

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Menurut Bittner Komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan menggunakan media massa kepada banyak khalayak (Bittner, 1996). Dalam bahasa Inggris komunikasi massa adalah *mass media communication* yang berarti komunikasi dengan menggunakan media massa. Komunikasi massa adalah dua cara pandang dari seseorang atau beberapa orang yang membuat pesan dan menyampaikannya dengan menggunakan media dan bagaimana orang tersebut mencari informasi tersebut. Dalam tinjauan praktis komunikasi massa adalah sebuah proses komunikator menyampaikan pesan yang ditujukan kepada khalayak dengan perantara media massa yang dapat menjangkau banyak orang. Menurut Janowitz komunikasi massa merupakan komunikasi lembaga atau komunikasi kelompok dengan menggunakan teknologi yang dapat menyampaikan pesan kepada orang banyak (Janowitz: 1968).

Menurut Gerbner komunikasi massa yaitu membuat sebuah produk berupa informasi. Produk tersebut disebarluaskan kepada banyak orang/khalayak secara luas dan tetap dengan jangka waktu yang konsisten. Komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa adalah komunikasi yang berbeda, komunikasi antar pribadi dikirim secara personal sedangkan komunikasi massa dikirim secara luas. Media yang digunakan untuk menyampaikan komunikasi massa yaitu berupa televisi, radio, telepon genggam, media online, dsb. Komunikasi massa yaitu komunikasi yang mencakup satu komunikator dengan banyak komunikan yang dapat mempengaruhi seseorang dan memberi informasi secara luas (McQuail, 2011).

2.1.1 Media Massa

Media massa memiliki pengaruh yang signifikan dalam kehidupan masyarakat. Karena masyarakat memperoleh informasi melalui media. Oleh karena itu, media massa memainkan peran penting dalam masyarakat. Akibatnya, teknologi media massa berkembang dengan cepat dan menjadi semakin canggih, terbukti dengan adanya

teknologi-teknologi canggih yang bermunculan saat ini, seperti media web, ponsel, dan lain sebagainya.

Sebuah media dapat dikatakan sebagai media massa apabila terdapat karakteristik tertentu. Karakteristik media massa berdasarkan (Cangara 2010:126) antara lain:

A. Media bersifat melembaga, yang mana pada proses mendistribusikan informasi pada media massa bergantung pada banyak orang yang ada. Dimulai pada proses mengumpulkan informasi, beralih pada proses mengolah informasi, dan yang terakhir proses menyebarkan informasi.

B. Komunikasi satu arah, berarti bahwa tanggapan dari penerima informasi atau komunikasi kepada komunikator terbatas atau bahkan tidak mungkin. Umpan balik sering kali tertunda dan terjadi dalam jangka waktu yang lama.

C. Meluas dan serempak, mengandung arti bahwa proses penyampaian informasi melalui media massa dapat dilakukan secara luas dan serempak, karena kemampuan media massa dalam mengatasi kendala jarak dan waktu. Selain itu, media massa mengalir secara luas dan serempak sehingga memungkinkan pesan dapat diterima oleh banyak orang dalam waktu yang bersamaan, hal ini menunjukkan kemajuan teknologi yang ada saat ini melalui media televisi, radio, dan portal berita di internet.

D. Bersifat terbuka, artinya pesan yang disebarkan oleh media massa dapat diakses oleh siapapun tanpa memandang status, usia, gender, dan juga latar belakang yang lain.

2.2 Analisis Framing

Analisis framing adalah bagian dari analisis wacana yang sering digunakan dalam komunikasi untuk melihat cara-cara atau ideologi media dalam menyajikan fakta. Pendekatan untuk memilih, menyoroti, dan menghubungkan fakta-fakta ke dalam berita untuk membuatnya lebih signifikan, menghibur, bermakna, atau mudah diingat untuk menggiring opini khalayak sesuai dengan perspektifnya dikaji dalam

analisis framing. Analisis framing sendiri merupakan metode lain yang bertujuan melihat bagaimana wartawan menyeleksi isu dan menulis berita dari perspektif atau sudut pandangnya. Sudut pandang ini yang akan menetapkan fakta mana yang digunakan, aspek mana yang ditonjolkan atau dihilangkan, dan kemana berita tersebut dibawa. (Machmud, 2018).

