



Kenaikan Bbm Dalam Framing Entman

Taufik Ilham dan Fahmi

Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia. topanbilardo@gmail.com

Article History

Submitted : 01 Nov 2024

Revised : 20 Nov 2024

Accepted : 03 Des 2024

Volume 1 | Issue 1 | Desember 2024

ABSTRAK

Framing kenaikan BBM oleh media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggunakan model analisis framing terhadap teks berita sebagai data primer. dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil 5 (lima) berita dari masing-masing media yang dianggap telah mewakili dari berita yang lainnya dari masing-masing media online tersebut, dengan menggunakan teknik purposive sampling. kesimpulan dari hasil penelitian pada media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com yakni dilihat dari perangkat framing Entman yang pertama pendefinisian masalah (define problems). Media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com sama-sama mendefinisikan bahwa kasus kenaikan BBM ini merupakan masalah ekonomi, namun dalam hal ini Waspada cenderung lebih gencar dalam memberitakan peristiwa kenaikan BBM. Pada perangkat Entman yang kedua, memperkirakan masalah atau sumber masalah (Diagnose cause) kedua media tersebut menempatkan kenaikan BBM sebagai sumber masalah dalam pemberitaannya, sedangkan masyarakat dinilai sebagai korban dari peristiwa ini. Ketiga, membuat keputusan moral (Make moral judgement) yang terdapat dalam pemberitaan kenaikan BBM pada Waspada yaitu pemerintah dianggap tidak memikirkan dampak kenaikan BBM bagi masyarakat. Sedangkan pada Medanbisnis terdapat dua keputusan moral yaitu pemerintah daerah di wilayah Sumut berupaya mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM. Pada perangkat framing yang keempat yaitu menekankan penyelesaian (Treatment recommendation) yang ditawarkan dalam berita kenaikan BBM pada Waspada yaitu menyampaikan aspirasi masyarakat kepada DPRD RI atau pemerintah pusat. Sedangkan pada Medanbisnis terdapat dua penyelesaian yang ditekankan.

KATA KUNCI: Framing; Kenaikan BBM; Media Online

ABSTRACT

Framing of fuel hike by online media Waspada.id and Medanbisnisdaily.com This study uses a descriptive qualitative approach that uses a framing analysis model of news text as primary data. In this study, researchers only took 5 (five) news from each media that was considered to have represented other news from each online media, using purposive sampling techniques. The conclusion of the results of research on online media Waspada.id and Medanbisnisdaily.com is seen from the first Entman framing tool to define problems. Online media Waspada.id and Medanbisnisdaily.com both define that the case of fuel increase is an economic problem, but in this case Waspada tends to be more aggressive in reporting the event of fuel increase. In the second Entman tool, estimating the problem or source of the problem (Diagnose cause) the two media put the increase in fuel as the source of the problem in their reporting, while the public was considered as a victim of this event. Third, make moral judgments contained in the news of fuel increases on Waspada, namely that the government is considered not to think about the impact of fuel increases on the community. While in Medanbisnis there are two moral decisions, namely the local government in the North Sumatra region seeks to prevent and overcome the impact of fuel increases. The fourth framing device emphasizes the solution (Treatment recommendation) offered in the news of the fuel increase in Waspada, namely conveying the aspirations of the community to the DPRD RI or the central government. While in Medanbisnis there are two solutions that are emphasized.

KEYWORD: Framing; Fuel increase; Media Online

PENDAHULUAN

Media adalah potret masyarakat, meski tidak sepenuhnya nyata tetapi bisa menjadi salah satu tolak ukur untuk melihat potret yang terjadi di masyarakat. Pembingkaiannya sebuah peristiwa dalam bentuk teks berita di media menjadi fokus penelitian dalam penulisan ini, yakni; pemberitaan kenaikan harga BBM yang disampaikan pemerintah Sabtu, tanggal 3 September 2022 pukul 14.30. Adapun objek penelitian pada penulisan ini adalah berita di media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.co pada rentang waktu pemberitaan 03-09 September 2022. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana kedua media online lokal di Medan membingkai realitas tentang kenaikan harga BBM.

