



Framing Pemberitaan Kelangkaan Kedelai di Kompas.com

Ghalda Nauli Siregar¹, Bimo Yogatama², Salsabila Fadilah Azahra³, Gani Ardianto⁴,
Virginia Ayu Sagita^{5*}, Medi Trilaksono Dwi Abadi⁶

Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Yogyakarta Jl. Babarsari no.2, Tambak Bayan, Sleman, Yogyakarta

ghaldanls@gmail.com¹, salsabilafad25@gmail.com³, virginia@upnyk.ac.id⁵, meditrilaksono@upnyk.ac.id⁶

ABSTRAK

Pada tatanan baru mengenai perkembangan teknologi komunikasi, dunia jurnalistik ikut mengalami pergeseran kemajuan karena adanya internet. Jurnalistik *online* menerangkan tentang adanya 3 korelasi antara daring, internet, dan website dan tidak ada tenggat waktu (*deadline*) dalam setiap pemberitaannya oleh media. Termasuk pemberitaan kelangkaan kedelai yang menjadi topik yang cukup sering di *blow-up* oleh media dalam kurun waktu tahun 2021 hingga tahun 2022. Tak sedikit media yang meliput dan membuat pemberitaan tentang kelangkaan kedelai ini. Salah satunya adalah media Kompas.com yang massif memberitakan berita kelangkaan kedelai pada saat kedelai dan olahan turunannya seperti tahu dan tempe mengalami gejolak. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana framing media Kompas.com dalam pemberitaan kelangkaan kedelai. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif konstruktivis. Tujuan dilakukannya penelitian untuk mengetahui framing isu, sudut pandang, dan faktor-faktor *framing* pada media Kompas.com berkenaan dengan kelangkaan kedelai dengan menggunakan teori konstruksi realitas dan framing. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik Analisis Isi (Dokumen/Arsip) dengan menganalisis 3 pemberitaan mengenai kelangkaan kedelai di Kompas.com. Hasil temuan dari analisis 3 berita Kompas.com yang berkenaan dengan kelangkaan kedelai adalah secara keseluruhan sikap atau framing yang dilakukan oleh Kompas.com bersifat netral. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya saran dan upaya penyelesaian yang diberikan oleh Kompas.com agar kedua belah pihak baik itu petani kedelai maupun pemerintah sama-sama bersinergi dan berkontribusi untuk menanggulangi dan menangani permasalahan kelangkaan kedelai yang terjadi ini.

Kata Kunci: *Framing*, Kelangkaan Kedelai, & Kompas.com

ABSTRACT

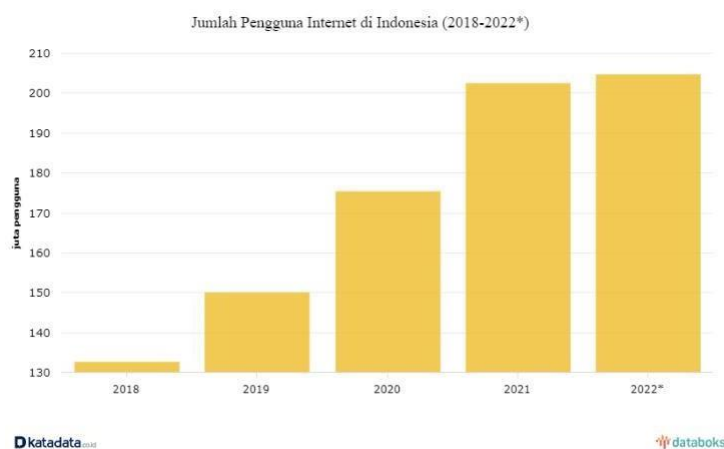
In the new order regarding the development of communication technology, the world of journalism has also experienced a shift in progress because of the internet. Online journalism explains that there are 3 correlations between online (online), internet, and websites and there is no deadline (deadline) in every news report by the media. Including the news of the scarcity of soybeans, which is a topic that is quite often blown up by the media in the period from 2021 to 2022. Not a few media cover and make news about the scarcity of soybeans. One of them is the Kompas.com media which massively reports on the scarcity of soybeans at a time when soybeans and their derivative products such as tofu and tempeh are experiencing turmoil. This study discusses how Kompas.com media framing in reporting the scarcity of soybeans. This type of research is constructivist qualitative research. The purpose of this research is to find out framing issues, viewpoints, and framing in the Kompas.com media regarding the scarcity of soybeans with reality construction and framing theory. The data collection technique used is Content Analysis (Document/Archive) technique by analyzing several reports regarding the scarcity of soybeans on Kompas.com. The findings from the analysis of 3 Kompas.com news related to soybean scarcity are that the overall attitude or framing carried out by Kompas.com is neutral. This can be seen from the suggestions and solutions provided by Kompas.com so that both parties, both soybean farmers and the government, synergize and contribute to tackling and dealing with the problem of soybean scarcity that occurs.

