

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Program *food estate* yang merupakan gagasan pemerintahan Presiden Jokowi kembali disorot. Program ini disinggung dalam debat keempat Pilpres, Minggu 21 Januari 2024. Dalam artikel Kompas.com Muhaimin Iskandar dan Mahfud MD sebagai kandidat cawapres kompak menyebut kegagalan *food estate*. Sementara cawapres nomor urut 2 Gibran tak membantah kegagalan *food estate*, namun mengatakan ada juga yang berhasil (Farisa, 2024). Isu ini semakin berkembang hingga pelantikan Presiden 2024.

Isu yang menjadi pro-kontra ini menarik perhatian media, karena memiliki nilai berita yang tinggi. Keberagaman isu mulai dari keberhasilan *food estate*, penghargaan yang diraih, permasalahan terkait dana dan dukungan yang ada, hingga aksi protes yang dilakukan oleh masyarakat daerah tempat didirikannya lahan untuk *food estate*. Hubungan yang erat ditunjukkan oleh media massa dan politik. Dengan peranan media begitu penting dalam keberlangsungan politik, hingga dapat menjadikannya sebagai aktor penting dalam kontestasi politik sebuah negara. Sehingga tidak menutup kemungkinan, akan adanya keberpihakan yang dilakukan sebuah media terhadap seorang aktor politik (Yanas, 2020).

Food Estate adalah istilah populer bagi budidaya tanaman dalam skala yang besar (> 25 ha) yang mempunyai praktek dengan konsep pertanian sebagai sistem industri yang berdasar pada ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta organisasi dan manajemen yang modern. Berdasarkan integrasi industri dan sub-

sektor ke dalam sistem pertanian, penggunaan sumber daya harus dilakukan secara maksimal dan berkelanjutan, dikelola secara profesional, dengan dukungan tenaga kerja yang kompeten, serta teknologi yang efektif, ramah lingkungan, dan berkesinambungan dalam lembaga. *Food Estate* memiliki tujuan dalam merealisasikan sistem agrobisnis yang mengakar kuat pada pedesaan. Berbasis dari pemberdayaan masyarakat lokal, yang menjadi landasan pembangunan daerah (Kementrian Pertanian, 2010, p2).

Isu yang muncul sejak pemilu hingga pelantikan memiliki keberagaman. *Food Estate* menjadi program yang berhasil dan juga gagal bagi masing-masing pihak, yang bisa dilihat dari *headline* berbagai media. Seperti berita yang diterbitkan oleh Liputan6.com pada 15 Agustus 2024 pukul 10:02 WIB yang berjudul “ Kembangkan Food Estate, Pemerintah Akan Cetak Satu Juta Hektar Sawah Untuk Tanaman Padi “, kemudian berita yang diterbitkan oleh CNBCIndonesia pada 26 September 2024 pukul 08:45 WIB yang berjudul “ Kalimantan Kurang Subur, Prabowo Mau Pindahkan Food Estate ke Papua “, lalu berita yang diterbitkan oleh CNNIndonesia pada 14 Oktober 2024 pukul 17:20 WIB yang berjudul “ Ahli Khawatir Ribuan Spesies Botani Raib Imbas Food Estate Papua “, adapun berita yang diterbitkan oleh BBCIndonesia pada 28 Oktober 2024 yang berjudul “ Militer dilibatkan dalam proyek Food Estate di Merauke, masyarakat adat 'ketakutan' – ‘Kehadiran tentara begitu besar seperti zona perang’ “, hingga berita yang diterbitkan oleh Tempo.com pada 28 Oktober 2024 pukul 16:58 WIB yang berjudul “ Ide Food Estate Prabowo Mulai Dijalankan, Kemenkeu Siapkan Anggaran untuk Cetak 3 Juta Hektare Sawah “. Romli (dalam Farida &

Yoedtadi, 2019) mengatakan bahwa penulisan berita *online* memiliki dasar yang sama dengan media cetak. Perbedaannya terletak pada kecepatan waktu, kemudahan akses, dan integritas yang ada pada dasar multimedia.

