

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1. Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan literatur ini, peneliti memulai penelitian dengan mencari beberapa penelitian terdahulu berhubungan dengan penelitian yang akan dijalankan. Penelitian terdahulu merupakan landasan untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya untuk melakukan suatu pengujian ulang atau pengembangan demi mendapatkan hasil yang dituju namun pada waktu yang berbeda. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang didapatkan, dengan harapan mampu menjadi dasar penelitian sebagai pelengkap, pembanding, dan pendukung.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, dan Tahun	Afiliasi Universitas	Teori/Konsep	Metode Penelitian	Kesimpulan
1	Konstruksi Realitas Berita Mengenai Kebijakan Jokowi Dalam Menaikkan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Media Online Viva.co.id Tahun 2014). (Kasihuw, 2017)	Universitas Mulawarman	Analisis Framing Perspektif berita	Metode Analisis Framing Zhongdan g Pan dan M Kosicki	Konstruksi yang dibentuk media viva.co.id mengarah pada persepsi khalayak atas kebijakan kenaikan harga BBM sesuai dengan ideologi politis yang mereka usung. Media viva.co.id berperan sebagai media oposisi yang mengkritik kebijakan pemerintah dengan menyatakan ketidaksetujuan mereka terhadap kebijakan yang ditetapkan, diwujudkan

---

				melalui konstruksi teks berita yang bersudut pandang negatif.
2	Analisis Framing Pemberitaan Kebijakan Kenaikan Harga BBM Bersubsidi di Media Online Detik.com dan Republika.co.id Periode 1-30 September 2022	Sebelas Maret University	Analisis framing perspektif berita	Metode Analisis Framing Zhongdang Pan dan M Kosicki
				Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com mengkonstruksikan pemberitaan yang cenderung kontra atau tidak memihak terhadap kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga BBM. Hal ini dapat dilihat dari berita yang lebih menekankan gagasan pada sisi negatif pemerintah dan tak jarang memberikan penekanan retorik. Sedangkan pemberitaan Republika.co.id lebih cenderung menunjukkan keberpihakan atau pro terhadap kebijakan pemerintah. Terlihat dari

---

				lebih banyak memberikan ruang bagi pemerintah dan gagasan positif perihal upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi dampak kenaikan harga BBM.
3	Analisis Framing Pemberitaan Kenaikan Harga BBM Subsidi Pada Media Online Topmetrone ws Periode September 2022	Universitas Medan Area	Analisis Framing Perspektif Berita	Metode Analisis Framing Zhongdang Pan dan M Kosicki
				Peneliti menyimpulkan bahwa Topmetrone ws berhasil dalam menyampaikan berita dan sesuai menurut nilai-nilai berita yang ada dalam proses jurnalistik, yaitu aktual, menarik, dan berguna. Topmetrone ws dalam membingkai pemberitaan kenaikan harga BBM juga menggunakan gaya bahasa atau leksikon yang berbeda yang pada akhirnya menunjukkan bahwasanya Topmetrone ws menekankan informasi mengenai aksi penolakan kenaikan harga BBM oleh masyarakat, yang

---

ditandai dengan kata “pasca” yang tertuju kepada pemerintah

---

Penelitian yang akan dilakukan terkait dengan judul “Pembingkaiannya Sosok Joko Widodo Dalam Kebijakan Kenaikan Harga BBM” (Di Media Online Kompas.com dan CNNIndonesia.com Periode Juli – Oktober 2022). Dalam penelitian yang ada sebagai pembandingan yang dibingkai oleh beberapa media dan terdapat kesamaan pada penelitian yang dijalankan yaitu dengan menggunakan metode analisis framing, namun yang digunakan sebagai pembandingan untuk perbedaan adalah sebagai berikut:

1. Perbandingan perbedaan penelitian dengan judul “Konstruksi Realitas Berita Mengenai Kebijakan Jokowi Dalam Menaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Media Online Viva.co.id Tahun 2014” yaitu dalam penelitian ini penelitian dilihat hanya dari satu pembingkaiannya media online yaitu viva.co.id, selain itu berita yang diteliti hanya 3 dan berita yang disajikan hanya berisikan tentang penolakan atau respons negatif dari berbagai kalangan terlihat dari pemilihan berita yang diambil oleh peneliti yang lebih banyak mengangkat tema penolakan kepada Jokowi atas kebijakan yang telah diambilnya. Sementara penelitian yang akan diteliti yaitu Pembingkaiannya Sosok Joko Widodo Dalam Kebijakan Kenaikan Harga BBM” (Di Media Online Kompas.com dan CNNIndonesia.com Periode 2022). Melihat pembingkaiannya berita dari dua portal media online yang berbeda yaitu kompas.com dan cnnindonesia.com. Selain itu berita yang diteliti dari masing – masing media online adalah 10 berita Penyajian berita yang dipilih dari sisi pro dan kontra.

