

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Bahan bakar minyak atau BBM merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia dan menjadi komponen dalam penyediaan bahan kimia. BBM kini sudah menjadi kebutuhan konsumsi yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia. BBM salah satu hasil dari pemanfaatan sumber daya alam minyak bumi dan gas alam. Bahan bakar minyak atau disebut BBM ini digunakan untuk berbagai keperluan oleh masyarakat sebagai bahan bakar alat transportasi, pembangkit listrik, atau keperluan rumah tangga. BBM menjadi suatu kebutuhan manusia yang setiap harinya akan meningkat. Tidak hanya di Indonesia, BBM juga merupakan kebutuhan yang penting di dunia. BBM menjadi kebutuhan yang tidak bisa lepas dari kebutuhan seluruh masyarakat.

Pada 3 september 2022 pemerintah resmi menetapkan keputusan untuk mengubah harga BBM menjadi naik. Kebijakan naiknya harga BBM yang ditetapkan oleh pemerintah ini mendapat sorotan dan kritik dari seluruh masyarakat di Indonesia. Kenaikan Harga BBM menjadi isu sensitif yang melibatkan kepentingan seluruh masyarakat khususnya di Indonesia. Kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga bahan bakar pada akhirnya akan berdampak pada sektor lain dalam perekonomian. Fluktuasi kenaikan harga BBM mempunyai dampak langsung pada sektor transportasi. Berkembangnya negara Indonesia dan semakin banyak kendaraan transportasi yang menggunakan bahan bakar minyak tentu menjadikan permintaan untuk bahan bakar minyak menjadi lebih besar. dan sektor industri. Biaya transportasi misalnya, dimana salah satu komponen terpenting dari biaya transportasi adalah biaya BBM. Bila terjadi penurunan harga BBM maka biaya transportasi yang dikeluarkan oleh perusahaan akan mengalami penurunan yang berakibat pada penurunan tarif penggunaan jasa tersebut tetapi sebaliknya, bila terjadi kenaikan harga BBM maka biaya transportasi yang dikeluarkan akan mengalami peningkatan yang berakibat pada naiknya tarif pada penggunaan jasa itu sendiri. kebijakan ini tentunya akan memiliki dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat banyak. Kenaikan harga bbm akan memukul kembali

dayabeli dan konsumsi masyarakat, sehingga berdampak terhadap pemulihan ekonomi akan menurun.

Fenomena kenaikan harga BBM ini menjadi sebuah peristiwa besar yang berhubungan dengan kehidupan banyak orang. Kenaikan harga BBM dari waktu ke waktu selalu menjadi kebijakan pemerintah yang kontroversial. Siapapun yang tengah duduk di pemerintahan tak pernah luput dari sorotan tajam ketika mengeluarkan kebijakan ini. Adanya kebijakan ini menimbulkan polemik di tengah masyarakat. Seperti kita tahu BBM memiliki dimana hampir seluruh kegiatan ekonomi di Indonesia menggunakan BBM.

Bahan bakar minyak atau BBM menjadi topik pembahasan yang panas di tengah berbagai permasalahan di negara yang kita cintai dengan sumber kekayaan alam yang melimpah. Berbagai perspektif mulai dilontarkan dari masyarakat, mahasiswa, pengamat kebijakan, sampai perdebatan elit politik menjadi suguhan bagi masyarakat, dengan adanya kenaikan BBM terjadi adanya pro dan kontra. Masih yang beranggapan bahwa adanya kenaikan harga BBM ini berpengaruh baik, dan beranggapan bahwa dampak dari kenaikan harga BBM ini berpengaruh buruk. Naiknya harga BBM ini juga menimbulkan adanya wacana di media massa. Peneliti tertarik untuk menganalisis dari fenomena kenaikan harga bahan bakar minyak ini.

Akibat dari naiknya harga BBM tersebut menimbulkan sebuah pemberitaan yang menjadi perbincangan khalayak luas. terkait kenaikan harga BBM ini juga banyak muncul di semua media massa. Dan, terbit pada salah satu media berbasis digital atau media online Kumparan.com dan Kompas.com adanya pemberitaan yang muncul pada kedua media ini mendapat respon dan perhatian dari masyarakat luas. Berita yang disebarluaskan oleh media Kumparan.com dan Kompas.com mengenai kenaikan harga BBM ini memiliki dampak terhadap persepsi masyarakat dan pesan yang disampaikan terlepas baik atau buruk hal ini dapat mengubah mental, sikap, perilaku dan sosial.