Keyword: *Framing*, Soybean Scarcity, & Kompas.com.



Pendahuluan

Media massa sudah menjadi kebutuhan masyarakat di era saat ini dan menjadi sangat penting. Apalagi di zaman modern saat ini, teknologi yang digunakan sangat canggih. Informasibergerak begitu cepat sehingga masyarakat membutuhkan informasi terbaru agar tidak tertinggal dalam lingkungan. Hal ini sejalan dengan semakin bertambahnya khalayak media massa, khususnya media online. Hal ini terlihat dari pertumbuhan pengguna media online Indonesia yang meningkat drastis hingga 54,25% dari tahun 2018 hingga Februari 2022 (We Are Social, 2022).



Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022) Sumber: katadata.co.id

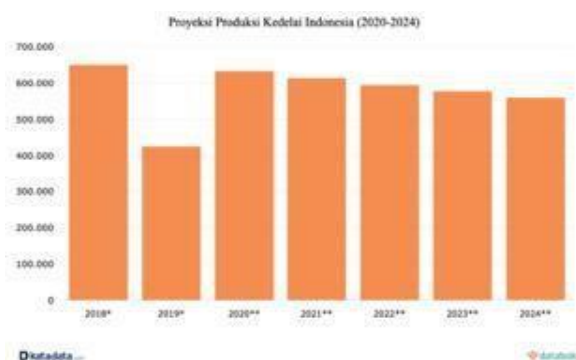
Dari perspektif media itu sendiri, mereka berusaha menciptakan dan memproduksi media bernilai yang dapat dijual di ranah publik. Hal ini sejalan dengan media yang memiliki kepentingan komersial yang mengutamakan mencari keuntungan agar dapat terus berlanjut. Oleh karena itu, media dapat dikatakan memuaskan hobi dan keinginan masyarakat serta menghasilkan berita. Ini membuat perbedaan antara kemasan dan memuat media informasi. Tergantung pada ideologi yang dipromosikan oleh masing-masing media, ada cara unik untuk membuat berita. Perbedaan pemberian informasi berita juga dipengaruhi oleh latar belakang jurnalis media. Mereka pasti memberikan ide mereka untuk tanggal acara dan perjalanan informan. Ide-ide tersebut merupakan manifestasi dari cara pandang individu jurnalis dan ideologi yang disebarluaskan oleh media tempatnya bekerja.

Sementara itu, kebanyakan orang mengenal dan menerima berita yang disajikan tanpa mengetahui proses pengolahan informasi yang dialami oleh jurnalis media massa. Menurut teori pembangunan realitas sosial, media adalah subjek dari pembangunan realitas. Isi informasi berita

yang lengkap adalah hasil dari pekerja yang membentuk pemikiran dan ideologi mereka ke dalam konstruksi realitas yang mereka pilih sendiri. Informasi yang disajikan dan diterima serta isi berita tidak hanya menggambarkan realitas yang sebenarnya, tetapi juga menunjukkan apa pendapat dari sumber berita, serta media berita yang ada, terutama yang banyak dibicarakan.