Menurut Entman, framing dibagi ke dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan fokus pada fitur-fitur realitas. Dalam hal proses/pemilihan isu di media, kedua elemen ini dapat membantu mempertajam analisis framing. Tapi tetap perspektif wartawanlah yang menjadi subjek pertama dalam analisis *framing*. Terlepas dari hal tersebut, penonjolan yang dimaksud dalam berita ini melibatkan perspektif sang jurnalis, aspek yang mencolok ini biasanya ada di dalam *headline*, halaman depan, atau bagian depan.

Entman dalam pandangannya menganggap apabila konsep *framing* merupakan metode yang secara konsisten dapat mengungkap isi atau hal yang ditonjolkan dalam sebuah teks. Dengan *framing*, sebuah informasi dari informasi dapat dijelaskan dengan tepat secara sistematis. Secara esensial *framing* meliputi hal yang ditonjolkan dan tidak dalam teks, hal ini menyebabkan hasil dari metode *framing* dapat menyeleksi aspek penting dari individu dalam memahami sebuah realitas. G.J Aditjondro (1999) dalam Sobur (Sobur,2006:165) juga memiliki pendapat tentang metode *framing* ini. *Framing* adalah proses penyuntingan yang posisinya tidak bisa terelakkan dari keredaksian media cetak, reporter yang bertugas untuk menentukan informasi dari reporter dimuat atau tidak. Petugas tata muka yang menentukan apakah informasi yang menjadi sebuah berita tersebut dicantumkan sebuah foto, ilustrasi, karikatur atau yang lainnya. Namun *framing* tidak hanya ditentukan oleh pekerja pers dibalik layar, pihak informan yang telah bersengketa juga dapat menentukan sisi mana yang ditonjolkan dalam proses sebuah berita.

2.2.1 Tujuan Analisis Framing

Analisis framing adalah metode untuk mengetahui bagaimana media mengkonstruksi realitas (aktor, organisasi, atau apa saja) (Eriyanto, 2005). Analisis

framing adalah salah satu jenis analisis isi yang mengevaluasi wacana persaingan antar kelompok yang muncul atau ditampilkan di media. Analisis framing juga dikenal dengan konsep frame, yaitu sebuah ide utama yang tersusun dan bisa diamati dengan menggunakan dua turunan, yakni *framing devices* dan *reasoning devices*. (Machmud, 2018).

Fokus dari analisis framing adalah pada komentar interpretatif seputar materi yang nyata. Dengan kata lain, analisis framing menyamar sebagai pemeriksaan informasi tekstual yang tersembunyi. Ketika memproduksi fakta, analisis framing digunakan untuk mendekonstruksi metode atau ideologi media. (Machmud, 2018).

Maka dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa analisis *framing* digunakan untuk mengetahui proses menyeleksi, menafsirkan, pemberian makna tertentu dari sebuah peristiwa yang diwujudkan dari kata-kata dalam sebuah berita. Serta dapat dimaknai bagaimana sebuah media menyajikan dan menyeleksi sebuah pemberitaan dari berbagai macam sudut pandang.

2.3 Jurnalisme Online

Jurnalisme online merupakan bentuk terbaru dari jurnalisme itu sendiri. Jurnalisme online menawarkan kelebihan dalam penyebaran informasi yang jauh lebih besar dibandingkan dengan jurnalisme konvensional. Kemunculan media online melahirkan jenis jurnalis baru, yang disebut jurnalisme online. Jurnalisme siber, jurnalisme internet, dan jurnalisme web adalah istilah lain dari jurnalisme online. Hal ini dikarenakan jurnalisme online merupakan "generasi baru" yang muncul setelah jurnalisme tradisional dan jurnalisme penyiaran (Septiawan,2005).

Perbedaan yang terlihat mencolok dari jurnalisme online merupakan gambaran terbaru dari jurnalisme yang mana terdapat nilai lebih daripada dengan jurnalisme konvensional seperti koran, majalah, tabloid dan sejenisnya. Perbedaan utamanya terletak pada kesanggupan internet untuk mengkombinasikan banyak macam media,

interaktivitas, dan kurangnya kontrol penulis kepada pembaca . Berbagai-jenis-jenis jurnalisme online tersebut bisa ditempatkan di antara dua domain (Widodo,1991).