2. Perbandingan perbedaan penelitian dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Kebijakan Kenaikan Harga BBM Bersubsidi di Media Online Detik.com dan Republika.co.id Periode 1-30 September 2022”. Yaitu dalam penelitian ini menggunakan media online Detik.com dan Republika.co.id pada periode 1 – 30 September 2022 dalam meneliti kebijakan harga bahan bakar minyak subsidi. Sementara penelitian yang akan diteliti yaitu Pembingkaiannya Sosok Joko Widodo Dalam Kebijakan Kenaikan Harga BBM” di media online Kompas.com dan CNNIndonesia.com pada periode Juli – Oktober 2022.
3. Perbandingan perbedaan penelitian dengan judul “Analisis framing Pemberitaan Kenaikan Harga BBM Subsidi Pada Media Online Topmetronews Periode September 2022” yaitu dalam penelitian ini menggunakan satu media online yaitu Topmetronews pada periode September 2022 dalam meneliti kenaikan harga BBM subsidi. Sementara penelitian yang akan diteliti yaitu Pembingkaiannya Sosok Joko Widodo Dalam Kebijakan Kenaikan Harga BBM” di media online Kompas.com dan CNNIndonesia.com pada periode Juli – Oktober 2022.

## **2.2. Teori dan Konsep**

### **2.2.1. Konstruksi Realitas Media**

Berita yang disampaikan melalui pemberitaan di media massa muncul dari proses konstruksi realitas dari sudut pandang atau ideologi dari jurnalis dan media. menurut Peter Dahlgren dalam buku Eriyanto (2018) mengemukakan bahwa sebagian besar dari pembentukan realitas sosial terjadi melalui aktivitas proses manusia, budaya, dan penggunaan bahasa. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa pembentukan realitas dalam media berkaitan dengan konsep konstruksi sosial yang dijelaskan dalam teori oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Peter L. Berger dalam Bungin (2017), teori konstruksi realitas merupakan sebuah proses di mana seseorang dapat berinteraksi dan membentuk realitas yang ada. Pemahaman realitas sosial melibatkan perbedaan antara pengenalan kenyataan dan pemahaman pengetahuan. Realitas yang diuraikan mencakup kualitas yang hadir

dalam berbagai konteks yang diakui keberadaannya, tanpa tergantung pada kehendak individu. Sementara itu, pengetahuan dalam konteks ini merujuk pada keyakinan bahwa realitas tersebut benar adanya dan memiliki karakteristik khusus (Bungin, 2017).

Menurut Berger dan Luckman sebagaimana dikutip dalam Bungin (2017), konstruksi sosial merujuk pada suatu proses di mana internalisasi, objektivasi, dan eksternalisasi terjadi dalam masyarakat dan individu secara bersamaan. Proses ini bersama-sama membentuk realitas yang tercermin dalam persepsi publik, pengetahuan umum, dan kesadaran kolektif. Berdasarkan penjelasan tersebut, proses dialektika konstruksi realitas terjadi melalui tiga tahapan, yaitu:

- a. Eksternalisasi, yakni suatu usaha untuk mencurahkan ekspresi diri manusia ke dalam dunia dengan kegiatan fisik maupun mental seperti gejala sosial dan tingkah laku.
- b. Objektivasi, merujuk pada pencapaian hasil yang dapat diekspresikan melalui eksternalisasi, baik dalam bentuk kegiatan fisik maupun mental untuk mengekspresikan diri.
- c. Internalisasi, yakni dasar oleh pemahaman diri sendiri dan orang lain juga pemahaman tentang dunia sebagai sesuatu yang berharga juga bermakna dari kenyataan sosial.

Teori konstruksi realitas ini mengarah pada paradigma konstruktivisme, yaitu realitas sosial dipandang sebagai konstruksi sosial yang telah dibentuk oleh individu kemudian individu tersebut yang menjadi penentu di dalam dunia sosial karena mereka bertindak sesuai dengan kehendak yang mereka mau. Macam-macam konstruktivisme yaitu (Bungin, 2017):

- a. Konstruktivisme radikal, dimana individu hanya akan mengakui sesuatu berdasarkan darinya sesuatu yang dibuat oleh pikiran diri sendiri. namun, bentuk tersebut tidak selalu cerminan dari kehidupan nyata atau realita.
- b. Hipotesis Realisme, pengetahuan adalah suatu hipotesis yang terstruktur sebagai representasi yang mendekati realitas, dengan tujuan mencapai pemahaman yang mendasar.
- c. Konstruktivisme biasa, umumnya individu mengakui dan memahami segala konsekuensi dan pengetahuan dari perspektif konstruktivisme sebagai

representasi dari realitas. Pengetahuan tersebut kemudian dianggap sebagai gambaran yang dibentuk oleh individu dari realitas objektif yang ada dalam dirinya.