Salah satu berita terhangat adalah kelangkaan kedelai Indonesia. Sebagai makhluk hidup, manusia memiliki beberapa kebutuhan dasar yang harus dipenuhi, seperti sandang (sandang), pangan (gizi), dan gizi (ruang hidup). Makanan merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia dan dapat memberikan energi untuk aktivitas sehari-hari dan asupan makanan lainnya untuk menjaga kesehatan tubuh. Hal ini menyebabkan masyarakat mencari nutrisi dalam kehidupan sehari-harinya, terutama saat pandemi Covid-19 terjadi dan kondisi ekonomi menjadi semakin sulit. Indonesia dikenal sebagai negara tropis dan dapat ditanam sepanjang tahun di daerah tropis. Selain itu, Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai produsen beras terbesar dunia (Agriluture, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tanah yang subur dan cuaca yang sangat cocok untuk bercocok tanam untuk memenuhi kebutuhan pangan. Meski jumlah penduduknya besar, kebutuhan pangan Indonesia cukup tinggi dan beragam.

Salah satu tanaman pangan yang dibutuhkan di Indonesia adalah kedelai yang merupakan bahan baku tempe dan tahu. Tempe dan tahu merupakan sumber protein yang sudah menjadi bagian dari masyarakat Indonesia. Permintaan kedelai tinggi untuk tempe dan tahu, yang melekat pada masyarakat Indonesia. Namun, Kementerian Pertanian memprediksi produksi kedelai akan menurun pada 2021 hingga 2024 (Jayanti, 2021).



Gambar 1.2

Proyeksi Produksi Kedelai Indonesia (2020-2024) Sumber: katadata.com

Pada awal tahun 2021, harga tahu dan tempe mengalami kenaikan dan ketersediaannya menjadi langka. Hal ini terjadi akibat aksi mogok para perajin akibat kenaikan harga kedelai.



Pemogokan itu dilakukan sebagai bentuk protes terhadap kenaikan harga kedelai yang dianggap tidak masuk akal. Saat itu harga kedelai naik dari Rp 9.200/kg hingga Rp 10.000/kg, bahkan ada yang lebih dari Rp 10.000/kg. Dalam keadaan normal, harga kedelai hanya berkisar Rp 6.500- 7.000/kg (Ashari, 2021).

Berbagai media telah meliput dan meliput kontroversi tersebut. Tentunya banyaknya pemberitaan media dan liputan kekurangan kedelai sedikit banyak dapat mempengaruhi pemikirandan tindakan atau keputusan masyarakat. Media pada hakekatnya merupakan sumber informasi massa, dapat memberikan dampak bagi masyarakat karena banyak orang yang menggunakan media sebagai sumber informasi utama mereka.

Sedangkan dari sudut pandang pihak media sendiri, mereka memiliki kuasa atas apa yang ingin mereka muat. Media khususnya media massa dituntut untuk sebisa mungkin menjadi sebuah wadah yang netral atas segala publikasinya, tetapi tidak bisa dipungkiri jika media belum tentu 100% bebas dari segala kepentingan. Althusser dan Gramsci berpendapat bahwasanya media massa bukanlah sesuatu yang bebas dan independen tetapi sangat erat kaitannya dengan realitas sosial (Sobur, 2009).

Ada banyak sekali kepentingan dalam setiap media seperti kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan ekonomi, dan lain sebagainya. Adanya kepentingan dalam media tersebut menyebabkan institusi media menjadi tidak netral. Media akan cenderung mencari atau menggali lebih dalam, terutama untuk topik-topik yang sedang ramai diperbincangkan, seperti kelangkaan kedelai ini. Kompas.com sebagai media milik swasta dan tidak berafiliasi dengan pemerintahan secara langsung, maka Kompas.com tidak terikat untuk menjaga citra atau menutup-nutupi tentang pemerintahan di Indonesia. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, bagaimana Kompas.com mengulik informasi serta pengemasan penyebaran informasinya untuk disebarkan kepada khalayak masyarakat luas.