Kajian penelitian ini menggunakan pendekatan *konstruktivis* dengan asumsi dasar bahwa realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, namun tidak juga, turun karena campur tangan Tuhan melainkan dibentuk dan dikonstruksi. Dengan demikian, realitas yang sama bisa ditanggapi, dimaknai dan dikonstruksi secara berbeda-beda oleh semua orang. Karena, setiap orang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu, dimana ke semua itu suatu saat akan digunakan untuk menafsirkan realitas sosial yang ada disekelilingnya dengan konstruksinya masing-masing. Beberapa teori yang relevan sesuai dengan pendekatan tersebut berasal dari penelitian Peter Berger dan Thomas Luckmann yakni; (1) Teori Konstruksi Sosial Media Massa; (2) Teori *Gatekeeper*; (3) Teori Hirarki Pengaruh; dan (4) Teori *Framing* yang digunakan dalam penelitian ini.

Framing adalah salah satu pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan atau dihilangkan dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955 mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta realitas. Peneliti menggunakan analisis *Framing Model* Robert N. Entman yang fokus pada bagaimana mendefinisikan suatu masalah, apa/siapa penyebab masalah, keputusan moral apa yang terdapat dalam berita tersebut dan apa penyelesaian yang ditawarkan oleh wartawan dalam menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari suatu isu atau realitas. Entman membagi perangkat *framing* ke dalam empat elemen.

Tabel 1 Perangkat *Framing* Robert N. Entman

NO	Komponen Framing	Penjelasan
1	<i>Define Problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Sebagai masalah apa?
2	<i>Diagnose causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
3	<i>Make moral judgment</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan
4	<i>Treatment recommendation</i> (Menekankan penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggunakan model analisis framing terhadap teks berita sebagai data primer. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yaitu: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menari, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com. Ditemukan, Waspada.id menerbitkan 24 berita, sedangkan Medanbisnisdaily.com menerbitkan 11 berita dalam rentang waktu 03-09 September 2022. Namun, dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil 5 (lima) berita dari masing-masing media yang dianggap telah mewakili dari berita yang lainnya dari masing-masing media online tersebut, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria di atas. Berikut ini adalah berita-berita yang akan menjadi subjek analisis dalam penelitian ini:

a. Media Online Waspada.id.

Tabel 2 Media Online Waspada.id.

No	Judul Pemberitaan	Tanggal Terbit
1	Masyarakat Diajak Suarakan Penolakan Kenaikan BBM	3 September 2022
2	Anggota DPRD Sumut Rudi Alfahry Rangkuti Sesalkan Pemerintah Tak Kaji Ulang Kenaikan BBM	4 September 2022
3	Di Hadapan Gubsu, F-PKS Interupsi Tolak Kenaikan BBM	5 September 2022
4	Mahasiswa Asahan Tolak Kenaikan BBM	6 September 2022
5	Tolak Kenaikan BBM, Mahasiswa "Sita Gedung DPRD Sumut"	7 September 2022
6	Massa Demo Tolak Kenaikan BBM	8 September 2022

b. Media Online Medanbisnisdaily.com

Tabel 3 Media Online Medanbisnisdaily.com

No	Judul Pemberitaan	Tanggal Terbit
1	Cegah Kartel, KPPU Awasi Harga Bahan Pokok Usai Kenaikan BBM	Minggu, 04 Sep 2022
2	Pasca Kenaikan BBM, Polres Langkat Patroli ke SPBU	Senin, 05 Sep 2022
3	Partai Buruh: Batalkan Kenaikan BBM! Masuk pembahasan	Selasa, 06 Sep 2022
4	Mahasiswa Desak DPRD Sumut Tolak Kenaikan BBM	Rabu, 07 Sep 2022
5	Anggota DPRD Nisel Nurlim Loi Pilih Temui Pengunjuk Rasa Tolak Kenaikan BBM Ketimbang Tugas Dinas Luar	Jumat, 09 Sep 2022