Konstruktivisme merupakan proses kognitif individu untuk menginterpretasikan realitas dunia melalui interaksi sosial antara individu di lingkungan mereka. Selanjutnya, mereka secara mandiri membangun pengetahuan tentang realitas yang mereka amati berdasarkan struktur pengetahuan yang dimilikinya. (Zhikhri, 2015).

Jika teori konstruksi realitas dikaitkan dengan praktik kerja pada media massa, media massa memproduksi konstruksi realitas melalui berita dengan cara menyeleksi fakta yang dimuat dalam berita. Media massa melakukan proses interaksi dan membentuk realitas sebuah peristiwa atau isu. Ketika mengonstruksi berita, wartawan akan merekam dan mempersepsi fakta peristiwa atau kejadian dan fakta pendapat atau pernyataan narasumber. Selain itu, wartawan sebagai bagian dari institusi media akan menyeleksi fakta-fakta tersebut untuk disusun menjadi berita (Yusriyah, & Rasyid, 2022).

Hal ini juga menunjukkan media berupaya menyajikan sebuah peristiwa atau kebijakan dalam konstruksi tertentu tertentu. Konstruksi realitas pemberitaan media atau proses penyeleksian fakta juga dipengaruhi oleh ideologi media (Yusriyah, & Rasyid, 2022). Karena itu, berita-berita yang disajikan kepada Masyarakat luas tidak dapat lagi diterima begitu saja tanpa penafsiran lebih lanjut karena sudah bercampur dengan berbagai kepentingan seperti kepentingan pengiklanan, penguasa, institusi politik, dan institusi media (Hasanah, & Mardikantoro, 2017).

Konstruksi realitas media yang berasal dari teori konstruksi realitas sosial ini dapat diterapkan di dalam penelitian ini karena media online seperti Kompas.com dan CNN Indonesia melakukan konstruksi realitas dalam memberitakan kebijakan kenaikan harga BBM. Kedua media melakukan penggambaran yang berbeda terkait isu itu, khususnya ketika mendeskripsikan sosok Jokowi.

### 2.2.2. Framing

Menurut Nugroho (2013:20-22), Framing digunakan untuk memahami perspektif atau sudut pandang yang digunakan oleh jurnalis saat memilih isu dan menyusun berita. Cara pandang atau perspektif ini yang menentukan fakta, bagian yang ditekankan atau diabaikan, serta tujuan yang diinginkan dalam penyampaian berita (Nugroho, 2013: 20-22).

Pada setiap pemberitaan, termasuk pemberitaan isu-isu politik, media massa memiliki frame atau bingkai tertentu. Bingkai suatu media akan sangat dipengaruhi oleh visi, misi, dan peran jurnalis dalam menghasilkan berita. Framing berita tampak dalam usaha jurnalis untuk menyusun kenyataan atau fakta yang diperoleh di lapangan, serta menjabarkan atau menceritakan peristiwa dalam bentuk berita. Selain itu, frame berita juga terlihat pada upaya jurnalis menekankan arti tertentu ketika menuliskan fakta dalam berita. Karena itu, framing sangat terkait kerangka kerja, rutinitas organisasi media, dan proses produksi berita. Framing menunjukkan upaya media membingkai peristiwa, termasuk bagaimana dan kenapa peristiwa dimasukkan dalam bingkai tertentu (Febriyanti & Karina, 2021).

Aini & Setiawan (2021) mengatakan bahwa Framing mencerminkan pendekatan media dalam menceritakan suatu peristiwa atau kejadian di dunia nyata. Cara penceritaan media dapat bervariasi sesuai dengan norma-norma yang diterapkan. Lebih dari itu, metode penceritaan media dapat tercermin dari perspektif yang digunakan untuk mengamati realitas yang akan dijadikan berita. Perspektif dan metode penceritaan ini memiliki dampak signifikan hingga pembentukan akhir dari konstruksi realitas dalam suatu berita. Pembingkai media dapat dilakukan dengan cara menonjolkan atau tidak menonjolkan sosok tertentu di halaman utama (Kurniawan & Muktiyo, 2019), menggunakan struktur berita 5W+1H (Pohan, Sari, & Maisyarah, 2023), serta sumber berita dan gambar pendukung yang dipilih oleh media (Bintang & Suryawati, 2013). Media melakukan konstruksi realitas melalui bahasa dalam berita yang disebarkan ke ruang publik sekaligus mengonstruksi realitas.