Kajian Pustaka

Sebuah konstruksi adalah salah satu realitas yang sengaja dilakukan oleh media karena berbagai faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal mampu mempengaruhi pembuatan suatu berita politik dan suatu kenyataan politik. Sedangkan faktor internal mampu mempengaruhi pembuatan tentang peliputan politik merupakan salah satu ideologi dan idealisme yang dianut, baik oleh media secara keseluruhan maupun individu dan wartawannya (Hamad, 2004). Dari keduanya tersebut, suatu media mampu dibentuk oleh konstruksi realitas berita. Karena pada dasarnya konstruksi realitas berita itu tergantung dari kebijakan redaksional dari yang suatu mediatersebut.

Teori konstruksi sosial yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1996). Pada buku tersebut Berger dan Luckmann menjelaskan mengenai gambaran suatu proses sosial dengan tindakan dan interaksi. Dimana suatu individu itu dapat menciptakan





secara massif tentang suatu realitas yang dimiliki & dialami bersama oleh individu tersebut secara subjektif (Tambaruka & Apriadi, 2012). Berger dan Luckmann menjelaskan realitas sosial dengan membedakan pemahaman antara pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Realitas sendiri juga bisa diartikan sebagai suatu kualitas yang berada di dalam realitas yang diakui karena memiliki keberadaan yang tidak tergantung kepada kehendak seseorang. Sedangkan pengetahuan sendiri diartikan sebagai suatu ketidakpastian bahwa realitas- realitas tersebut nyata (riil) adanya, serta mempunyai suatu karakteristik yang spesifik (Bungin, 2015). Berger dan Luckmann mengatakan bahwa telah terjadi suatu dialektika antara individu mampu menciptakan masyarakat, dan masyarakat mampu menciptakan individu. Proses dialektika tersebut dapat terjadi dan terbangun melalui eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi (Tambaruka & Apriadi, 2012):

1. Eksternalisasi

Eksternalisasi merupakan bagian dari proses saat sebuah produk sosial yang telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat, dibutuhkan setiap saat oleh individu. Maka terjadilah produk sosial tersebut menjadi suatu bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

2. Objektifikasi

Objektivitas adalah suatu tahapan yang mana suatu produk sosial, telah berada pada proses institusionalisasi atau pelembagaan.

3. Internalisasi

Internalisasi adalah salah satu yang mengacu suatu proses pemahaman/ penafsiran yang diambil langsung dari suatu peristiwa yang objektif sebagai pengungkapan suatu makna riil (nyata).

Selanjutnya terdapat dua karakteristik pada pendekatan konstruksionis, yakni; pendekatan konstruksionis yang menekankan pada aspek politik pemaknaan serta proses mengenai seseorang yang membuat suatu gambaran tentang realitas. Sebuah makna tidak termasuk suatu hal yang absolute, melainkan konsep statik yang ditemukan dalam satu proses aktif, lalu ditafsirkan oleh seseorang dan dicurahkan pada suatu pesan. Kemudian pendekatan yang berikutnya adalah konstruksionis yang memandang suatu kegiatan komunikasi sebagai proses yang berubah-ubah atau secara dinamis. Pendekatan konstruksionis ini memeriksa tentang bagaimana pembentukan pesan itu sendiri, dari sisi komunikator serta dari sisi komunikan harusnya juga memeriksa bagaimana konstruksi makna individu yang menerima pesan. Pesan dipandang bukan sebagai cerminan kehidupan yang menampilkan berbagai fakta atau keadaan yang bersifat apa adanya. Pada peristiwa penyampaian suatu pesan, seorang juga menyusun sebuah cerita untuk merangkai ucapan tertentu saat akan memberitahukan suatu gambaran tentang realitas itu (Eriyanto, 2012).