PEMBAHASAN

Framing Berita Waspada.id

a. *Define Problem* (Pendefinisian Masalah)

Media online Waspada.id mendefinisikan bahwa masalah kenaikan harga BBM ini sebagai masalah ekonomi. Dalam setiap pemberitaan, hal yang paling disoroti dari kasus kenaikan harga

BBM ialah dari segi ekonomi bukan dari aspek politik. Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti mengatakan bingkai ekonomi ialah sebagai bingkai yang mendominasi pemberitaan kenaikan BBM di Waspada.id.

b. Diagnose causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)

Dalam keseluruhan pemberitaan Waspada, kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga BBM dinilai sebagai sumber masalah. Pada pemberitaan Waspada, aksi demonstrasi dari masyarakat dan mahasiswa bukanlah dianggap sebagai sumber masalah yang utama dalam peristiwa yang diberikan. Melainkan pemerintah yang menetapkan kenaikan BBM, tanpa memperhatikan dampak yang akan terjadi pada masyarakat.

c. Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)

Setelah menganalisis sumber penyebab masalah pada pemberitaan kenaikan BBM di media Waspada, dimana kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga BBM yang menjadi sumber masalah dan masyarakat sebagai korban dari kenaikan BBM. Maka peneliti melihat terdapat dua keputusan moral yang ditekankan oleh Waspada pada keseluruhan berita yang diterbitkan.

d. Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Dari semua keseluruhan berita yang dianalisis dalam penelitian ini, Waspada “merekomendasikan” agar aspirasi masyarakat tentang penolakan kenaikan BBM ini disampaikan kepada DPRD RI atau pemerintah pusat. Ini merupakan konsekuensi logis mengingat masalah kenaikan BBM ini menyangkut masalah ekonomi, bukan masalah hukum atau juga masalah moral. Dan sebagai masalah ekonomi, pemerintah bertanggung jawab penuh untuk memulihkan ekonomi masyarakat yang semakin melemah akibat kenaikan BBM

Tabel 4 *Frame* Kasus BBM - Waspada.id

NO	Define Problem (Pendefinisian Masalah).	Masalah Ekonomi
1	Diagnose causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah).	Pemerintah adalah aktor penyebab karena menaikkan harga BBM, sedangkan masyarakat adalah korban kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga BBM tersebut.
2	Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral).	Pemerintah dianggap tidak memikirkan dampak kenaikan BBM bagi masyarakat
3	Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian).	Menyampaikan aspirasi masyarakat kepada DPRD RI atau pemerintah pusat

Framing Berita Media Online Medanbisnisdaily.com

a. Define Problem (Pendefinisian Masalah).

Dalam menginformasikan terkait kenaikan harga BBM, Medanbisnisdaily.com menempatkan dua jenis pemberitaan dalam menginformasikan isu tersebut. Dua jenis pemberitaan itu adalah berita yang menginformasikan tentang aksi penolakan masyarakat terhadap kenaikan BBM, serta berita yang menginformasikan tentang upaya pemerintah daerah dalam mengurangi dampak kenaikan BBM. Namun dalam keseluruhan berita yang dipublikasikan Medanbisnisdaily.com mendefinisikan bahwa masalah kenaikan harga BBM ini sebagai masalah ekonomi. Dalam setiap

pemberitaan, hal yang paling disoroti dari kasus kenaikan harga BBM ialah dari segi ekonomi bukan dari aspek politik. Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti mengatakan bingkai ekonomi ialah sebagai bingkai yang mendominasi pemberitaan kenaikan BBM di Medanbisnisdaily.com.

b. Diagnose causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)