Berdasarkan pemberitaan yang muncul dalam berbagai media, sehingga dilakukan pengamatan pada media daring yang memberitakan terkait fenomena ini. Rentang waktu pemberitaan yang diambil mulai dari 6 Juli 2024 hingga 3 Desember 2024. Karena tanggal ditetapkannya hasil akhir Pemilu 2024 yang pada 20 Maret 2024 serta kejadian yang terjadi hingga Bulan Desember 2024 terkait isu *food estate* cukup beragam, dimana menjelang pelantikan Presiden 2024 hingga dilantiknya Presiden Prabowo membuat keberlanjutan program ini memiliki tanda tanya besar akan kebenaran dibalikny. Sehingga pemberitaan akan masih terasa panas dan intensitas pemberitaan paling terkonsentrasi pada rentang waktu tersebut. Dimulai dari keberlanjutan oleh pemimpin daerah, kerjasama dengan luar negeri dalam mengupayakan keberhasilan program *food estate*, respon pemerintah dan masyarakat, hingga kebenaran dibalik program *food estate* ini.

Ditemukan data dari katadata.com terkait merek berita yang dipercaya masyarakat Indonesia selama Tahun 2023. Dari berbagai media yang memberitakan *food estate*, ditemukan bahwasannya terdapat media yang menjadi pilihan karena masuk ke dalam daftar merek media yang paling dipercaya masyarakat Indonesia. Dipilihlah kompas.com dan tempo.com, karena menurut hasil temuan peneliti kedua media ini masih terus membuat artikel terkait dengan isu *food estate* dengan beragam topik menarik yang diangkat. Peneliti melihat secara garis besar adanya perbedaan pada pemberitaan yang diberikan dari kedua media ini. Perbedaan

pemberitaan meliputi intensitas pemberitaan yang dilakukan Tempo.com menjelang pelantikan. Hal-hal positif yang diangkat dalam setiap artikel Kompas.com. Respon masyarakat dan pemerintah yang seringkali bertolak belakang hingga permasalahan dengan alasan yang lebih baru menjadikan Kompas.com dan Tempo.com media yang dipilih.

Kontrol dalam media, tidak semata-mata kendali yang ada merupakan fungsi dari kepemilikan saham pada media tertentu. Bisa saja jika seseorang tidak memiliki saham, namun dianggap sebagai pengendali perusahaan dalam hal yang wajar. Dengan pertimbangan bahwa ia dapat menyelesaikan berbagai kasus dengan cara apapun hingga mencapai hasil tujuan yang diinginkan (Schlosberg, 2017, p10).

Perbedaan yang terlihat pada dua media tersebut adalah praktik dari pemingkaian atau *framing*. Dengan cara yang mudah, analisis *framing* dapat dipahami sebagai studi untuk memahami bagaimana sebuah media menyajikan realitas (Eriyanto, 2002, p3). *Framing* adalah cara untuk memahami bagaimana suatu media mengisahkan sebuah kejadian. Cara pengisahan ini tercermin dalam cara pandang terhadap realitas yang disajikan sebagai berita. “Cara pandang” ini selanjutnya mempengaruhi hasil akhir dari pembentukan realitas yang dimaksud. Westerstahl dalam (Nurudin, 2009, p82) mengatakan objektivitas dibagi atas dua kriteria, Faktualitas dan Imparsialitas. Faktualitas berarti kegiatan reportase yang berkaitan dengan kejadian dan pernyataan dari narasumber langsung dan bukan merupakan opini. Sementara Imparsialitas memiliki dua kategori keseimbangan dan netral. Keseimbangan yakni berita yang diterbitkan oleh wartawan harus bebas dari opini. Karena seringkali berita masih berdasarkan atas opini wartawan itu

sendiri. Dalam pandangan komunikasi, *framing* digunakan untuk melihat ideologi media dalam mengkonstruksi sebuah berita. Dengan kata lain, *framing* dipakai wartawan sebagai pendekatan dalam menyeleksi isu berita melalui pandangan orang. Sehingga berita bisa memanipulasi dan mendominasi subjek tertentu, Nurhadi dalam (Mahdi & Sembiring, 2019).