A. Teori Framing





Secara umum teori Framing Merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk melihat realitas yang dikonstruksikan oleh suatu media. Menurut Robert Entman framing sendiri merupakan suatu proses seleksi pada berbagai bidang atau aspek dari realitas, oleh karena itu suatubidang tertentu dari peristiwa tersebut dapat lebih menonjol dibandingkan bidang lainnya. Entman menambahkan bahwa informasi-informasi yang mempunyai tujuan yang akurat bisa dibidang informasi yang khas, sehingga pada kejadian tertentu akan mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lainnya. Entman juga menjelaskan bahwa menurutnya teori framing ini bagi kedalam dua aspek yang berbeda, yaitu:

1. Seleksi Isu

Pada aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta yang ada. Pada proses seleksi isu, selalu terdapat makna yang mendalam yang terkandung pada bagian yang dimaksudkan (included). Akan tetapi ada pula berita yang sengaja dikeluarkan (excluded). Secara keseluruhan tidak semua aspek dari bagian isi ditampilkan, sejumlah jurnalis juga harus memiliki aspek pendukung lainnya dari suatu isu yang menyebar.

2. Penonjolan Aspek Tertentu Dari Isu

Pada aspek ini memang berhubungan dengan penulisan dari sebuah fakta yang ada. Dalam hal ini yang dimaksud adalah berkaitan pada istilah pemakaian kata, kalimat, gambar, dan suatu citra yang memiliki tujuan tertentu. Gunanya untuk diperlihatkan kepada khalayak dan juga hal tersebut memang telah sengaja dibingkai oleh media itu sendiri.

Entman juga menjelaskan tentang 4 Perangkat Framing menurutnya, yaitu:

1. Define Problem (Pendefinisian Masalah)

Pendefinisian masalah merupakan elemen yang merupakan bingkai paling utama. Disini menekankan pada bagaimana suatu peristiwa dapat dipahami oleh jurnalis. Pada peristiwa yang memiliki kesamaan, belum tentu semua sama persis, bisa juga dapat dipahami secara dengan makna berbeda. Dan pada saat pembingkai yang berbeda tersebut akan menyebabkan suatu realitas bentuk yang bisa dibedakan.

2. Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab Masalah)

Memperkirakan penyebab masalah merupakan salah satu dari elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu kejadian. Penyebabnya bisa berarti "apa", namun juga bisa berarti "siapa". Cara paling gampang untuk memahami adalah, dengan cara menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah/ kejadian tersebut.

3. Make moral judgement (Membuat Pilihan Moral)

Arti dari membuat pilihan moral disini adalah juga termasuk dari elemen framing yang dipakai untuk membenarkan/ memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat.





4. Treatment Recommendation (Menekankan penyelesaian)

Pada elemen yang ini, memang sering kali dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh jurnalis itu sendiri. Contohnya seperti jika menemui masalah, jalan apa yang akan diuntuk menyelesaikan suatu permasalahan tersebut, dan lain sebagainya.

B. Ideologi Media

Sebagai aparatur Negara ideologis, media memiliki peran sebagai pengikat masyarakat dengan kekuasaan berdaulat oleh kehendak daripada tekanan itu sendiri (Althusser, 2008). Menurut perspektif ini, surat kabar, press release, berita televisi, dan lain sebagainya memiliki peran yang penting sebagai bagian dari media yang berfungsi untuk memberikan informasi terkini kepada masyarakat. Ideology sendiri memiliki makna – makna yang memberikan elastisitas yang melimpah kepada dirinya sendiri. Tetapi hal itu bukan sesuatu yang dapat dijadikan sebagai kesimpulan suatu makna yang berbeda pada suatu konteks. Ideology merupakan definisi yang baik untuk menggambarkan suatu etika gerakan atau organisasi.

Pada umumnya public berada diantara dua kepentingan dari media yang menjadikan mayoritas dari mereka tidak memiliki kekuasaan dalam membangun dan menentukan informasi diranah public milik mereka sendiri. Ketika ranah public dikuasai oleh lingkungan politik informasi yang mana menjadikan suatu informasi sebagai alat kekuasaan politik, media berperan sebagai perpanjangan tangan penguasa dengan menguasai ruang gerak public. Disisi lain ketika media dikuasai oleh kekuatan para pemilik modal, informasi menjadi suatu kepentingan untuk mencari keuntungan sebanyak – banyaknya dengan cara mengeksploitasi public tersebut sebagai salah satu prinsip dasar kapitalisme.