Portal berita *online* yang terus menerus menerbitkan berita terkait pelabelan berita harga BBM naik ini. Dari setiap pemberitaan yang muncul dan disebarluaskan melalui media, menimbulkan perhatian dan penilaian dari masyarakat. Setiap media pasti memiliki visi dan misi, berdasarkan ideologi tersebut yang dipercaya

sepenuhnya oleh pekerja media yang bersangkutan dan tercermin dalam konstruksi realitas yang dilakukan oleh media tersebut. Perbedaan ideologi akan tertuang dalam pemilihan sebuah berita, perbedaan sudut pandang yang diambil dan perbedaan *Framing* yang dilakukan atas suatu wacana.

framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi dalam konteks yang khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain. *Framing* memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagaimana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks (Eriyanto, 2012:220) ¹

Peneliti memilih Analisis *framing* model Robert N. Entman untuk mendukung penelitian ini. Karena, metode ini meliputi seleksi dan penonjolan. Menseleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman realitas, dan membuatnya menonjol dalam suatu teks yang dikomunikasikan. Sehingga mempromosikan sebuah definisi khusus, interpretasi kausal, evaluasi, moral, dan penanganan dari pemberitaan tersebut.

Framing merupakan bagian dari strategi komunikasi media atau komunikasi jurnalistik. Dalam *Framing* Entman konsep yang paling mendasar adalah merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana. *Framing* entman sendiri ditekankan bagaimana menggambarkan pada suatu proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media.

Dalam setiap pemberitaan tentunya sangatlah membutuhkan dan berkaitan dengan media massa. Adanya media massa membuat Pemberitaan yang ingin disampaikan bisa tersebar luas dan sampai kepada masyarakat. Adanya media massa sangatlah berpengaruh bagi penyebaran sebuah pemberitaan. Dan, Media massa menjadi salah satu konteks komunikasi antar masyarakat yang sangat besar perannya dalam perubahan sosial. Media massa menghasilkan satu produk berupa pesan komunikasi yang disebar dan di distribusikan kepada khalayak luas dalam jarak waktu yang tetap.

¹ Desy Purnama Sari, (2017). Pembingkai berita putusan pengadilan. Hal 3. Diakses 12 juli 2022, 1:06 WIB

Menurut *Hafied Cangara* (2016:140) media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi).²Media Massa menjadi salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Pengaruh media massa berbeda beda pada setiap individu nya. Hal ini karena adanya perbedaan pola pikir, perbedaan sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari hari, dan perbedaan budaya. Begitu pula dengan jurnalisme yang harus sadar dengan peristiwa dan kejadian di sekitaran dengan waktu penyajian informasi dengan waktu yang tepat dan informasi yang diberikan harus mengandung aktualitas dan fakta yang akurat. Sebagai fungsinya, Jurnalisme berfungsi sebagai membangun dan memberikan informasi kepada masyarakat. Jurnalisme berfungsi memberikan informasi kepada masyarakat. Dan, Media perantara untuk menyajikan dan mempublikasikan informasi kepada khalayak.

Jurnalistik memiliki Keterkaitan tertentu dengan media. Hubungan jurnalistik dan media menjadi sesuatu keterhubungan satu sama lain. Jurnalisme sangat membutuhkan media untuk perangkat atau perantara mempublikasikan informasi yang ingin disampaikan. Begitu juga dengan media. Apabila tidak ada jurnalisme mungkin media tidak akan berfungsi. Karena kegiatan jurnalisme adalah bagian terpenting untuk penyajian informasi dalam sebuah media. Dan media menjalankan fungsinya sebagai alat untuk penyampaian informasi kepada khalayak umum.

Berkembangnya Zaman membuat teknologi menjadi berkembang dan canggih. Kemajuan teknologi ini sangat berpengaruh bagi media massa. Perkembangan teknologi menimbulkan adanya media *online*. menurut *Mahyuddin* (2019:32), Media *online* adalah bentuk “Penerbitan Elektronik”. Istilah penerbitan elektronik digunakan untuk menyampaikan berbagai ide. Secara garis besar, menggunakan komputer dalam proses penulisan, penyuntingan, penulisan huruf, pencetakan atau publikasi lebih disukai. Banyak masyarakat yang mengakses media berbasis *online*. selain mempermudah masyarakat untuk mengaksesnya, media

² Abdul, Halik. 2013 *Komunikasi Massa*. Edisi Satu. Makassar:Alauddin University Press.

online juga cepat dalam mengkomunikasikan sebuah berita. Ciri khas dari media *online* ada pada keharusannya untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan penggunaan perangkat komputer dan pengetahuan terkait program untuk mengakses informasi atau berita.

