

ABSTRAK

Pembingkaihan Pemberitaan Isu Kenaikan Pajak Hiburan Di Indonesia Pada Media Online (Komparasi *Framing* Pan & Kosicki antara Media Bisnis.com dan Detik.com Periode 5 Januari – 31 Maret 2024)

Aura Natasya¹⁾, Algooth Putranto²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan menganalisis pembingkaihan pemberitaan tentang isu kenaikan pajak hiburan di portal berita Bisnis.com dan Detik.com, untuk mengetahui bagaimana perbandingan pembingkaihan berita pada kedua portal tersebut dalam rentang waktu 5 Januari – 31 Maret 2024. Salah satu informasi yang sedang hangat dibicarakan pada awal tahun 2024 ini adalah penetapan kebijakan baru yakni kenaikan pajak hiburan, isu ini bahkan menjadi headline *news* di kedua media *online* tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis *framing* model Zhongdhang Pan & Gerald M. Kosicki. Temuan penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam pembingkaihan pemberitaan terkait kenaikan pajak hiburan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media online Bisnis.com menyajikan informasi secara singkat, padat dan bersifat “netral” dalam memberitakan isu kenaikan pajak hiburan, serta tanggapan atau imbauan dari narasumber terkait. Di sisi lain Detik.com lebih bersifat “menentang” dalam membingkai berita isu kenaikan pajak hiburan dalam membuat headline atau judul, serta menekankan pernyataan narasumber yang menentang kebijakan kenaikan pajak hiburan tersebut. Hasil penelitian ini dapat berguna dalam mengenali bagaimana media dapat mempengaruhi persepsi dan jumlah pembaca pada media Bisnis.com dan Detik.com.

Kata Kunci: Media *online*, Analisis *framing* model Zhongdhang Pan & Gerald M. Kosicki, Isu Kebijakan Kenaikan Pajak Hiburan

Pustaka	55
Tahun Publikasi	2024