Media massa yang sering diperdebatkan sebagai sebuah wacana tentu tidak dapat dipisahkan dari hubungan yang saling keterkaitan antara penggunaan bahasa yang digunakan di dalamnya, pengetahuan yang melandasinya, serta bentuk – bentuk kepentingan dan power yang beroperasi. Disisi lain media massa tidak dapat dipisahkan dari ideology yang membentuknya dan mempengaruhi tata cara bahasa yang digunakan di dalamnya.

C. Media dalam Konstruksi Realitas

Suatu realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa adanya kehadiran individu baik di secara internal atau eksternal realitas tersebut. Realitas sosial akan memiliki makna ketika suatu realitas sosial dikonstruksi dan diberi makna secara subyektif oleh individu sehingga memberikan peran realitas tersebut secara obyektif (Sobur, 2009). Bahasa merupakan suatu perangkat yang mendasari dalam suatu konstruksi realitas sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Eksistensi struktur sosial tidak akan ada apabila tidak terdapat suatu interaksi yang dilakukan oleh orang – orang yang memiliki keterlibatan di dalamnya melalui penggunaan bahasa (Hartley, 2010). Tidak jarang banyak sekali kasus dimana kelompok yang memiliki kekuasaan dengan mudah mengendalikan suatu makna yang terdapat di tengah masyarakat menggunakan bahasa.

Bahasa dikontrol oleh struktur sosial dan dipertahankan serta ditransmisikan melalui kosa kata dalam kebahasaan. Bahasa tidak hanya mampu mencerminkan suatu realitas melainkan dapat menentukan gambaran mengenai realitas yang muncul di dalam benak





masyarakat (Hamad, 2004). Bahasa yang digunakan sebagai suatu simbol utama yang paling krusial menjadikan wartawan mampu menciptakan, mengembangkan, serta membentuk realitas tersebut (Eriyanto, 2011). Berger dan Luckman berpendapat bahwa konstruksi dari suatu realitas dibuat melalui proses eksternalisasi, internalisasi, serta objektivitas dan tidak berlangsung dalam ruang hampa namun kental dengan kepentingan – kepentingan tertentu (Sobur, 2009).

D. Media Baru

Kemajuan teknologi komunikasi yang kian cepat memacu manusia dapat beradaptasi dengan penemuan-penemuan baru yang semakin canggih. Salah satunya adalah munculnya berbagai media baru yang menjadi pembaruan dari media yang ditemukan sebelumnya. Menurut Power dan Littlejohn new media ini adalah salah satu dari sebuah periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya internet dapat mengubah masyarakat (Efriza et al., 2020). Sejalan dengan apa yang disampaikan Power dan Littlejohn, Junaedi menjabarkan bahwa konsep new media ini memperlihatkan sebuah kekuatan dalam suatu media baru itu adalah penguasaan teknologi (terutama internet) yang dapat membawa perubahan dalam masyarakat (Junaedi, 2011). Perkembangan teknologi komunikasi ini juga memiliki banyak perspektif sendiri. Griffin pada bukunya menyebutkan bahwa internet pada khususnya telah menyimpang dari purifikasi pada tiga dari enam poin yang seharusnya. Pertama, Internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi setidaknya sama-sama peduli dengan pemrosesan, pertukaran dan penyimpanan pesan itu sendiri. Lalu kedua, media baru merupakan institusi privat seperti halnya komunikasi publik dan diatur (atau tidak) sesuai dengan itu. Yang terakhir, pengoprasian mereka biasanya tidak profesional atau diatur secara birokrasi setingkat dengan media massa. Ini adalah perbedaan yang cukup signifikan yang menggaris bawahi fakta mengenai media baru berkorespondensi dengan media massa. Terutama dalam penyebaran informasi jangkauannya menjadi semakin luas. Pada prinsipnya media baru tersedia untuk berkomunikasi semua orang, dan setidaknya sama bebas dari kontrol (Griffin et al., 2018).