Dalam keseluruhan pemberitaan Medanbisnisdaily.com, kenaikan harga BBM dinilai sebagai sumber masalah. Pada pemberitaan Medanbisnisdaily.com, aksi demonstrasi dari masyarakat dan mahasiswa bukanlah dianggap sebagai sumber masalah yang utama dalam peristiwa yang diberitakan. Melainkan kenaikan BBM yang dilakukan oleh pemerintah, tanpa mempertimbangkan dampak negatif terhadap perekonomian masyarakat. Hal ini misalnya dapat dilihat bagaimana teks berita tersebut menempatkan dampak-dampak negatif kenaikan BBM bagi masyarakat sebagai suatu hal yang harus dipertimbangkan atau diperhatikan oleh pemerintah.

c. Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)

Setelah menganalisis penyebab permasalahan pada pemberitaan kenaikan BBM di media Medanbisnisdaily.com, dimana kenaikan harga BBM yang ditempatkan menjadi sumber masalah dan masyarakat sebagai korban dari kenaikan BBM. Dalam pemberitaan kenaikan BBM pada Medanbisnisdaily.com, terdapat *framing* yang berbeda tentang keputusan moral pada setiap berita yang diterbitkan oleh Medanbisnisdaily.com. Meskipun sumber masalah yang ditetapkan sama, namun keputusan moral serta penyelesaian yang ditekankan sangat berbeda. Hal ini dikarenakan tidak semua berita yang diterbitkan memuat informasi tentang penolakan kenaikan BBM saja, melainkan terdapat beberapa berita yang menginformasikan tentang program pemerintah daerah di wilayah Sumut yang berupaya mengantisipasi dan mencari dari dampak kenaikan BBM. Maka peneliti melihat terdapat dua keputusan moral yang ditekankan oleh Medanbisnisdaily.com pada keseluruhan berita yang diterbitkan.

d. Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)

Dari keseluruhan berita yang dianalisis dalam penelitian ini, terdapat dua penyelesaian masalah yang "direkomendasikan" Medanbisnisdaily.com. *Pertama*, pada berita 1 dan 2 penyelesaian yang ditekankan oleh Medanbisnisdaily.com ialah antisipasi yang dilakukan oleh aparat pemerintah terhadap dampak yang ditimbulkan oleh kenaikan harga BBM. *Kedua*, pada berita 3,4 dan 5 penyelesaian yang ditekankan disini ialah menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah pusat untuk mengkaji ulang tentang kenaikan BBM. Ini merupakan konsekuensi logis mengingat masalah kenaikan BBM ini menyangkut masalah ekonomi, bukan masalah hukum atau juga masalah moral. Dan sebagai masalah ekonomi, pemerintah bertanggung jawab penuh untuk memulihkan ekonomi masyarakat yang semakin melemah akibat kenaikan BBM.

Tabel 5 Tabel 4 *Frame* Kasus BBM - Medandaily.com

NO	<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Masalah ekonomi
1	<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Pemerintah dianggap sebagai aktor yang menyebabkan timbulnya masalah karena menaikkan harga BBM, sedangkan masyarakat dinilai sebagai korban dari kenaikan BBM.

2	<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Upaya pemerintah daerah Sumut dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM. Pemerintah dinilai telah melukai hati masyarakat serta membuat perekonomian masyarakat menjadi semakin terpuruk.
3	<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Antisipasi dilakukan oleh pemerintah daerah Sumut terhadap dampak yang ditimbulkan oleh kenaikan BBM. Menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah pusat untuk mengkaji ulang tentang kenaikan BBM.

Perbandingan Waspada.id dengan Medanbisnisdaily.com

Berdasarkan hasil analisis teks berita dengan menggunakan model *framing* Robert N. Entman pada media Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com, peneliti menemukan adanya kesamaan dan perbedaan sudut pandang kedua media tersebut dalam memberitakan kenaikan harga BBM. Jika dilihat persamaannya, kedua media tersebut sama-sama mendefinisikan peristiwa kenaikan BBM adalah sebagai masalah ekonomi. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana kedua media online tersebut menempatkan kenaikan harga BBM sebagai suatu hal yang mengancam sektor ekonomi. Kedua media tersebut menjelaskan dalam beritanya bagaimana kenaikan harga BBM berdampak pada melemahnya seluruh sektor perekonomian masyarakat.