Framing dalam media massa mencerminkan bagaimana wartawan dan media menghadirkan sudut pandang atau perspektif tertentu ketika melaporkan



suatu peristiwa atau kebijakan. Peneliti melihat bahwa konsep framing dapat bermanfaat bagi penelitian dengan tujuan melihat bagaimana sebuah media memaknai suatu realitas dan bagaimana realitas tersebut dibingkai. Karena itu, hal tersebut berkaitan dengan apa yang akan diteliti untuk melihat bagaimana pbingkaian dari media online Kompas.com dan CNN Indonesia dalam berita kebijakan kenaikan harga BBM, khususnya ketika mendeskripsikan sosok Jokowi.

### **2.2.3. Framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki**

Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki menyusun sebuah model framing yang membahas secara lengkap tentang cara jurnalis menyusun, menceritakan kembali, menulis, dan menekankan fakta (Juliani & Sutrisno, 2018). Sementara Rasyid, Kholil, & Lubis (2018) menjelaskan bahwa Pan & Kosicki memfokuskan pada struktur bahasa yang digunakan dalam mengkonstruksi realitas. Model framing Pan dan Kosicki menekankan secara detail bagian-bagian berita mana saja yang harus dicermati agar dapat melihat framing suatu berita mengenai peristiwa atau isu (Damanik, 2016). Makna yang dimaksudkan dari sebuah berita memiliki kemampuan mengarahkan perhatian sekaligus membatasi perspektif yang tersedia bagi khalayak (Geraldine, Aisyi, & Pitasari, 2017). Berdasarkan penjelasan tersebut, model Pan & Kosicki berasumsi bahwa bagaimana jurnalis dan media memandang suatu peristiwa atau kebijakan dapat dilihat dari serangkaian sinyal yang muncul dalam teks, yakni bahasa dan unit bahasa seperti kata, kalimat, paragraf, parafrase, dan struktur teks.

Menurut Damanik (2016), terdapat dua konsepsi utama dalam framing yang diterapkan oleh jurnalis, yakni konsepsi psikologi dan sosiologi. Konsepsi psikologi pertama-tama berkaitan dengan struktur internal pikiran seseorang, menjelaskan cara jurnalis menerima informasi berdasarkan pemahamannya. Dalam konsepsi psikologi, ditegaskan bahwa pemahaman jurnalis akan memengaruhi cara mereka memberikan konteks dan menempatkan elemen-elemen tertentu saat melaporkan suatu peristiwa atau isu yang mencuat. Kedua, konsep sosiologi berkaitan dengan wacana sosial dan politik di masyarakat. Dalam konsepsi sosiologis, dijelaskan bahwa jurnalis berupaya mengorganisir, mengklasifikasikan, dan menafsirkan

pengalaman sosial mereka guna mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang diri mereka sendiri dan realitas luar diri yang sesungguhnya.

Kemudian, Pan dan Kosicki mengintegrasikan kedua aspek berbeda tersebut. Dengan demikian, jurnalis tidak hanya menggunakan pemahamannya untuk mengkonstruksi realitas, tetapi melibatkan proses konstruksi realitas melibatkan nilai-nilai sosial yang ada dalam diri jurnalis, nilai sosial dalam masyarakat berpengaruh karena jurnalis tidak menulis untuk dirinya sendiri. tapi untuk publik, proses produksinya melibatkan standar jurnalisme (Damanik, 2016).

Pan & Kosicki membagi model framingnya menjadi empat struktur yakni struktur skrip, sintaksis, retorik, dan struktur tematik (Suprobo, et al., 2016). Berikut penjelasan empat struktur tersebut.

a. Struktur Sintaksis

Struktur sintaksis merupakan metode jurnalis dalam menyusun fakta (Juliani & Sutrisno, 2018). Struktur sintaksis melibatkan cara wartawan mengatur pernyataan, opini, peristiwa, kutipan, dan pengamatan terkait kejadian ke dalam format umum berita (Zulfayani & Nasution, 2017). Struktur sintaksis, yakni organisasi berurutan elemen struktural terdiri atas judul, lead, episode, latar belakang, dan penutup (Geraldine et. al, 2017).

b. Struktur Skrip

Struktur skrip adalah metode jurnalis untuk memisahkan fakta (Juliani & Sutrisno, 2018). Struktur skrip berkaitan dengan cara bagaimana jurnalis menjabarkan atau menceritakan suatu peristiwa kedalam penyusunan berita (Zulfayani & Nasution, 2017). Struktur skrip adalah bentuk umum yang mencakup elemen-elemen 5W+1H yang biasanya digunakan dalam penulisan berita yaitu mengapa, kapan, dimana, siapa, apa, , dan bagaimana. Kategori-kategori ini diharapkan dikumpulkan dan dilaporkan dari reporter (Geraldine et. al, 2017).