Berkembangnya sebuah media menjadi berbasis *online* dan melahirkan jurnalisme *online* yang merupakan tipe jurnalistik baru yang muncul saat ini dan jurnalistik *online* hadir setelah munculnya media cetak, radio, dan televisi. Jurnalistik *online* merupakan praktik jurnalistik yang mempertimbangkan format media untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audiens dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain. Media *online* memiliki keunggulan cepat dan lengkap, karena kecepatannya dalam menyajikan sebuah berita, media *online* menjadi media yang diharapkan dapat memberikan informasi dengan cepat serta kemudahan untuk diakses oleh siapa saja. Kumparan.com dan Kompas.com kedua media ini berperan dan berfungsi dalam pemberian informasi kepada khalayak.

Penulis memilih Kumparan.com dan Kompas.com dalam penelitian ini karena kedua media tersebut tergolong media yang cukup baru. Kedua media ini cukup aktif dalam memberitakan terkait harga BBM naik pada periode 3 September sampai 7 September berita yang dipublikasikan oleh kedua media tersebut mendapatkan banyak perhatian dan respon dari masyarakat Indonesia. Terkait pemberitaan ini menuai banyak perbincangan serta komentar dari kalangan masyarakat Indonesia. Kedua media ini memiliki perbedaan dalam mengemas dan membingkai sebuah berita terkait pemberitaan kenaikan harga BBM ini. Media Kumparan.com dan Kompas.com adalah media yang cukup banyak diakses oleh masyarakat di Indonesia. Kumparan.com dan Kompas.com yang menjadi objek penelitian merupakan bagian dari jurnalisme *online* karena telah menjadi sebuah portal berita yang banyak diakses oleh masyarakat untuk mencari atau membagikan sebuah informasi. Peneliti tertarik menganalisis kedua media ini karena kedua media ini memiliki perbedaan dalam membingkai sebuah pemberitaan terkait naiknya harga BBM. Pada pemberitaan kedua media ini melibatkan narasumber dengan sudut pandang yang berbeda dalam pemahaman terkait naiknya harga BBM ini.

Kumparan.com dan Kompas.com merupakan portal media online yang bergerak dalam cyber media. Kumparan.com berdiri pada Januari 2017 dan Kompas.com berdiri pada 28 Juni 1945. Pengaruh yang dimiliki kedua media

tersebut setidaknya ditunjukkan oleh kunjungan *website* pada penyedia jasa pemeringkat kunjungan portal *website* bernama Ipsaya.com. Berdasarkan kunjungan Dalam tiga bulan terakhir Kumparan.com diakses oleh masyarakat sebanyak 136.704 (Seratus tiga puluh enam ribu tujuh ratus empat) pengunjung. Dan menempati digital yang banyak dikunjungi oleh khalayak atau rangking ke 4. Sedangkan Kompas.com dalam tiga bulan terakhir dikunjungi sebanyak 363.450 (Tiga ratus enam puluh tiga ribu empat ratus lima puluh) pengunjung. Dan menempati ranking ke -1 diatas kumparan.com³

Berikut ini penulis telah mengumpulkan beberapa judul berita untuk dilakukan penelitian terkait harga bbm naik edisi 3 september – 7 september pada media online kumparan.com dan kompas.com.

Tabel 1. 1. Judul Berita Pelabel harga bbm naik

No.	MEDIA	JUDUL BERITA	EDISI
1.	Kumparan.com	Curhat warga soal harga BBM naikL Apa apa naik, penghasilan doang kagak.	3/09/2022
2.	Kumparan.com	Harga BBM Naik : Sopir ojol keberatan, Buruh demo besar- besaran	4/09/2022
3.	Kumparan.com	5 Tuntutan mahasiswa di Palembang saat demo menolak kenaikan harga BBM.	5/09/2022
4.	Kumparan.com	Harga BBM Naik, Inflasi diprediksi tembus 9 persen di 2022	6/09/2022
5.	Kumparan.com	Harga BBM Naik, Nelayan Keluhkan subsidi tidak tepat	7/09/2022
6.	Kompas.com	Harga BBM Resmi naik hari ini. Jokowi: Ini Pilihan terakhir pemerintah.	3/09/2022