Nilai lebih dari jurnalistik online jika dibandingkan dengan jurnalistik cetak adalah dari sisi kecepatan dalam menyajikan sebuah berita atau peristiwa teraktual, hal ini berbeda dengan jurnalistik cetak yang memiliki tenggat waktu dalam proses penyampaian berita, dalam kasus jurnalistik online berita tentang peristiwa terkini dapat terpublikasikan dalam hitungan menit setelah peristiwa terjadi. Dengan ini dengan kehadiran jurnalistik online para wartawan dapat kapan saja dan dimana saja untuk melakukan kegiatan jurnalistik, bahkan saat ini jurnalistik telah berkembang hingga munculnya jurnalisme warga (*citizen journalism*) yang memungkinkan bagi masyarakat luas untuk ikut andil dalam memberikan keterangan kepada khalayak umum tanpa harus menjadi seorang wartawan terlebih dahulu.

Berdasarkan definisi di atas, jurnalisme online adalah proses penyajian informasi kepada khalayak umum dengan menggunakan media internet. James C. Foust juga menyoroti manfaat dan keunikan jurnalisme online (Romli, 2012):

A. *Audience Control*

Kendali Pembaca. Jurnalisme online memberikan fleksibilitas kepada pembaca untuk menentukan berita apa yang ingin pembaca konsumsi; pengguna memiliki kendali penuh atas berita apa yang ingin konsumsi dan dapat dengan mudah berpindah dari satu sumber berita ke sumber berita lainnya.

B. *Nonlienarity*

Jurnalisme online bisa berdiri sendiri, tanpa memaksa pembaca untuk membaca berita secara kronologis. Pembaca memiliki kemampuan untuk menentukan berita mana yang ingin mereka baca.

C. *Storage and Retrieval*

Berita atau informasi dalam jurnalistik online diarsipkan dan tersimpan sehingga memungkinkan untuk membaca berita kembali kapan saja.

D. *Unlimited Space*

Tidak ada batasan tertentu pada penyampaian informasi pada jurnalistik online, berita yang ada dalam jurnalistik online memungkinkan untuk menjadi lebih lengkap dibandingkan jurnalistik lain yang memiliki batasan tertentu dalam penyampaian berita atau informasi.

E. *Immediacy*

Informasi yang ada dalam jurnalistik online memiliki sifat cepat, akurat, dan langsung kepada pembaca.

F. *Multimedia Capability*

Penyampaian berita milik jurnalistik online dapat memasukan segala unsur seperti teks, suara, video ataupun format lainnya yang mendukung penggambaran dalam sebuah penyampaian berita.

G. *Interactivity*

Keberadaan kolom komentar dan share dapat meningkatkan partisipasi pembaca.

2.3.1 Pengertian Berita

Setiap laporan tentang peristiwa, kejadian, pemikiran, atau fakta yang menarik perhatian dan cukup penting untuk disampaikan atau dimuat di media massa agar diketahui atau menjadi pengetahuan banyak orang dianggap sebagai berita. Penyampaian berita harus lugas dan sederhana agar mudah dimengerti oleh pemirsa berita..(RAMBU-RAMBU JURNALISTIK (*Bagaimana Menulis Berita Yang Layak Baca*) - *Google Books*, n.d.).

Berita dalam pengertiannya akan lebih sulit untuk dijabarkan dibandingkan dengan menjelaskannya hal ini berdasarkan dari pengalaman seorang wartawan. Meskipun begitu berita itu sendiri tetap memiliki pengertiannya tersendiri, pengertian dari berita ini berdasarkan dari pers Timur dan pers Barat. Dalam pengertian pers Timur, berita memiliki pengertian proses yang selalu ditentukan arahnya, tujuan dari

berita tidak ditujukan untuk memenuhi kepentingan seseorang, melainkan ditujukan mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan sosial. Berbeda dengan pengertian menurut pers Barat dimana berita dinilai sebagai barang yang bisa diperjual belikan, karena pengertian tersebutlah maka berita dikemas dan dibuat semenarik mungkin demi memikat konsumen (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2016:32).