Dalam hal ini, membangun realitas media tidak hanya sekedar memilih sebuah peristiwa, namun juga menentukan definisi dan interpretasi peristiwa itu sendiri. Media memilih dan menyoroti beragam aspek peristiwa dan topik untuk memberikan model penafsiran tertentu, sehingga masyarakat dapat memahami dengan cara tertentu. Proses penyampaian makna ini juga bergantung pada interaksi dan negosiasi kekuatan internal dan eksternal (Yan, 2019, p42). Dengan demikian, isi yang dibuat oleh media dapat menjadi kombinasi dari program internal, pilihan manajerial, pengaruh luar yang tidak berasal dari media, serta orang-orang yang berpengaruh dalam masyarakat yang bahkan dapat memengaruhi pemerintah (Shoemaker & Reese, 2013, p7). Media komunikasi massa sudah memainkan peran sejak lama dalam kehidupan masyarakat. Media memberi informasi, mengajari, menghibur, dan bahkan melakukan transaksi penjualan secara khusus. Media bisa mendampingi secara pribadi dan menjadi pengawas bagi publik, atau pengawasan ke publik. Mereka bisa menciptakan persepsi terhadap berbagai hal (Pavlik & McIntosh, 2017, p4).

Menurut (Prasetyawati & Aurelly, 2023) realitas atau peristiwa yang terjadi sudah direkonstruksi dan dibingkai oleh media. Realitas sosial yang dimaksud adalah realitas yang dimaknai dan dikonstruksi dengan maksud tertentu.

Sebagaimana kita sadari, sejak zaman dahulu, kemajuan media televisi telah berhubungan erat dengan dunia politik. Kita juga mengerti bahwa media televisi tidak beroperasi secara terpisah, melainkan dikelilingi dan diawasi untuk berbagai tujuan. Media pasti mempunyai kepentingan tersendiri dalam memberikan informasi kepada khalayak. Penyampaian berita menyimpan subjektivitas dari tim redaksi atas topik yang dibicarakan. Media massa seharusnya tidak menjadi mesin propaganda yang memproduksi persetujuan dari tatanan politik yang berlaku. Namun, sepatutnya menjadi ruang publik yang terjaga dari berbagai kepentingan pihak eksternal, termasuk pemodal (*media ownership*) (Siregar, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode *framing* Robert N. Entman. Ada dua aspek utama dalam teknik pemaparan Entman ini. Pemilihan topik dan penekanan pada aspek-aspek tertentu dari kenyataan atau isu yang ada (Eriyanto, 2002, p221). Melalui pandangan kontruksionis, realitas bersifat subyektif. Karena fakta atau peristiwa merupakan buah dari konstruksi. Realitas hadir melalui pemikiran jurnalis yang bersifat subyektif, sehingga realitas bisa berbeda sesuai dengan konsepsi yang dipahami jurnalis (Mulyadi & Mubarak, 2021). Dari pemberitaan yang dilakukan Kompas.com dan Tempo.com terkait isu *food estate* pasca debat, metode *framing* Entman cocok digunakan untuk penelitian ini. Alex Sobur (dalam Ishak & Setiawan, 2022) mengatakan *framing* merupakan pendekatan agar bisa mengetahui pandangan yang digunakan wartawan dalam memilah dan menuliskan berita. Sehingga metode *framing* milik Entman ini dipilih, melihat topik dari pemberitaan yang memiliki latar belakang “permasalahan” sehingga cocok dengan 4 *tools* yang

dimiliki Entman. Peneliti ingin melihat pembingkai yang dilakukan media, dari masalah hingga solusi yang dituliskan dalam artikel media tersebut.

Konstruksi realita ini kemudian dibingkai dan dikemas ke dalam sebuah berita, dalam penelitian ini berita adalah produk jurnalisme daring, karena diunggah melalui media daring. Menurut Adi Badjuri dalam (Ramadhani & Wahyu, 2022) mengatakan berita adalah laporan yang mempunyai tujuan informasi peristiwa yang sudah terjadi, serta adanya ide menarik untuk diinformasikan oleh wartawan yang kemudian akan dimuat menjadi sebuah media dengan nilai positif.

Adapun konsep yang dimiliki berita, yakni nilai berita. Pomper dan Hoffman dalam (Alvin, 2022) mengatakan terdapat tujuh faktor nilai berita. Yakni *audience* yang melibatkan audiens dalam jumlah banyak, *impact* yang bisa memberi dampak pada khalayak, *proximity* yang dekat dengan kita baik itu fisik maupun non-fisik, *timeliness* yang tidak termakan oleh waktu, *prominence* yang bersumber dari tokoh ternama, *unusualness* yang merupakan kejadian di luar batas normal, *conflict* yang merupakan informasi berisi konflik.

