

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap fakta atau ide terbaru yang menarik dan penting bagi khalayak pasti diperlukan wadah dalam penyebarannya. Seperti fakta atau ide yang berkaitan dengan politik, pendidikan, kesehatan, lingkungan, ekonomi, bisnis, mode, hiburan dan pemerintahan. Topik tersebut dijadikan berita dan disebar media dengan pemberitaan agar informasinya sampai pada khalayak. Pemberitaan atau reportase sendiri mempunyai makna melaporkan, memberi laporan, dan memberitakan (Abdullah, 1992).

Pemberitaan sendiri memiliki nilai atau standar dalam menginformasikan suatu berita, diantaranya Penting (*significance*) artinya peristiwa tersebut bisa menyangkut kepentingan orang banyak. Aktualitas (*timeliness*) peristiwa yang diberitakan merupakan peristiwa atau kegiatan yang sedang terjadi. Pengaruh (*magnitude*), seberapa berpengaruh suatu peristiwa bagi publik atau masyarakat. Kedekatan (*proximity*), nilai berita kedekatan suatu peristiwa terhadap masyarakat, secara geografis, psikologis, dan ideologis. Dampak atau akibat (*impact*), berdampak luas pada publik. Ketokohan (*prominence*), nilai berita ketokohan berkaitan dengan orang terkenal. Konflik (*conflict*), berita yang mengandung konflik atau pertentangan selalu membuat masyarakat tertarik. Keluarbiasaan (*unusualness*), peristiwa yang luar biasa, aneh, atau tidak lazim. Ketertarikan manusia (*human interest*), segala sesuatu yang membuat manusia tersentuh. Kekinian (*Currency*), topik yang hangat diperbincangkan publik serta masyarakat

luas, sehingga lebih menarik perhatian masyarakat dibanding isu berita lainnya (Kompas.com).

Akhir-akhir ini masyarakat Indonesia dihebohkan dengan keputusan pemerintah dalam menaikkan harga bahan bakar minyak (BBM), sehingga banyak media yang ikut serta memberitakan tentang isu tersebut. Kenaikkan harga bahan bakar minyak (BBM) sering terjadi di berbagai negara di seluruh dunia dan memiliki berbagai latar belakang yang mendasarinya. Dalam banyak kasus, kenaikan harga bahan bakar minyak diakibatkan oleh fluktuasi harga minyak mentah di pasar dunia. Perusahaan minyak dan gas dapat mempengaruhi harga BBM dengan menyesuaikan produksi mereka untuk memenuhi permintaan global, namun fluktuasi harga minyak juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebijakan perdagangan internasional, geopolitik, dan bencana alam. Jika harga minyak naik di pasar dunia, maka biaya produksi dan distribusi BBM juga akan naik dan menyebabkan kenaikan harga bagi konsumen.

Selain fluktuasi harga minyak dunia, kenaikan harga BBM dapat disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang meningkatkan tarif pajak atau subsidi BBM. Kebijakan subsidi BBM yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk membantu masyarakat dengan memberikan harga BBM yang lebih rendah. Namun, subsidi ini dapat menguras anggaran pemerintah dan dapat memicu defisit anggaran yang signifikan.

Sebaliknya, kenaikan tarif pajak BBM dapat memperbaiki keuangan pemerintah dan mendorong orang untuk beralih ke sumber energi alternatif yang lebih ramah lingkungan. Meskipun demikian, kenaikan harga BBM dapat

memiliki dampak sosial dan ekonomi yang signifikan bagi masyarakat, termasuk naiknya biaya transportasi, inflasi, dan penurunan daya beli.

Dampak dari ditetapkannya kebijakan tersebut, banyak lapisan masyarakat yang terkena imbasnya, terutama pada perekonomian masyarakat. Seperti meningkatkan angka pengangguran yang tentunya akan menambah tingkat kemiskinan di Indonesia. Oleh karena itu, penulis tertarik membahas isu ini karena adanya fenomena sosial yang terjadi akibat dari kenaikan harga bahan bakar minyak tersebut.

Kenaikkan Bahan Bakar Minyak (BBM) menjadi sebuah fenomena, dipicu oleh setiap media yang ikut memberitakan peristiwa ini dengan menonjolkan masing-masing ideologi atau pandangan media. Seperti ada yang dipihak rakyat, pemerintah, kemiskinan, kemanusiaan, bisa lihat dari *agenda setting* masing-masing media tersebut. Isu-isu tersebut dibingkai dalam bentuk pemberitaan dan pembedaan yang ingin disajikan oleh media massa.