Di dunia yang sangat maju dan berkembang saat ini, berita tidak hanya berisi peristiwa aktual, tetapi juga opini, tren, situasi, dan kondisi yang harus dikomunikasikan kepada publik. Ada banyak elemen penting yang perlu dipertimbangkan ketika memahami berita, Tom E. Rolnicki (Latief: 2021) :

- A. Dalam sebuah berita perlu memiliki sifat mengandung fakta, tetapi tidak mengandung seluruh isi fakta yang terjadi.
- B. Sebuah berita memiliki isi opini yang dikeluarkan oleh tokoh atau ahli dalam bidang tertentu.
- C. Muatan utama dalam isi sebuah berita berisi tentang apa yang mereka katakan atau apa yang mereka kerjakan.
- D. Sering kali, paragraf awal dan paragraf berikutnya menggabungkan fakta dan pandangan, sehingga memberi kesan bahwa berita lama adalah berita baru lagi.
- E. Tidak semua berita memiliki nilai yang sama pada beberapa lembaga, beberapa lembaga bisa menganggap sebuah berita perlu dipublikasikan namun tidak bagi lembaga lain. Hal ini tergantung kepada kepentingan apa yang ada pada berita.
- F. Berita yang menjadi sebuah berita hari ini tidak dapat dipastikan menjadi berita pada esok hari.
- G. Apa yang penting menurut seseorang mungkin tidak penting menurut orang lain.
- H. Dua variabel berita yang krusial, yaitu keindahan dan kepentingan, tidaklah sama..

Berita juga dapat didefinisikan sebagai fakta, opini, pesan, dan informasi termasuk nilai-nilai yang diumumkan, diinformasikan, dan menarik perhatian banyak orang. Berita adalah hasil dari pembentukan realitas yang dikonstruksi melalui susunan bahasa yang terdiri dari kata-kata. Bahasa adalah komponen utama dalam produksi realitas, dan konstruksi adalah faktor utama dalam menceritakan sebuah berita. Menurut definisi tersebut, ada empat unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah berita, selain menjadikan ciri dan syarat utama dalam berita yang akan dimuat di media massa, ciri dan syarat inilah yang kemudian disebut sebagai nilai berita atau nilai jurnalistik. Syarat-syarat kelengkapan berita (*RAMBU-RAMBU JURNALISTIK (Bagaimana Menulis Berita Yang Layak Baca) - Google Books, n.d.*) :

A. Faktual

Informasi dalam sebuah berita haruslah berupa fakta (*fact*) bukanlah fiksi ataupun buah pikiran. Fakta pada ruang lingkup jurnalistik terbentuk atas peristiwa nyata, pendapat, penjelasan dari sumber berita. Dalam unsur ini pula terkandung pengertian sebuah berita diwajibkan memiliki informasi tentang sesuatu dengan kondisi yang sebenar-benarnya atau sebuah laporan tentang fakta yang terjadi.

B. Aktual

Sebuah berita yang akan dimuat dalam media massa harus bersifat sedang hangat dibicarakan umum tetapi berita lama juga dapat menjadi berita yang aktual yang sedang ramai dibicarakan

C. Cepat

Disiarkan dengan cepat, karena jika ada jeda waktu dalam menyiarkan, ada kemungkinan berita akan menjadi basi dan menimbulkan tidak aktualnya berita. Tujuan sebuah berita harus disiarkan secara cepat adalah untuk menjaga kualitas dan keaktualan berita

D. Seimbang

Cover both sides, itulah yang disebut oleh para jurnalis. Jika ada bias dalam sebuah berita, kemungkinan besar akan memicu keresahan masyarakat.

E. Penting

Artinya isi yang terkandung dalam sebuah berita haruslah informasi yang penting bagi banyak orang. Informasi yang disampaikan harus menyangkut kepentingan dan berpengaruh bagi kehidupan masyarakat luas.

F. Bermanfaat

Artinya isi dalam sebuah berita haruslah memberikan manfaat kepada masyarakat luas yang mengonsumsi berita tersebut.

G. Lengkap

Berita dapat disebut lengkap adalah berita yang terdapat 5W+1H yang harus diberikan dan dapat menghasilkan kepercayaan terhadap berita dan kelengkapan informasinya.

H. Menarik

Apa yang terkandung dalam sebuah berita haruslah informasi yang menarik perhatian banyak orang, apa yang disampaikan dalam sebuah berita dapat menarik orang untuk membaca isi dari berita tersebut.

