

FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA

PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Jennifer Agnes Chrisviani

NRP. 1423021100

MATA KULIAH PENULISAN PROPOSAL KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2024

SKRIPSI

FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA

PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala

Surabaya



Disusun Oleh :

Jennifer Agnes Chrisviani

NRP. 1423021100

MATA KULIAH PENULISAN PROPOSAL KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jennifer Agnes Chrisviani

NRP : 1423021100

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 16 Desember 2024

Penulis



Jennifer Agnes Chrisviani

NRP. 1423021100

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

FRAMING Pemberitaan Kenaikan Harga Beras Pasca Pemilu pada Media Kompas.com dan Tempo.co

Oleh:

Jennifer Agnes Chrisviani

NRP. 1423021100

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk
diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom (.....)

NIDN. 0719078401

Pembimbing II : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom (.....)

NIDN. 0702087602

Surabaya, 16 Desember 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada :

Selasa, tanggal 16 Desember 2024

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua: Dr Nanang Krisdianto, Drs., M.Si

NIDN. 0726126602

2. Sekretaris: Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0719078401

3. Anggota: Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

4. Anggota: Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0702087602

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Jennifer Agnes Chrisviani

NRP : 1423021100

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA
PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan
Undang- Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 16 Desember 2024



Jennifer Agnes Chrisviani

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidup-Nya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkah-Nya lah yang menuntun penulis dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul **“FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO”**. Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Disamping itu, penulisan Skripsi ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan pembaca, secara khusus mahasiswa/i Ilmu Komunikasi.

Selama penelitian dan penulisan Skripsi ini terdapat banyak hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 16 Desember 2024



Jennifer Agnes Chrisviani

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia, dan penyertaan-Nya yang senantiasa menjadi penolong terbaik penulis sepanjang hidup-Nya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat dan karunia-Nya lah yang menuntun penulis dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul **“FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO”**. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas penyertaan-Nya, yang telah menuntun dan memberikan ide-ide kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lengkap.
2. Orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis.
3. Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom dan Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing. Yang telah membimbing dan menuntun penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan beliau, penulis tidak akan mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
4. Sahabat, kerabat, dan teman-teman FIKOM yang membantu dalam memberikan semangat, saran, dan dukungan kepada penulis.

Ketidaktepatan dalam penulisan Skripsi ini kiranya dapat menjadi evaluasi bagi penulis dan pembaca sekalian. Skripsi ini diharapkan dapat membantu pembaca dalam mendapatkan wawasan mengenai subjek dan objek yang penulis teliti.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Batasan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Akademis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.5.3 Manfaat Sosial	13
BAB II	14
PERSPEKTIF TEORITIS	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Landasan Teori	22
2.2.1 Konstruksi Berita	22
2.2.2 <i>Framing</i> Dalam Politik	25
2.2.3 Teori Online Jurnalistik	27
2.2.4 <i>Framing</i>	31
2.3. Nisbah Antar Konsep	36
2.4. Kerangka Pemikiran	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
III.2 Metode	41
III.3 Subjek dan Objek Penelitian	42
III.4 Unit Analisis	42
III.5 Teknik Pengumpulan Data	46
III.6 Teknik Analisis Data	46
BAB 4	48
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	48
IV.1.1 Kompas.com	48
IV.2.2 Tempo.co.....	51
IV.2 Temuan Data dan Pembahasan	53
IV.2.1 <i>Framing</i> Pemberitaan Penyebab Kenaikan Harga Beras Pasca Pemilu	53
IV.2.2 Isu Politik Terkait Kenaikan Harga Beras dan Pilpres	61
IV.3 Pembahasan <i>Framing</i>	74
BAB V	78
V.1 Kesimpulan	78
V.2 Saran.....	79
V.2.1 Akademis.....	79
V.2.2. Praktis	80

ABSTRAK

Jennifer Agnes, NRP. 1423021100. *FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA BERAS PASCA PEMILU PADA MEDIA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO PERIODE (28 NOVEMBER 2023– 10 FEBRUARI 2024)*

Penelitian ini mengungkap bagaimana dua media online di Indonesia, Kompas.com dan Tempo.co, membingkai fenomena kenaikan harga beras pasca pemilu. Kedua media tersebut menampilkan perbedaan yang jelas dalam cara pemberitaan terkait penyebab, dampak, dan upaya penanganan isu tersebut. Kompas.com lebih banyak menyoroti isu ini dari sudut pandang pemerintah, dengan menekankan faktor-faktor eksternal seperti kondisi global, distribusi logistik, dan cuaca yang memengaruhi harga beras. Kompas juga lebih menonjolkan langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah untuk menjaga kestabilan harga. Sebaliknya, Tempo.co cenderung mengedepankan perspektif kritis, dengan mengaitkan kenaikan harga beras pada kebijakan pemerintah yang dianggap tidak efektif, serta menyoroti dampaknya terhadap masyarakat kecil. Tempo.co lebih mengkritik kebijakan ekonomi pemerintah pasca pemilu, sehingga menampilkan narasi yang lebih menyudutkan pemerintah dan Presiden.

Peneliti menggunakan metode analisis framing model Robert N. Entman untuk memahami cara kedua media tersebut memilih isu, menonjolkan aspek tertentu, dan membingkai berita. Pendekatan teori konstruksionis digunakan untuk menganalisis seleksi isu, hubungan media dengan dinamika politik dan ekonomi, serta bagaimana framing membentuk persepsi publik. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com cenderung membangun narasi yang mendukung pemerintah, sedangkan Tempo.co memberikan pandangan kritis terhadap pengelolaan kebijakan ekonomi pemerintah pasca pemilu.

Kata Kunci: Framing, Berita, Media Online, Pemilu

ABSTRACT

Jennifer Agnes, NRP. 1423021100 *FRAMING OF NEWS ON THE INCREASE IN RICE PRICES POST-ELECTION IN THE MEDIA KOMPAS.COM AND TEMPO.CO PERIOD (28 November 2023 – 10 February 2024)*

This study reveals how two online media in Indonesia, Kompas.com and Tempo.co, frame the phenomenon of post-election rice price increases. The two media show clear differences in how they report the causes, impacts, and efforts to address the issue. Kompas.com highlights the issue more from the government's perspective, with more emphasis on external factors such as global conditions, logistics distribution, and weather that affect rice prices. Kompas also emphasizes the steps taken by the government to maintain price stability. In contrast, Tempo.co tends to prioritize a critical perspective, linking rice price increases to government policies that are considered ineffective, and highlighting their impact on lower-class people. Tempo.co is more critical of the government's economic policies post-election, thus presenting a more negative narrative towards the government and the President.

The researcher uses Robert N. Entman's framing analysis model to understand how the two media choose issues, highlight certain aspects, and frame the news. The constructivist theory approach is used to analyze issue selection, the relationship between the media and political and economic dynamics, and how framing shapes public perception. The conclusion of this study shows that Kompas.com tends to build a narrative that supports the government, while Tempo.co provides a critical view of the government's management of economic policies after the election. Keywords: Framing, News, Online Media, Election