Media massa selalu berlomba-lomba dalam menyajikan informasi atau pemberitaan yang sesuai dengan minat masyarakat dan pemberitaan yang mampu menuntaskan keingintahuan pembaca. Penyajian berita tersebut tentunya dibarengi dengan visi misi dari masing-masing media massa dan juga menyajikan berita terkini yang sesuai fakta di lapangan. Oleh karena itu, setiap media selalu memiliki sisi menarik dalam penyajian beritanya atau yang biasa disebut pembedaan berita (*framing*).

Analisis pembedaan (*framing*) merupakan pendekatan analisis wacana versi paling baru, terkhusus dalam menganalisis teks media/berita. Analisis ini menjadi perangkat kepercayaan yang mengatur pandangan politik, kebijakan,

wacana, serta menyediakan jenis-jenis standar untuk mengapresiasi realitas yang dimaknai sebagai konseptual *framing*. Penjelasan tentang *framing* kemudian dikembangkan dan diartikan sebagai proses penyeleksian untuk memvisualisasikan aspek-aspek khusus suatu realitas media.

Analisis pembedaan (*framing*) diartikan sebagai proses menjadikan sebuah pesan lebih menonjol dan melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* dipakai untuk melihat bagaimana sebuah peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Dalam pandangan komunikasi, analisis *framing* dapat dipakai untuk membedah tata cara atau pertautan fakta dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi publik sesuai perspektifnya. *Framing* dalam setiap media massa tentunya berbeda-beda dapat dilihat dari hal apa yang lebih ditonjolkan dalam setiap berita, apakah sesuai dengan fakta atau fakta malah tersembunyi dalam setiap berita, dan hal menarik apa saja yang ada di dalam berita namun tidak banyak pembaca berita menyadarinya (Eriyanto, 2012).

Framing yang dilakukan media dapat dilihat dari penyajian berita suatu media, baik media konvensional maupun media online. Media online di Indonesia sudah cukup banyak, salah satunya media Kompas.com; media ini menyajikan berbagai berita baik politik, ekonomi, pangan, teknologi, pun juga kebijakan atau keputusan pemerintah. Media Kompas.com merupakan media yang akan penulis teliti dikarenakan menjadi salah satu media *online* nasional yang banyak dikunjungi dan dibaca oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi dan berita yang sedang hangat dibahas.

Media sedemikian rupa membingkai sebuah isu menjadi fenomena dari sudut pandang yang dibangun oleh media itu sendiri. Melalui analisis pembedaan (*framing*) penulis ingin mengetahui bagaimana media *online* kompas.com memandang fenomena kenaikan harga bahan bakar minyak. Kenaikan harga bahan bakar minyak ditetapkan pada 3 september 2022, namun isu tersebut sudah hangat diperbincangkan oleh publik. Maka dari ini, penulis sangat tertarik untuk meneliti atau menganalisis rekonstruksi sosial yang terjadi oleh fenomena tersebut dengan menggunakan model pembedaan (*framing*) berita, dengan judul “Analisis *Framing* Berita Kebijakan Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak pada Portal Berita kompas.com Periode September 2022 (Model William A.Gamson dan Andre Modigliani)”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini yaitu:

1. Menggunakan Analisis Framing William A. Gamson dan Andre Modigliani tentang Berita Kebijakan Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak pada Media Kompas.com
2. Menganalisis Berita Edisi September 2022 yang berkaitan dengan kebijakan kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) sebanyak enam buah berita.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diterangkan pada latar belakang di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: bagaimana Analisis *Framing*

Model William G.Gamson dan Andre Modigliani pada Berita Kebijakan Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak di Portal Berita Kompas.com Periode September 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan pembingkai berita pada Kompas.com tentang isu kebijakan kenaikan harga bahan bakar minyak.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1.1.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

Manfaat teoritis dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi serta referensi untuk pemikiran dalam mengembangkan kajian ilmu, terkhususnya terkait kajian analisis teks media (framing), melihat bagaimana media *online* dalam membingkai suatu berita.

1.1.2 Manfaat Praktis

Adapun beberapa manfaat praktis dari penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian ini dapat dilihat sebagai suatu gambaran bagaimana media melakukan pembingkai dalam peristiwa yang diberitakan. Penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini mampu menjadi pencerahan terhadap media dalam mempertahankan eksistensi dan kredibilitas media tersebut dalam pemberitaannya.