2.4 Pembingkai Berita

Menurut frame media, pembingkai berita adalah penataan aktualitas berita setiap hari. Framing dapat didefinisikan dengan kerja jurnalis demi mengidentifikasi dan mengklasifikasikan materi secara tepat dan menyampaikannya kepada pembaca dengan cepat. Framing adalah tindakan memilih fitur-fitur tertentu dari realitas dan menekankannya dalam sebuah teks. Tindakan pembingkai, serta penyajian peristiwa

dan berita, dapat memiliki dampak sistematis pada teknik untuk dipahami oleh penerima berita. (Machmud, 2018).

2.5 Agenda Setting

Merupakan tipe jenis frame yang dilandaskan pada langkah identifikasi penting adalah agenda setting. Oleh sebab itu, agenda setting adalah komponen dari agenda conditioning, yang mengutamakan masalah-masalah yang menonjol atau dianggap penting menurut media (Machmud, 2018). Maxwell McCombs dan Donald Shaw mengembangkan teori agenda setting pada tahun 1972. Dengan berkembangnya teori pengaturan agenda media, yang mulannya ditujukan untuk menjelaskan dampak pada opini politik selama musim pemilihan umum, khususnya bagaimana media dapat mengutamakan subjek maupun mengatur agenda.

Dalam saduran McQuail tentang definisi agenda setting sebagai *“Process by which the relative attention given to items or issues in news coverage influences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance. As an extension, effects on public policy may occur.”* Peneliti bisa mengartikan apabila pemberitaan media mempengaruhi kesadaran masyarakat akan peristiwa yang diangkat, menyiratkan bahwa media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat melewati informasi yang ditawarkan. Asumsi utama dari pengaruh media terhadap opini publik adalah teori agenda-setting. Khalayak tidak hanya belajar atau mencari pengetahuan dari media, tetapi khalayak juga mempelajari seberapa penting subjek atau topik melalui penegasan media.

Agenda menghasilkan topik-topik yang menarik untuk disampaikan kepada khalayak, memengaruhi media agar berinteraksi dengan apa yang dipikirkan khalayak, dan mengembangkan agenda publik maupun opini publik tentang subjek yang disediakan oleh media. Agenda setting merupakan mekanisme realitas di mana media mendistribusikan pesan kepada publik dengan berbagai alasan yang didasarkan pada berbagai elemen. Jika sebuah isu mampu memengaruhi atau menarik perhatian sebagai

masalah publik dan menjadi penting dalam agenda publik, maka isu tersebut akan menghasilkan perhatian yang lebih penuh dibandingkan dengan isu-isu lainnya. Tahap ini dikenal sebagai keputusan publik, dan dapat ditafsirkan dari berbagai sudut pandang. Tergantung dari pihak mana, keputusan, konflik, dan kebijakan yang akan ditentukan. Pemahaman penulis, agenda setting adalah media memiliki otoritas penuh dalam menyampaikan atau menampilkan masalah untuk mempengaruhi agenda publik, berdasarkan beberapa kriteria tersebut. Karena media menganggap masalah tersebut penting, maka masyarakat umum pun akan menganggapnya demikian. Teori ini juga mengungkapkan apabila media menentukan kesadaran publik akan informasi dengan mengarahkan kesadaran dan perhatian publik pada topik-topik tertentu yang dianggap penting oleh media. Asumsi utama para peneliti adalah bahwa apa yang penting bagi media juga penting bagi masyarakat, dan apabila suatu masalah penting untuk masyarakat tetapi tidak penting untuk media, maka topik terkait tidak penting.

Agenda setting memiliki dua tingkatan. Tingkat pertama adalah masalah umum yang dianggap relevan dan akan dibahas oleh media. Tingkat kedua adalah setiap subjek yang dirasa penting; isu-isu yang diliput oleh media memiliki dampak pada bagaimana orang berpikir tentang isu tertentu, oleh karena itu bisa disebut sebagai agenda publik. Agenda media mempengaruhi agenda publik, dan agenda publik mempengaruhi agenda kebijakan. (Romli,2014:29)

Menurut teori agenda setting, ada tiga jenis agenda yang saling berhubungan. Ketiga jenis agenda tersebut adalah sebagai berikut (Haryanto,2003).

1. Agenda media adalah kumpulan tema atau isu yang diliput oleh media seperti televisi, radio, dan surat kabar.
2. Agenda publik adalah daftar tema atau isu yang dianggap penting menurut masyarakat umum.

