

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era digital, media massa telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Media tidak lagi berfungsi semata sebagai penyampai informasi, melainkan juga sebagai aktor sosial yang aktif membingkai realitas dan membentuk cara pandang publik terhadap berbagai peristiwa. Melalui proses seleksi isu, pemilihan narasumber, penggunaan bahasa, serta penonjolan aspek tertentu dari suatu peristiwa, media mampu menghadirkan dampak sosial, politik, dan ekonomi yang signifikan. Masifnya penggunaan media massa, baik televisi, radio, maupun media online, menjadikan proses produksi berita tidak dapat dilepaskan dari berbagai kepentingan, termasuk kepentingan ekonomi dan politik.

Perkembangan media massa di Indonesia mengalami percepatan signifikan pasca runtuhnya rezim Orde Baru pada tahun 1998. Terbukanya ruang demokrasi berdampak langsung pada meningkatnya kebebasan pers dan pluralitas media. Dalam kondisi tersebut, media memiliki keleluasaan yang lebih besar dalam menjalankan fungsi informatif, edukatif, sekaligus kontrol sosial. Namun, kebebasan ini juga membuka ruang bagi media untuk dimanfaatkan sebagai alat pembentukan citra dan arena pertarungan kepentingan, khususnya dalam konteks politik dan kebijakan publik. Organisasi sosial dan elite politik berlomba-lomba memanfaatkan media guna membangun citra positif, menarik simpati publik, serta memperoleh legitimasi politik. Dengan kekuatan media dalam membentuk opini publik, pemberitaan menjadi medan strategis yang diperebutkan oleh berbagai aktor.

Dalam sistem demokrasi, media memiliki peran penting sebagai pengawas kekuasaan (watchdog) terhadap penyelenggaraan pemerintahan, baik pada ranah eksekutif, legislatif, maupun yudikatif. Peran ini semakin relevan ketika media memberitakan kebijakan publik yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat luas. Salah satu kebijakan yang memunculkan perdebatan publik adalah kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12%. Kebijakan ini menimbulkan beragam respons, mulai dari dukungan hingga kritik, yang kemudian direpresentasikan media melalui berbagai sudut pandang pemberitaan.

Dalam proses pemberitaan tersebut, media tidak hanya menyampaikan fakta kebijakan, tetapi juga melakukan pembingkai (framing). Framing merupakan praktik seleksi dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas dengan tujuan membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu. Robert N. Entman menjelaskan bahwa framing bekerja dengan menekankan elemen tertentu dari realitas sehingga aspek tersebut menjadi lebih menonjol, sementara aspek lain berpotensi diabaikan. Dengan demikian, framing tidak hanya menentukan fakta apa yang ditampilkan, tetapi juga bagaimana fakta tersebut disusun, diberi penekanan, dan dimaknai oleh publik. Cara suatu isu dibingkai media akan memengaruhi persepsi masyarakat, arah perdebatan publik, serta tingkat penerimaan terhadap kebijakan yang diberitakan.

Penelitian ini secara khusus memilih Tempo.co dan Tirto.id sebagai objek kajian karena keduanya dikenal sebagai media online yang memiliki karakter kritis dalam pemberitaan kebijakan publik, namun berasal dari latar belakang dan posisi yang berbeda dalam ekosistem media Indonesia. Tempo.co merepresentasikan media arus utama (*mainstream media*) dengan sejarah panjang dalam jurnalisme investigatif dan tradisi kritik terhadap kekuasaan sejak era media cetak. Usia institusi yang lebih tua serta reputasi jurnalistik yang mapan menjadikan Tempo sebagai rujukan penting dalam pembentukan opini publik nasional. Sementara itu, Tirto.id hadir sebagai media online alternatif yang relatif lebih muda, namun dikenal dengan gaya jurnalisme berbasis data, penjelasan mendalam, dan pendekatan analitis yang kritis terhadap isu-isu kebijakan. Meskipun berstatus sebagai media alternatif, Tirto.id mampu bersaing dengan media arus utama dalam mempengaruhi wacana publik, khususnya di kalangan pembaca muda dan terdidik.