Persamaan lainnya dapat dilihat pada bagaimana kedua media tersebut menempatkan kenaikan harga BBM sebagai sumber masalah dalam setiap pemberitaannya. Dalam hal ini kenaikan BBM dilihat sebagai awal dari timbulnya seluruh permasalahan dalam berita, sedangkan masyarakat dilihat sebagai korban dari kenaikan BBM, karena berdampak pada perekonomian masyarakat tersebut.

Dari pembahasan diatas dapat dilihat bagaimana kedua media tersebut memiliki kesamaan dalam mendefinisikan dan menentukan sumber masalah. Sedangkan pada elemen keputusan moral dan penyelesaian yang ditekankan, selain terdapat persamaan juga terdapat perbedaan dari kedua media tersebut dalam membingkai beritanya. Pada keputusan moral, persamaan yang dilihat oleh peneliti ialah pemerintah dinilai tidak memikirkan dampak kenaikan BBM yang akan terjadi pada masyarakat. Namun, pada media Medanbisnis terdapat beberapa berita yang menjadikan upaya dari pemerintah daerah dan kepolisian dalam mengatasi dampak kenaikan BBM sebagai keputusan moral yang dibuat dalam beritanya. Pada elemen penyelesaian masalah, Waspada menekankan penyelesaian masalah yaitu "dengan menyampaikan aspirasi masyarakat kepada DPR RI atau pemerintah pusat". Sementara Medanbisnis mempunyai kesamaan dan perbedaan dengan Waspada dalam membuat penyelesaian masalahnya. Persamaannya yaitu, sama-sama menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah pusat, sedangkan perbedaannya terdapat pada beberapa berita yang menekankan antisipasi dampak kenaikan BBM yang dilakukan oleh pemerintah daerah sebagai penyelesaian yang ditekankan.

Selain itu, perbedaan yang paling menonjol adalah bagaimana kedua media tersebut dalam menentukan judul pemberitaannya. Waspada sendiri menempatkan aksi penolakan kenaikan BBM oleh masyarakat dan mahasiswa dalam seluruh berita yang diterbitkan. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa Waspada sepenuhnya mendukung aksi penolakan kenaikan BBM tersebut, dan secara tidak langsung menunjukkan bahwa waspada sendiri ialah yang kontra terhadap kebijakan pemerintah tersebut. Sementara Medanbisnis dalam menentukan judul beritanya masih dalam konteks yang netral . Yaitu, tidak semua

berita yang diterbitkan tentang aksi penolakan kenaikan BBM akan tetapi ada beberapa berita yang menginformasikan tentang upaya dari pemerintah daerah dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM. Bahkan berita yang pertama diterbitkan oleh medanbisnis mengenai kenaikan BBM ialah tentang upaya dari pemerintah (KPPU) dalam mencegah terjadinya lonjakan harga akibat dampak dari kenaikan BBM. Dari sini dapat dilihat bahwa Medanbisnis adalah media yang terbilang netral, dimana media tersebut tidak hanya melihat dari sisi penolakan kenaikan BBM oleh masyarakat tetapi juga melihat dari sisi upaya pemerintah daerah dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM.

Tabel 6 Perbandingan *Frame* Waspada.id dengan Medanbisnisdaily.com

NO	Elemen Framing	Frame Waspada.id	Frame Medanbisnisdaily.com
1	<i>Define Problems</i>	Masalah Ekonomi	Masalah ekonomi
2	<i>Diagnose Causes</i>	Pemerintah adalah aktor penyebab karena menaikkan harga BBM, sedangkan masyarakat adalah korban kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga BBM tersebut.	Pemerintah dianggap sebagai aktor yang menyebabkan timbulnya masalah karena menaikkan harga BBM, sedangkan masyarakat dinilai sebagai korban dari kenaikan BBM.
3	<i>Make Moral Judgment</i>	Pemerintah dianggap tidak memikirkan dampak kenaikan BBM bagi masyarakat	Upaya pemerintah daerah Sumut dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM. Pemerintah dinilai telah melukai hati masyarakat serta membuat perekonomian masyarakat menjadi semakin terpuruk.
4	<i>Treatment Recommendations</i>	Menyampaikan aspirasi masyarakat kepada DPRD RI atau pemerintah pusat	Antisipasi dilakukan oleh pemerintah daerah Sumut terhadap dampak yang ditimbulkan oleh kenaikan BBM. Menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah pusat untuk mengkaji ulang tentang kenaikan BBM.