c. Struktur Tematik

Struktur tematik adalah bagaimana jurnalis menulis suatu fakta (Juliani & Sutrisno, 2018). Struktur tematik melibatkan bagaimana wartawan menyampaikan perspektifnya terhadap suatu peristiwa dengan menyusun proposisi, kalimat, atau keterkaitan antara kalimat untuk membentuk teks

secara keseluruhan (Zulfayani & Nasution, 2017). Struktur tematik dalam konteks berita tidak selalu harus terfokus pada kejadian atau peristiwa tertentu. Sebagian dari struktur tematik dapat mencakup cerita yang menitikberatkan pada satu isu atau topik khusus, sehingga mencakup peristiwa, kejadian, dan pernyataan yang disajikan sebagai hasil dari isu atau topik tersebut. Jenis berita seperti ini memiliki ciri-ciri khusus, termasuk cara peristiwa diambil kutipannya, bagaimana sumber informasi diacu, dan bagaimana proposisi dijelaskan (Geraldine et. al, 2017).

d. Struktur Retoris

Struktur retorika adalah metode jurnalis untuk menekankan fakta (Juliani & Sutrisno, 2018). Struktur retorik terkait dengan cara wartawan memberikan penekanan khusus pada makna tertentu dalam penyampaian berita (Zulfayani & Nasution, 2017). Struktur retorik mencerminkan model pilihan yang dibuat oleh jurnalis dalam kaitannya dengan dampak yang diinginkan. Hal ini meliputi bagaimana sebuah tema disajikan atau disiratkan, dan bukti-bukti berupa pengamatan jurnalis terhadap peristiwa atau pernyataan narasumber disajikan (Geraldine et. al, 2017).

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bagaimana seorang individu dalam memproses dan mengelola suatu informasi dan isu mengenai sebuah peristiwa yang dialami untuk membuat suatu realitas menjadi dapat diidentifikasi, dipahami, dan dimengerti oleh masyarakat luas. Framing juga digunakan sebagai perangkat yang dapat memberitakan sebuah isu atau peristiwa agar lebih menonjol dari isu atau peristiwa lainnya dengan menggunakan cara penafsiran kemudian disimpan untuk disebarluaskan kepada khalayak. Penelitian ini mengadopsi model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki sebagai kerangka kerja karena pendekatan gaya pemberitaan yang digunakan oleh Kompas.com dan CNN Indonesia dalam menggambarkan sosok Jokowi terkait kebijakan kenaikan harga BBM dapat dianalisis dan diinterpretasi melalui struktur yang terdapat dalam model framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki.

#### 2.2.4. Media Online

Media massa saat ini tidak hanya memiliki fungsi untuk menghibur, mendapatkan informasi, mendidik, menyampaikan informasi, hanya mempengaruhi masyarakat semata atau kontrol sosial. Media massa merupakan alat komunikasi yang dipakai untuk mengirimkan pesan dari sumber kepada khalayak atau penerima (Cangara, 2018). Media massa saat ini telah melakukan fungsi pembentukan pendapat umum dan proses mediasi dengan menggabungkan realitas yang ada pada masyarakat dan realitas objektif. Saat ini, media massa telah menjadi platform yang dapat diakses secara fleksibel, baik kapan pun maupun di mana pun.

Media daring saat ini menjadi identifikasi umum dalam bentuk media yang beroperasi berdasarkan teknologi telekomunikasi dan multimedia, menyajikan informasi yang *up-to-date*, terkini, dan dapat diakses oleh seluruh dunia yang terhubung dengan internet. Menurut Camero & Alba (2019), media online adalah bentuk jurnalisme daring yang didefinisikan sebagai pelaporan peristiwa atau fakta yang disebar dan diproduksi melalui internet. Secara keseluruhan, media online dapat dijelaskan sebagai segala jenis atau bentuk format media yang dapat diakses melalui internet, termasuk format media seperti suara, foto, video, dan teks (Vanya, 2021).

Media daring seringkali dipergunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan tanpa terkendala oleh batasan ruang dan waktu, hal ini membuat kemudahan kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi yang diinginkan atau didapat. Kompas.com dan cnnindonesia.com merupakan beberapa media online yang ada di Indonesia, kedua media tersebut memberikan informasi kepada masyarakat luas untuk konsumsi publik. Oleh karena itu, hal tersebut berkaitan dengan apa yang akan diteliti untuk melihat bagaimana pemberitaan dari media online Kompas.com dan CNN Indonesia menggambarkan sosok Jokowi dalam berita kenaikan harga BBM.