Oleh sebab itu, penting untuk menganalisis keberpihakan media dalam menyampaikan informasi mengenai isu food estate ini. Pilihan yang dilakukan oleh pemimpin redaksi dalam mengangkat suatu isu dan mengedepankan aspek tertentu bisa diteliti melalui analisis *framing*. Sebagai salah satu pilar, media diharapkan untuk bersikap netral dalam menyampaikan informasi (Christian Sapulette et al., 2019). Menurut Eriyanto dalam (Yanas, 2020) Media bukan saluran bebas. Media tidak seperti yang digambarkan, yaitu memberitakan apa adanya, cermin dari realitas. Media justru mengkonstruksi apa itu realitas. Peristiwa yang mirip bisa

ditangani dengan cara yang berbeda oleh media. Oleh karena itu, informasi yang dihasilkan oleh media dan diterima oleh pembaca adalah hasil dari pembangunan kenyataan.

Hafez dalam (Siapera & Veglis, 2012, p40) mengatakan realisasi jurnalisme yang baik bukanlah perkara yang mudah. Mungkin bisa dikatakan tidak terdapat standar obyektif, sehingga kita hanya memiliki penilaian normatif pada jurnalisme yang seharusnya. Dengan kecepatan media saat ini, kita bisa mencari informasi dalam hitungan detik. Seperti pada fase pasca pilpres 2024 ini. Kita bisa mencari secara cepat dan langsung apa saja isu hangat yang diangkat mulai dari proses debat berlangsung hingga sekarang. Sehingga kita dapat langsung mengetahui apa yang terjadi. Sama halnya dengan pemberitaan *food estate* pasca penetapan Pemilu 2024 ini, dimana kita bisa melihat perkembangan pro kontra yang muncul ataupun kasus yang terbuka dan tentu saja merupakan bagian dari program *food estate* itu sendiri.

Mengingat isu *food estate* ini adalah program yang sudah dijalankan oleh pemerintahan Jokowi dan rencana akan dilanjutkan oleh pemerintahan Prabowo. Peneliti melihat bahwa isu ini mempunyai kekuatan dan kelemahan terlebih pasca penetapan Pemilu 2024. Janji ataupun rencana yang sudah digaungkan sebelumnya akan terlaksana dengan baik, atau malah muncul masalah baru yang bisa menyeret pihak terkait isu *food estate* ini. Munculnya program baru dari Presiden Prabowo dalam hal melanjutkan *food estate*, yaitu swasembada pangan. Program yang diangan-angan harus berhasil dalam waktu 4 Tahun mendatang. Prabowo mengatakan bahwa untuk mencapai keberhasilan swasembada pangan ini, beliau yakin paling lambat 4 Tahun sejak pelantikannya menjadi Presiden. Hal ini

memperlihatkan isu yang muncul akan terus berkembang dan masih relevan untuk dipelajari lebih dalam. Terlebih atas perbedaan intensitas yang dilakukan Tempo.com dengan isi artikel yang lebih condong ke arah kritik dan respon masyarakat atas program *food estate*. Berbeda dengan Kompas.com yang sejak awal mula isu *food estate* ramai, tetap menggunggah artikel dari hal positif, respon pemerintah terkait keberlanjutan program *food estate* itu sendiri.

Pada artikel berjudul “Urgensi Revitalisasi Program "Food Estate“ yang diterbitkan kompas.com memperlihatkan bahwa sebenarnya hal yang menyebabkan “kegagalan“ *food estate* di mata masyarakat adalah tidak terpenuhinya kebutuhan masyarakat dari peningkatan ketersediaan bahan pangan itu sendiri. Seperti yang ditulis pada artikel lainnya berjudul “Cagub Kalteng Setujui "Food Estate", Pegiat Lingkungan Beri Catatan Kritis “, dimana para pemimpin hanya ”mengikuti“ arus dari kebijakan politik itu sendiri. Tanpa melihat sebab akibat dari yang ditimbulkan sebuah kebijakan, sehingga harus diingatkan dan bahkan diperingati agar mengurangi “kegagalan“ yang terjadi di masa sebelumnya. Sebuah informasi adalah cerita saat ada sesuatu yang menjadi inti cerita, tokoh yang hadir, dan pesan yang bisa kita ambil. (Vultee, 2023, p53). Pada isu ini *food estate* menjadi inti cerita yang ada, diikuti dengan tokoh yang mendukung atau menentang program ini dan juga berbagai pesan terkait yang terjadi seputar berjalannya program *food estate*. Tokoh yang hadir memberikan argumentasi yang dapat mendukung atau malah sebaliknya terhadap isu yang dibahasnya. Seperti pada artikel berjudul “Wamentan Sudaryono soal Food Estate: Itu Salah Satu, Bukan Satu-satunya..” yang diterbitkan tempo.com membahas bahwa program *food estate* merupakan salah satu cara