Berdasarkan hasil analisis teks berita dengan menggunakan model *framing* Robert N. Entman pada media Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com, peneliti menemukan adanya kesamaan dan perbedaan sudut pandang kedua media tersebut dalam memberitakan kenaikan harga BBM. Jika dilihat persamaannya, kedua media tersebut sama-sama mendefinisikan peristiwa kenaikan BBM adalah sebagai masalah ekonomi. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana kedua media online tersebut menempatkan kenaikan harga BBM sebagai suatu hal yang mengancam sektor ekonomi. Kedua media tersebut menjelaskan dalam beritanya bagaimana kenaikan harga BBM berdampak pada melemahnya seluruh sektor perekonomian masyarakat.

Persamaan lainnya dapat dilihat pada bagaimana kedua media tersebut menempatkan kenaikan harga BBM sebagai sumber masalah dalam setiap pemberitaannya. Dalam hal ini kenaikan BBM dilihat sebagai awal dari timbulnya seluruh permasalahan dalam berita, sedangkan masyarakat dilihat sebagai korban dari kenaikan BBM, karena berdampak pada perekonomian masyarakat tersebut.

Dari pembahasan di atas dapat dilihat bagaimana kedua media tersebut memiliki kesamaan dalam mendefinisikan dan menentukan sumber masalah. Sedangkan pada elemen keputusan moral dan penyelesaian yang ditekankan, selain terdapat persamaan juga terdapat perbedaan dari kedua media tersebut dalam membingkai beritanya. Pada keputusan moral, persamaan yang dilihat oleh peneliti ialah pemerintah dinilai tidak memikirkan dampak kenaikan BBM yang akan terjadi pada masyarakat. Namun, pada media Medanbisnis terdapat beberapa berita yang menjadikan upaya dari pemerintah daerah dan kepolisian dalam mengatasi dampak kenaikan BBM sebagai keputusan moral yang dibuat dalam beritanya. Pada elemen penyelesaian masalah, Waspada menekankan penyelesaian masalah yaitu "dengan menyampaikan aspirasi masyarakat kepada DPR RI atau pemerintah pusat". Sementara Medanbisnis mempunyai kesamaan dan perbedaan dengan Waspada dalam membuat penyelesaian masalahnya. Persamaannya yaitu, sama-sama menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah pusat, sedangkan perbedaannya terdapat pada beberapa berita yang menekankanantisipasi dampak kenaikan BBM yang dilakukan oleh pemerintah daerah sebagai penyelesaian yang ditekankan.

Selain itu, perbedaan yang paling menonjol adalah bagaimana kedua media tersebut dalam menentukan judul pemberitaannya. Waspada sendiri menempatkan aksi penolakan kenaikan BBM oleh masyarakat dan mahasiswa dalam seluruh berita yang diterbitkan. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa Waspada sepenuhnya mendukung aksi penolakan kenaikan BBM tersebut, dan secara tidak langsung menunjukkan bahwa waspada sendiri ialah yang kontra terhadap kebijakan pemerintah tersebut. Sementara Medanbisnis dalam menentukan judul beritanya masih dalam konteks yang netral. Yaitu, tidak semua berita yang diterbitkan tentang aksi penolakan kenaikan BBM akan tetapi ada beberapa berita yang menginformasikan tentang upaya dari pemerintah daerah dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM. Bahkan berita yang pertama diterbitkan oleh medanbisnis mengenai kenaikan BBM ialah tentang upaya dari pemerintah (KPPU) dalam mencegah terjadinya lonjakan harga akibat dampak dari kenaikan BBM. Dari sini dapat dilihat bahwa Medanbisnis adalah media yang terbilang netral, dimana media tersebut tidak hanya melihat dari sisi penolakan kenaikan BBM oleh masyarakat tetapi juga melihat dari sisi upaya pemerintah daerah dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM.