### 2.2.5. Berita Online

Romli (2014) menyatakan bahwa berita memiliki peran sentral dalam konteks media massa bersama dengan pandangan (opini). Menyusun materi berita setelah menemukannya dianggap sebagai tanggung jawab utama jurnalis dan merupakan bagian integral dari 15 bagian redaksi dalam penerbitan pers atau media massa. Berita online merupakan Beragam jenis berita yang disebarluaskan melalui internet dalam format gambar, video, audio, dan teks. Menurut Romli (2014) ada empat nilai-nilai berita yang harus dipenuhi oleh suatu berita agar dapat dipublikasikan di media massa, yaitu:

1. Cepat

Suatu berita yang hendak dipublikasikan harus memiliki unsur cepat atau aktual dan sesuai dengan waktu yang tepat. Pada nilai berita ini, terdapat makna harfiah dari kata "berita" (news). Hal ini karena banyaknya peristiwa yang terjadi maka berita yang dibuat juga harus mengikuti perkembangan peristiwa dengan cepat.

2. Nyata (Faktual)

Berita yang diterbitkan harus bersifat faktual atau realistis, bukan hasil karya karangan atau fiksi. Dalam konteks jurnalistik, fakta melibatkan kejadian atau peristiwa yang benar-benar terjadi (real event), pendapat (opini), dan pernyataan (statement) dari sumber berita. Pada nilai berita ini, terkandung pemahaman bahwa berita yang diungkapkan harus mencakup informasi yang melaporkan fakta yang sesungguhnya.

3. Penting

Berita yang diterbitkan harus berhubungan dengan kepentingan publik. Hal ini berarti peristiwa yang terjadi memiliki dampak signifikan atau dianggap penting untuk dipublikasikan karena dianggap perlu diketahui atau diinformasikan kepada masyarakat luas.

4. Menarik

Berita yang dipublikasikan harus memiliki daya tarik atau mampu memikat pembaca agar tertarik untuk membacanya. Penggunaan penulisan berita yang memengaruhi atau terkait dengan kepentingan atau kehidupan banyak

orang umumnya dapat menarik perhatian pembaca. Hal ini bisa melibatkan berita yang bersifat menghibur, unik, atau berkategori human interest, yang mencakup berita yang memiliki daya tarik emosional.

Oleh karena itu hal tersebut berkaitan dengan apa yang akan diteliti untuk melihat bagaimana berita online yang diberitakan oleh media online Kompas.com dan CNN Indonesia dalam menggambarkan hasil pembentukan atau konstruksi realitas mereka mengenai sosok Jokowi dalam berita kenaikan harga BBM.

#### **2.2.6. Kenaikan BBM**

Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan suatu substansi berwujud cair yang dapat diubah menjadi sumber energi. Sesuai dengan Pasal 1 angka (1) Peraturan BPH Migas No. 6 tahun 2015 mengenai Penyalur, BBM diartikan sebagai bahan bakar yang berasal atau diolah dari minyak bumi. Bahan bakar sendiri didefinisikan sebagai materi apapun yang dapat diubah menjadi sumber energi. Energi panas umumnya terdapat dalam bahan bakar dan dapat dibebaskan dan dimanipulasi.

Sebagian besar energi yang digunakan oleh manusia diperoleh dari bahan bakar yang menghasilkan panas setelah berinteraksi dengan oksigen dalam udara melalui reaksi redoks. Bahan bakar umumnya mengandung energi panas yang dapat dikeluarkan dan dimanipulasi. Secara umum, manusia menggunakan bahan bakar hasil dari reaksi redoks atau melalui proses pembakaran, di mana bahan bakar tersebut akan mengeluarkan panas setelah berinteraksi dengan oksigen yang ada di udara. Definisi Bahan Bakar Minyak (BBM) berdasarkan UU No.22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi. Minyak bumi adalah hasil alami yang menghasilkan hidrokarbon dalam bentuk cairan atau padatan di bawah tekanan atmosfer dan suhu tertentu, seperti lilin mineral, ozokerit, atau aspal yang dihasilkan melalui kegiatan industri minyak dan gas. Bahan Bakar Minyak (BBM) merujuk pada jenis bahan bakar yang diperoleh dari minyak bumi dan dapat diolah serta dicampur dengan minyak nabati guna mencapai tingkat oktan yang diinginkan. Komoditas BBM meliputi Bensin, Avgas, Premium, pertamax, Avlur, Peralite, Pertamina Plus, Minyak Solar, Minyak Tanah, dan lain-lain. Penggunaan Bahan Bakar Minyak (BBM) di Indonesia akan terus mengalami peningkatan seiring dengan

pertumbuhan ekonomi, dan juga akan mengalami penurunan seiring dengan ketersediaan BBM di Indonesia. kecuali terdapat sumber energi baru terbarukan.