³ www.ipsaya.com Diakses pada 15 april 2023, Pukul 00:44 WIB

7.	Kompas.com	Tolak kenaikan harga BBM. Buruh bakal demo besar besaran 6 september 2022	4/09/2022
8.	Kompas.com	Harga BBM Naik, Kemenkeu perikitarakan inflasi tembus 6,8 persen	5/09/2022
9.	Kompas.com	Demo tolak harga BBM naik, polres tangsel jaga 7 titik perbatasan.	6/09/2022
10.	Kompas.com	Demo tolak Harga Naik BBM, Ojol tutup jalan protokol Kota Cirebon.	7/09/2022

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2022

Penulis memilih sepuluh berita dari 3 september – 7 september 2022, mengambil berita dari masing masing media yang dinilai menonjolkan isu, dan pertimbangan lainnya yaitu berita diantara media kumparan.com dan kompas.com tersebut memiliki narasumber yang berbeda, dalam pemberitaan terkait naiknya harga BBM ini masing masing dibingkai oleh kedua media ini dengan cara berbeda.

Teori *framing* menjelaskan bagaimana mengenai gambaran proses seleksi isu, menonjolkan aspek tertentu dari sebuah realitas media dan juga digunakan untuk menganalisa bagaimana suatu media melakukan pembingkai suatu peristiwa atau kebijakan tertentu yang menjadi perhatian khalayak. Penelitian ini mengacu pada bagaimana sebuah media menonjolkan sebuah pemberitaan terkait kelangkaan minyak goreng ini. Dimulai dari pemahaman terhadap peristiwa yang ada, argumentasi yang ditimbulkan, pendefinisian masalah, dan penyelesaian yang dirangkai oleh sebuah media.

Berdasarkan uraian diatas, Maka Penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan mengenai naiknya harga bbm ini karena pemberitaan ini menuai banyak perbincangan di seluruh masyarakat Indonesia. Naiknya Harga BBM ini menjadi sorotan publik karena BBM sendiri sangat berkaitan dengan kebutuhan pokok seluruh masyarakat sehingga kebijakan ini menuai polemik dan konflik di tengah masyarakat indonesia. terkait kebijakan Naiknya Harga BBM penulis melakukan analisis pada portal berita media online kumparan.com dan kompas.com dengan menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Latar belakang ini

mendorong penulis untuk mengangkat penelitian dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan Harga BBM Naik (Studi *Framing* Robert N. Entman Mengenai Pemberitaan Harga BBM Naik pada Media *Online* Kumparan.com dan Kompas.com Periode 3 September – 7 September 2022).

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, maka fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu bagaimana Kumparan.com dan Kompas.com membingkai pemberitaan Mengenai Harga BBM Naik berdasarkan Analisis *Framing* Robert N. Entman?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian di atas maka pertanyaan penelitian yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kumparan.com dan Kompas.com membingkai berita dalam pendefinisian masalah (*define problems*) pada pemberitaan harga BBM naik?
2. Bagaimana Kumparan.com dan Kompas.com membingkai berita dalam memperkirakan masalah (*diagnose causes*) pada pemberitaan harga BBM naik?
3. Bagaimana Kumparan.com dan Kompas.com membingkai berita dalam membuat pilihan moral (*make moral judgement*) pada pemberitaan harga BBM naik?
4. Bagaimana Kumparan.com dan Kompas.com membingkai berita dalam menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*) pada pemberitaan harga BBM naik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Kumparan.com dan Kompas.com mbingkai berita dalam pendefinisian masalah (*define problems*) pada pemberitaan Harga BBM naik?
2. Untuk mengetahui Kumparan.com dan Kompas.com mbingkai berita dalam memperkirakan masalah (*diagnose causes*) pada pemberitaan Harga BBM naik?
3. Untuk mengetahui Kumoparan.com dan Kompas.com mbingkai berita dalam membuat pilihan moral (*make moral judgement*) pada pemberitaan Harga BBM naik?
4. Untuk mengetahui Kumparan.com dan Kompas.com mbingkai berita dalam menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*) pada pemberitaan Harga BBM Naik?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak terkait, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu pengetahuan yang fokus pada bidang kajian jurnalisme.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta manfaat bagi beberapa kalangan, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai ilmu komunikasi sebagai aplikasi teori khususnya di bidang komunikasi mengenai konsep analisis *framing* model Robert N. Entman.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumbangan informasi bagi literatur sumber rujukan penelitian selanjutnya mengenai analisis *framing*.

3. Bagi Media *Online*

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan evaluasi, khususnya untuk Kumparan.com dan Kompas.com sebagai media yang bergerak di bidang jurnalisme dalam setiap proses peminangan berita.