan *food loss* di media *online*.

### 2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas tentang pengemasan pemberitaan *food waste* dan *food loss* di media *online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn selama periode Januari – Desember 2022. Penelitian ini merupakan penelitian komunikasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode analisis isi yang menggunakan konsep pengemasan pemberitaan. Konsep pengemasan pemberitaan dilihat dari beberapa indikator untuk menguraikan bagaimana pemberitaan dikemas oleh media *online*. Beberapa indikator tersebut dapat dilihat berdasarkan lima aspek, yakni frekuensi pemberitaan, jenis berita, nilai berita, unsur berita 5W+1H, dan nada berita.

Kemudian unit analisis yang digunakan yaitu sebanyak 42 artikel berita dari portal media *online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn periode Januari – Desember 2022 yang memuat berita tentang *food waste* dan *food loss*. Hasil penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengemasan pemberitaan *food waste* dan *food loss* di media *online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn periode Januari – Desember 2022.