Pemerintah bersama DPR mengatur dan menetapkan harga BBM bersubsidi berlaku sama di seluruh wilayah Indonesia dengan memperhatikan anggaran pokok penyediaan bahan bakar minyak yang disediakan oleh Pertamina atau badan usaha lainnya. Sementara untuk BBM non-subsidi harganya tidak diatur oleh pemerintah, dimana untuk harga BBM non-subsidi badan usaha diperbolehkan untuk bersaing dengan sehat dan juga efisien dengan tetap berada di jalur koridor UU Minyak dan Gas Bumi No. 22 tahun 2001. Oleh karena itu kenaikan BBM berkaitan dengan apa yang akan diteliti untuk melihat bagaimana framing yang dibingkai oleh media online Kompas.com dan CNN Indonesia dalam menggambarkan hasil pembentukan atau konstruksi realitas mereka mengenai Pembungkaiannya Sosok Joko Widodo Dalam Kebijakan Kenaikan Harga BBM terhadap khalayak luas.

#### **2.2.7. Sosok Jokowi**

Joko Widodo, yang akrab disapa Jokowi, menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia yang ke-7 sejak tahun 2014. Sebelum menjabat sebagai presiden Republik Indonesia, kiprah Jokowi pada dunia politik berawal dari menjadi Wali Kota Solo pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2012 (Detik, 2014). Kemudian Jokowi menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta pada tahun 2012 sebelum akhirnya menjabat sebagai Kepala Negara Republik Indonesia. Jokowi berhasil menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia selama 2 periode. Pada periode pertama Jokowi menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia ke-7 pada 20 Oktober tahun 2014 yang dibantu oleh Wakil Presiden Muhammad Jusuf Kalla, lalu pada periode kedua tahun 2019 Jokowi kembali memenangi pemilu dan kembali menjabat menjadi Presiden RI didampingi dengan Wakil Presiden KH Ma'ruf Amin.

Sosok Jokowi sendiri sudah dikenal oleh masyarakat karena gaya kepemimpinannya yang dianggap berbeda dengan pemimpin lainnya baik saat menjadi Walikota Solo maupun Gubernur DKI Jakarta. Gaya kepemimpinan Jokowi dianggap oleh banyak kalangan sebagai sosok yang dibutuhkan oleh

masyarakat, karena Jokowi diakui berasal dari lapisan masyarakat yang lebih rendah dan memiliki kepribadian atau gaya kepemimpinan yang dekat dengan rakyat (Kania, 2014). Tak hanya dikenal di dalam negeri, di luar negeri pun sosok Jokowi juga dikenal dan memiliki kesan berbeda di mata kepala negara lainnya. seperti pernyataan sanjungan oleh mantan Presiden Amerika Serikat, Barrack Obama yang mengatakan bahwa Ia merasa diapresiasi dapat bertemu presiden Jokowi dan menaruh harapan peningkatan Kerjasama, dan pernyataan Presiden Rusia Vladimir Putin yang menyatakan dibawah kepresidenan Jokowi hubungan antara Indonesia dan Rusia akan semakin baik (Sadasri, 2019).