3. Agenda Kebijakan, kumpulan tema atau isu yang dipegang oleh para pembuat kebijakan seperti DPR maupun pihak-pihak lain yang terlibat dalam kegiatan pembuatan kebijakan.

Agenda media adalah perhatian yang dianggap penting oleh sebuah media dengan memposisikan isu-isu yang sedang ramai dan bisa mempengaruhi pemikiran banyak orang. Ketika menggambarkan realitas sosial pada sebuah isu, ada proses seleksi ketika editor memainkan peran penting dalam menentukan isu mana yang ditampilkan kepada khalayak dan mana yang tidak. Pemilihan ini bersifat subjektif dan didasarkan pada misi, visi, keyakinan, dan filosofi media. Agenda politik, sosial, dan pribadi bisa mempengaruhi jurnalis dan editor, sehingga mengharuskan media untuk fokus pada khalayak dan menyeleksi masalah yang paling cocok bagi pembaca. Media bisa mengatur agenda untuk konsumsi publik selama proses ini. Visibilitas (jumlah dan tingkat penonjolan berita), Audience salience (relevansi muatan berita dengan kebutuhan audiens), Valensi (menguntungkan atau tidaknya gaya pelaporan suatu berita) adalah aspek-aspek dalam penyusunan agenda media. (Tamburaka,2012:69).

Agenda publik adalah kumpulan tema atau isu yang dirasa penting menurut masyarakat umum atau khalayak. Hal ini didefinisikan sebagai perbedaan pentingnya berita berdasarkan opini dan pengetahuan publik. Agenda media mempengaruhi atau berkesinambungan dengan agenda publik atau relevansi subjek terkait dengan khalayak dalam berbagai cara. Dimensi yang berhubungan diantaranya; *Familiarity* (keakraban), *Personal salience* (penonjolan pribadi), *Favorability* (kesenangan).

Individu akan memeriksa agenda kebijakan dalam kebijakan membuat kebijakan publik menjadi penting untuk sementara waktu. Dukungan, keputusan pemerintah yang dirasa berjalan dan dapat diterima oleh masyarakat, dan isi kebijakan yang diterapkan oleh pembuat keputusan adalah beberapa faktor yang disebutkan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

SKRIPSI I	
Judul	<i>ANALISIS FRAMING ISU LARANGAN EKSPOR MINYAK GORENG DAN CRUDE PAL OIL OLEH PRESIDEN JOKO WIDODO DI PORTAL BERITA (Studi pada Pemberitaan di Media Online CNN Indonesia dan Tempo.co Edisi April 2022)</i>
Penelitian	Hariyanto Aditya Swandaru
Tahun	2022
Hasil	<ul style="list-style-type: none">• Media CNN dalam pemberitaan larangan ekspor minyak goreng dan bahan bakunya oleh Presiden Joko Widodo lebih mengarah bagaimana dampak negatif larangan kebijakan ini dan menekankan serta mengulang pernyataan kebijakan larangan ekspor tidak akan menyelesaikan masalah.• Media Tempo.co menyoroti pandangan serta pernyataan dari narasumber yang mewakili pihak yang terlibat di permasalahan minyak goreng ini. Penulis Tempo berusaha menyeimbangkan dalam berita dengan menampilkan perspektif dari pengamat, pengusaha, dan perwakilan rakyat

Hasil temuan yang dilakukan pada penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto Aditya Swandaru terlihat bahwa media CNN dalam pemberitaan larangan ekspor minyak goreng dan bahan bakunya oleh Presiden Joko Widodo lebih menitik beratkan pada dampak negatif yang ditimbulkan dari kebijakan larangan ekspor yang dinilai tidak akan menyelesaikan masalah. Sedangkan pada media Tempo.co dinilai lebih mencoba menyeimbangkan perspektif dari berbagai elemen. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan narasumber yang berasal dari pengamat, pengusaha, dan perwakilan rakyat. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto Aditya Swandaru mengenai

pemberitaan di media *online* CNN dan Tempo.co tentang larangan ekspor minyak goreng. Sedangkan peneliti berfokus pada pemberitaan kunjungan kerja presiden Joko Widodo ke Lampung pada media *online* Tempo.co dan Detik.com.