SIMPULAN

Analisis *Framing* adalah bagaimana cara media memaknai, memahami, dan membingkai kasus/peristiwa yang diberitakan. Setiap media mempunyai sudut pandang dan penilaian sendiri dalam membingkai suatu peristiwa sehingga menjadi sebuah berita. Dan setiap berita adalah hasil rekonstruksi dari realitas yang ada. Media yang mempunyai latar belakang serta ideologi yang berbeda merupakan suatu faktor yang mempengaruhi perbedaan dalam pembingkaiannya suatu berita. Dalam konsep *framing* Robert N. Entman, terdapat empat perangkat *framing* yang digunakan dalam menganalisis sebuah berita yaitu, *define problems*, *diagnose cause*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendations*. Dari peristiwa kenaikan harga BBM yang telah dibahas di atas dengan menggunakan model *framing* Entman, peneliti telah membuat kesimpulan dari hasil penelitian pada media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com yakni sebagai berikut. Dilihat dari perangkat *framing* Entman yang pertama pendefinisian masalah (*define problems*). Media online Waspada.id dan Medanbisnisdaily.com sama-sama mendefinisikan bahwa kasus kenaikan BBM ini merupakan masalah ekonomi, namun dalam hal ini Waspada cenderung lebih gencar dalam memberitakan peristiwa kenaikan BBM. Hal ini bisa dilihat dari jumlah berita yang diterbitkan Waspada sebanyak 24 berita, sedangkan Medanbisnis hanya menerbitkan 12 berita dalam rentang waktu 03-09 September 2022. Pada perangkat Entman yang kedua, memperkirakan masalah atau sumber masalah (*Diagnose cause*) kedua media tersebut menempatkan kenaikan BBM sebagai sumber masalah dalam pemberitaannya, sedangkan masyarakat dinilai sebagai korban dari peristiwa ini. Namun, pada Medanbisnis juga menilai upaya pemerintah daerah di wilayah Sumut dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM sebagai salah satu sumber masalah

dalam beritanya. Meskipun itu semua juga merupakan dampak akibat kenaikan BBM itu sendiri. Ketiga, membuat keputusan moral (*Make moral judgement*) yang terdapat dalam pemberitaan kenaikan BBM pada Waspada yaitu pemerintah dianggap tidak memikirkan dampak kenaikan BBM bagi masyarakat. Sedangkan pada Medanbisnis terdapat dua keputusan moral yaitu pemerintah daerah di wilayah Sumut berupaya mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM. Serta dengan kenaikan BBM, pemerintah dinilai sudah melukai hati masyarakat dan membuat perekonomian masyarakat semakin terpuruk. Pada perangkat framing yang keempat yaitu menekankan penyelesaian (*Treatment recommendation*) yang ditawarkan dalam berita kenaikan BBM pada Waspada yaitu menyampaikan aspirasi masyarakat kepada DPRD RI atau pemerintah pusat. Sedangkan pada Medanbisnis terdapat dua penyelesaian yang ditekankan. Pertama, antisipasi dilakukan pemerintah daerah terhadap dampak yang ditimbulkan kenaikan BBM. Kedua, menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah pusat untuk mengkaji ulang tentang kenaikan BBM.