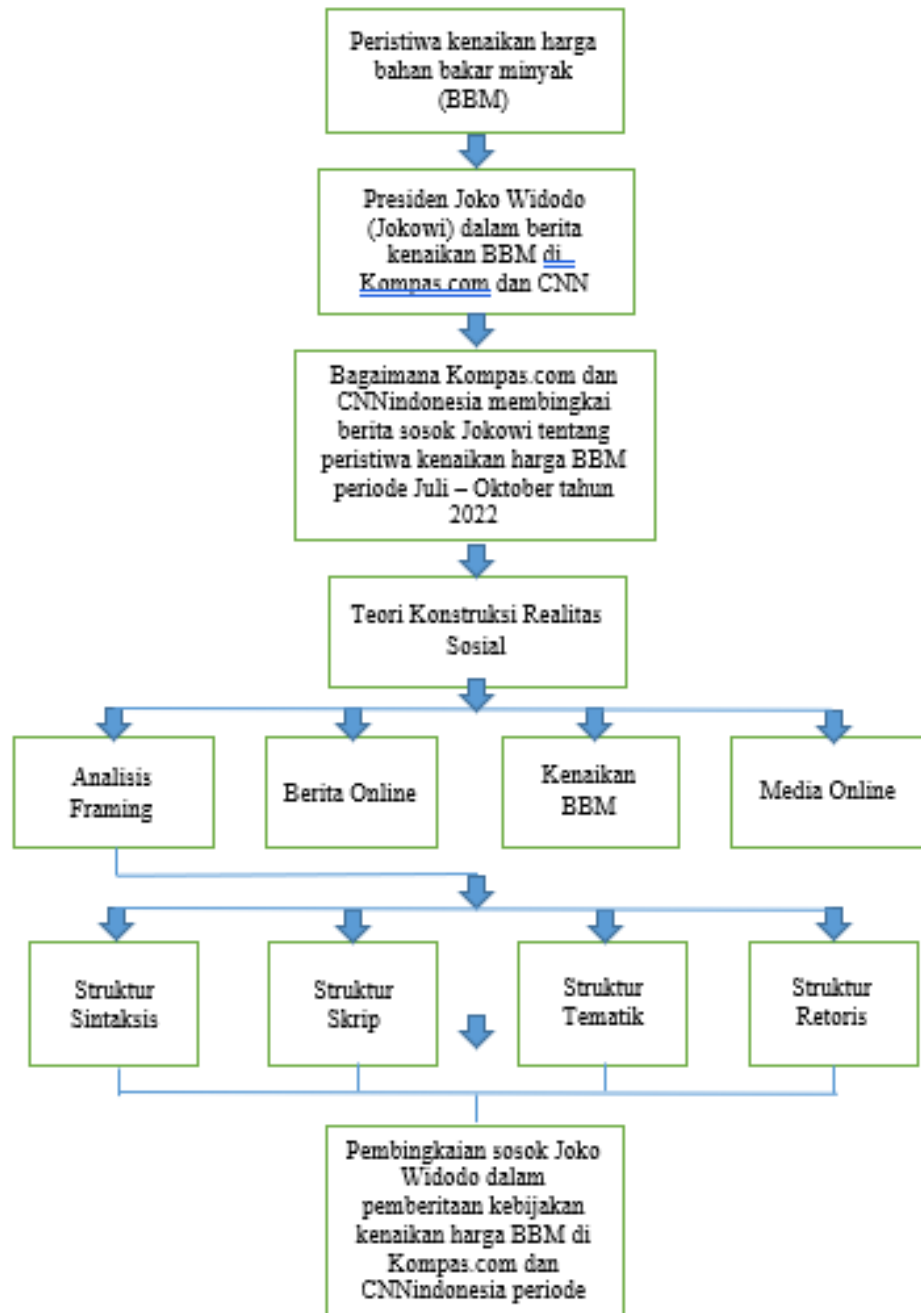
Sosok Jokowi memiliki *stereotype* atau citra yang berbeda dengan sosok pemimpin lainnya, pada awal kepemimpinannya sebagai Presiden Republik Indonesia, Jokowi sudah dikenal sebagai pemimpin yang memiliki gaya kepemimpinan sederhana, tenang dan juga sabar dalam kepemimpinannya (Rengifurwarin, 2014). Jokowi memiliki ciri khas tersendiri yaitu 'kesederhanaan' maupun 'kedekatannya' dengan masyarakat yang membuat rakyat juga merasa dekat dengan pemimpinnya dan tidak sungkan untuk bercerita terkait kendala yang mereka hadapi. Hal itu terlihat dari bagaimana Jokowi melakukan kunjungan ke berbagai daerah di Indonesia seperti pusat perbelanjaan, pasar, maupun tempat – tempat tertentu untuk melihat perkembangan usaha lokal sekaligus untuk sekadar bertemu dan menyapa rakyatnya (Novianty, 2019).

Media menggambarkan Jokowi sebagai sosok yang mampu merangkul seluruh masyarakat dan segala bentuk keberagaman. Jokowi merupakan representasi dari seluruh harapan dan cita-cita masyarakat Indonesia yang sangat beragam (Nashirussolah, et al., 2014). Media juga menampilkan Jokowi sebagai manusia biasa yang meraih kekuasaan karena komitmennya terhadap kepentingan rakyat dan berperan sebagai pemberi suara rakyat. Media menggambarkan citra Jokowi sebagai sosok yang positif lantaran latar belakang sosio-ekonominya yang bukan dari kalangan kaya (Setiawan & Taufik, 2022). Oleh karena itu sosok Jokowi berkaitan dengan apa yang akan diteliti untuk melihat bagaimana framing yang dibingkai oleh media online Kompas.com dan CNN Indonesia dalam menggambarkan sosok Jokowi pada berita kenaikan harga BBM.



### 2.3. Kerangka Berpikir

Tabel 2.3 Kerangka Berpikir



Pada kerangka berpikir di atas, peneliti bertujuan ingin mengamati bagaimana pembingkaiian yang dilakukan portal media online terkait dengan berita kenaikan harga BBM periode Juli – Oktober pada tahun 2022. Dalam hal ini peneliti menggunakan peristiwa kenaikan harga BBM dengan metode framing, ataupun

konstruksi realitas sosial dengan menggunakan 4 perangkat analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M Kosicki yang digunakan sebagai analisis pemberitaan kenaikan harga BBM pada portal media online Kompas.com dan CNNIndonesia.com.