mempersiapkan lahan untuk menghadapi krisis di masa depan. "*Food estate* itu salah satu, bukan satu-satunya. Tentu intensifikasi, optimalisasi lahan, kan ada lahan-lahan yang hanya bisa panen satu kali karena tadah hujan," ujar Sudaryono, Wakil Menteri Pertanian. Dengan demikian argumen ini seolah-olah digunakan dalam membantah "kegagalan" *food estate*. Sebaliknya terlihat pada artikel berjudul "Masyarakat Adat Merauke Tolak PSN Food Estate: Proyek Berlangsung Brutal" yang diterbitkan tempo.com memperlihatkan argumen yang mendukung "kegagalan" program tersebut. Pembukaan lahan besar-besaran yang tidak terlihat hasilnya, pasti membuat masyarakat yang berada di sekitarnya kecewa.

Penelitian terhadap analisis *framing* dalam ranah politik pernah dilakukan oleh Alvin yang berjudul "Analisis *Framing* Isu Penundaan Pemilu 2024 di CNNIndonesia.com dan Kompas.com". Subjek pada penelitian ini adalah media *online* CNNIndonesia.com dan Kompas.com, sedangkan objek penelitian ini adalah pembingkaihan isu penundaan Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan metode *Framing* Robert Entman yang meliputi *Define Problems*, *Diagnose Cause*, *Make Moral Judgement*, dan *Treatment Recommendation*.

Untuk penelitian terdahulu yang kedua adalah penelitian oleh Febriani, Handayani, & Sevilla dengan judul "Analisis *Framing* Polri pada Penanganan Demonstrasi UU Cipta Kerja di Kompas.com dan Detik.com". Subjek dari penelitian ini merupakan media daring Kompas.com dan Detik.com, dengan objek pembingkaihan polri pada penanganan demonstrasi UU cipta kerja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Framing* Robert Entman.

Selanjutnya penelitian terdahulu ketiga ialah penelitian oleh Prasetyawati & Aurelly dengan judul “Framing Analysis of Presidential Candidate and Vice Presidential Candidate News From 2024 in Mainstream Media”. Subjek penelitian ini adalah media daring metrotv dan kompastv, dengan objek analisis *framing* berita capres dan cawapres. Metode yang dipakai ialah *framing* model Entman.

Lalu penelitian terdahulu keempat adalah penelitian oleh Yanas dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Debat Kandidat Calon Presiden Tahun 2019 di Koran Harian Padang Ekspres”. Subjek penelitian ini adalah koran harian padang ekspres, dengan objek analisis *framing* pemberitaan debat kandidat calon presiden tahun 2019. Metode yang digunakan adalah *framing* model William A Gamson.

Dan penelitian terdahulu yang kelima ialah oleh Hilmi, Rohmiatun, & Fabriar yang berjudul “Konstruksi Media terhadap Kasus Pemberitaan Penistaan Agama oleh Muhamad Kece di TV One”. Subjek dari penelitian ini adalah kanal YouTube TV One, dengan objek pembingkaihan terkait konstruksi media terhadap kasus pemberitaan penistaan agama oleh Muhamad Kece. Metode penelitian yang digunakan adalah *framing* model Robert Entman.

I.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pembingkaihan pemberitaan isu *food* estate pada media daring kompas.com dan tempo.com?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pembingkaihan pemberitaan isu food estate pada media daring kompas.com dan tempo.com.

I.4. Batasan Masalah

Objek: Analisis *framing* pemberitaan *food estate*

Subjek: kompas.com dan tempo.com

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini mampu dijadikan referensi dalam bidang studi ilmu komunikasi dan penerapan metode *framing* Robert Entman.

I.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk media, terutama kompas.com dan tempo.com dalam melakukan pemberitaan *food estate*.

I.5.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat dalam mengetahui bagaimana kompas.com dan tempo.com memberitakan *food estate*.