Selain itu juga terdapat perbedaan yang sangat menonjol dari kedua media tersebut dalam memberitakan tentang kenaikan BBM yaitu bagaimana sudut pandang kedua media dalam menentukan judul terhadap peristiwa kenaikan BBM. Waspada menempatkan penolakan kenaikan BBM pada setiap judul berita yang diterbitkan dalam satu minggu pertama setelah kenaikan BBM. Disini dapat dinilai bahwa Waspada sepenuhnya mendukung aksi penolakan kenaikan BBM oleh masyarakat dan dalam artian lain Waspada tidak setuju dengan kenaikan BBM tersebut. Sedangkan Medanbisnis, peneliti menilai masih dalam konteks yang netral. Yaitu, tidak sepenuhnya melihat dari sisi penolakan masyarakat, tetapi juga melihat dari sisi upaya pemerintah daerah dalam mencegah dan mengatasi dampak kenaikan BBM

REFERENSI

- Adryamarthanino, V. (2022, 09 Rabu). *Sejarah Kenaikan BBM dari Era Soekarno hingga Jokowi*. Dipetik 12 01, 2022, dari Berita Online Kompas.com: <https://www.kompas.com/stori/read/2022/09/07/140000479/sejarah-kenaikan-bbm-dari-era-soekarno-hingga-jokowi>
- Alexa. (2022, 01 05). *30 Besar Peringkat Media Online Indonesia per Januari 2022 Versi Alexa*. Dipetik 11 Jum'at, 2022, dari www.Prabangkaranews.com: <https://prabangkaranews.com/2022/04/30-besar-peringkat-media-online-indonesia-per-januari-2022-versi-alex/>
- Ana Maria Sarmiento Gaio, Mondry, Carmia Diahloka, *Analisis Framing Robert Entman pada Pemberitaan Konflik KPK vs Polri di Vivanews.co.id dan Detiknews.com*, (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2015), h.1.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis dan Kritis dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*,
- Butsi, F. I. (2019). Mengenal Analisis Framing : Tinjauan Sejarah dan Metodologi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2.
- Eriyanto, *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Yogyakarta : LkiS, 2002), h.223.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* . Yogyakarta: LKiS.
- Febriani, N. K., Cahyani, D. Y., & Gelge, N. M. (2016). Pembingkai Berita Seratus Hari Kerja Jokowi-JK (Analisis Framing Program Berita di Metro Hari Ini. *Jurnal Komunikasi*, 5.

- Febry Ichwan Butsi, *Memahami Pendekatan Positivis, Konstruktivis dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi.*(Jurnal Ilmiah Komunikasi, 2019), h.6.
- Fitrah , M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus.* Sukabumi: CV Jejak.
- Gaio, A. M., Mondry, & Diahloka, C. (2015). Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK vs Polri di Vivanews.co.id dan Detiknews.com. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1.
- Hanifa, U. (2019). Analisis Framing Tentang Wacana Terorisme di Media Massa(Majalah Sabili). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3.
- Hasan , K. (2014). Konstruksi Realitas Sosial dalam Media Massa. *Jurnal Bahan Ajar* , 2.
- Hutami, M. F., & Sjafirah, N. A. (2018). Framing Media Online Tribunnews.com Terhadap Sosok Perempuan dalam Berita Video Pornografi Depok. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 7.
- Krisdinanto, N. (2014). Anomali Teori Hierarki Pengaruh Terhadap Isi Media. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2.
- Morissan. (2019). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa.* Jakarta: Prenada Media Group.
- Netty Siswanti, *.Analisis Framing Media: Studi Komparatif Media Online "CNN" dan "KOMPAS" Terkait Fenomena Kemanusiaan di AL-AQSA Periode 20 - 23 Juli 2017.* (Jurnal Riset Komunikasi, 2019), h.3.
- Simarmata, S. (2014). *Media dan Politik. Sikap Pers Terhadap Pemerintah Koalisi di Indonesia.* Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siswanti, N. (2019). Analisis Framing Media : Studi Komparatif Media Online "CNN" dan "KOMPAS" Terkait Fenomena Kemanusiaan di AL-AQSA Periode 20-30 Juli 2017. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3.
- Subiakto , H., & Ida, R. (2012). *Komunikasi Politik,Media dan Demokrasi.* Jakarta: Prenada Media Group.
- Takalelumang, R., Stefi, J. J., & Harilama. (2019). Penerapan Kode Etik Jurnalistik di Media Online KOMUNIKASULUT. *Jurnal Komunikasi*,