Perbedaan karakter, latar belakang institusional, serta segmentasi audiens antara Tempo.co dan Tirto.id berpotensi menghasilkan konstruksi pemberitaan yang berbeda terhadap isu yang sama. Dalam konteks kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12%, kedua media tersebut tidak hanya menyampaikan informasi faktual, tetapi juga menafsirkan, menilai, dan membingkai kebijakan tersebut melalui sudut pandang tertentu. Cara media mendefinisikan masalah, menentukan aktor penyebab, memberikan penilaian moral, serta menawarkan solusi akan sangat memengaruhi cara publik memahami dan merespons kebijakan tersebut. Perbedaan pembingkai ini menjadi penting untuk dikaji mengingat media memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik, terutama dalam isu kebijakan publik yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat. Framing yang digunakan media dapat memperkuat legitimasi kebijakan pemerintah atau sebaliknya

mendorong sikap kritis dan resistensi publik. Oleh karena itu, memahami bagaimana media mengonstruksi isu kenaikan PPN tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memiliki implikasi sosial dan politik yang luas. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan suatu analisis yang mampu mengungkap cara media membingkai isu kenaikan PPN secara sistematis dan mendalam. Analisis framing model Robert N. Entman dipandang tepat untuk menjawab kebutuhan tersebut karena mampu mengidentifikasi struktur makna yang dibangun media melalui empat elemen utama, yaitu pendefinisian masalah (*define problems*), penentuan penyebab (*diagnose causes*), penilaian moral (*make moral judgments*), serta rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendations*). Melalui kerangka ini, penelitian dapat menelusuri secara komprehensif bagaimana Tempo.co dan Tirto.id membangun realitas sosial mengenai kebijakan kenaikan PPN.

Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana Tempo.co dan Tirto.id membingkai isu kenaikan PPN 12%, serta apa perbedaan dan persamaan framing yang digunakan kedua media tersebut dalam merepresentasikan kebijakan pemerintah.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1.2.1 Batasan Masalah

Untuk menghindari melebar nya pembahasan, peneliti memberikan suatu batasan masalah. Ruang lingkup pembahasan peneliti hanya terbatas pada pemberitaan kenaikan PPN menjadi 12% pada media Tempo.co dan Tirto.id edisi 19 Desember - 26 Desember 2024.

1.2.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana Tempo.co dan Tirto.id melakukan *framing* pada pemberitaan kenaikan PPN menjadi 12% pada edisi 19 Desember – 26 Desember 2024?
- Apa perbedaan *framing* pemberitaan yang dilakukan Tempo.co dan Tirto.id dalam kenaikan PPN 12%?
- Nilai apa yang ditunjukkan Tempo.co dan Tirto.id pada pemberitaan kenaikan PPN 12%?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

- Untuk mengetahui bagaimana Tempo.co dan Tirto.id melakukan *framing* pada pemberitaan kenaikan PPN 12%.
- Untuk mengetahui perbedaan *framing* pada media Tempo.co dan Tirto.id dalam pemberitaan kenaikan PPN 12%.
- Untuk mengetahui nilai apa yang ditonjolkan oleh Tempo.co dan Tirto.id pada pemberitaan kenaikan PPN 12%.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam kajian komunikasi massa, khususnya terkait teori *framing* dan analisis media.
- Memberikan kontribusi akademis dalam memahami bagaimana media membingkai isu kebijakan ekonomi, seperti kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).
- Memperkuat pemahaman tentang model *framing* Robert N. Entman sebagai kerangka analisis untuk mengidentifikasi elemen-elemen pembingkai dalam pemberitaan media.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- Memberikan wawasan kepada jurnalis, redaksi media, dan praktisi komunikasi massa tentang bagaimana pembingkai pemberitaan dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap isu kebijakan.
- Menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dalam memahami bagaimana media mempengaruhi opini masyarakat terhadap kebijakan ekonomi, sehingga dapat membantu dalam menyusun strategi komunikasi publik yang lebih efektif.
- Memberikan edukasi kepada masyarakat sebagai konsumen media agar lebih kritis dalam memahami pemberitaan, khususnya terkait kebijakan publik seperti kenaikan PPN.