E. Jurnalistik Online

Pada tatanan baru mengenai perkembangan teknologi komunikasi juga memiliki dampak pada dunia jurnalistik. Seperti yang kita tahu jurnalistik sendiri dibagi ke dalam bentuk yang berbeda-beda, yakni jurnalistik media cetak (newspaper journalism), jurnalistik media elektronik auditif (radio journalism), jurnalistik media audiovisual (television journalism). Jurnalistik media cetak merupakan jurnalistik yang paling sederhana dengan menggunakan media yang dicetak. Biasanya berbentuk koran, majalah, tabloid, surat kabar dan lain-lain. Jurnalistik media elektronik auditif disini memang berbentuk pesan suara yang biasanya lebih condong ke dalam media komunikasi radio broadcasting. Kemudian jurnalistik media audiovisual adalah jurnalistik yang dituangkan media gambar dan juga suara, seperti televisi dan sekarang yang berkembang adalah menggunakan internet (Sumadiria, 2005). Semenjak adanya internet, jurnalistik sendiri juga mengalami perkembangan tersendiri. Jangkauannya yang lebih jauh dan luas dari media-media yang telah ada menjadikan sub baru dari jurnalistik atau yang lebih dikenal sebagai jurnalistik online.





Menurut Romli jurnalistik online menerangkan tentang adanya 3 korelasi antara online(daring), internet, dan website. Secara dasar jurnalistik dipahami sebagai suatu proses tentang peliputan, penulisan, dan penyebarluasan akan suatu informasi atau berita melalui media massa yang telah ada. Lebih singkatnya, jurnalistik adalah proses bagaimana seseorang menyebarkan atau memberitahukan tentang suatu peristiwa kepada khalayak luas dengan dibantu media massa. Jika pada jurnalistik sebelum era internet memiliki tenggat waktu (deadline) tertentu, pada jurnalistik online ini menurut Romli tidak memiliki tenggat waktu. Bisa dikatakan pada jurnalistik online ini deadline nya hanya beberapa menit bahkan detik dari suatu peristiwa atau kejadian. Menurut Romli, jurnalistik online ini bercirikan sebagai salah satu praktik jurnalistik yang mempertimbangkan berbagai format media (multimedia). Hal tersebut untuk menyusun isi liputan mengenai peristiwa dan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audien. Dengan kata lain dapat menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online lain yang telah dibuat juga (Romli, 2018).

F. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemberitaan

Menurut Shoemaker dan Reese faktor yang mempengaruhi tentang pengambilan keputusan dalam pemberitaan atau mengenai isi media dibedakan menjadi lima level. Mereka berdua mengidentifikasi kelima faktor tersebut dan dituliskan pada buku karangannya yang berjudul *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (Shoemaker & Reese, 1996). Kelima faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tersebut yaitu:

1. Faktor Individual

Faktor individual dari seorang jurnalis atau pekerja media itu sangat mempengaruhi bagaimana pemberitaan dari sebuah media. Hal tersebut karena sebagai seorang jurnalis adalah orang yang bertugas sebagai pencari peristiwa yang nantinya dijadikan berita. Latar belakang orang tersebut dapat mengkonstruksi sebuah pemberitaan dari media tempat ia bernaung. Menurut Shoemaker dan Reese karakteristik pemberitaan dari seorang jurnalis dibentuk oleh beberapa faktor yaitu gender, pendidikan, etnis, orientasi seksual, dan yang terpenting adalah dari golongan mana seorang jurnalis tersebut.

2. Rutinitas Media

Rutinitas media merupakan salah satu kebiasaan sebuah media dalam mengemas terkait sebuah pemberitaan. Media-media terbentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan satu sama lain. Ketiga unsur tersebut adalah sumber berita (suppliers), organisasi media (processor), dan audiens (consumers). Ketiga-tiganya saling berhubungan dan berkaitan satu sama lain. Kemudian dari unsur-unsur tersebut akhirnya dapat membentuk rutinitas media pemberitaan pada sebuah media. Dalam mengemas berita, media juga mempunyai tugas untuk menjadi kan sebuah struktur cerita tertentu agar lebih enak dibaca dan dipahami. Contohnya pada media cetak. sebuah judul headline, isi, dan juga tambahan foto dari sebuah berita harus dikemas dengan apik dan memiliki kaitan satu dengan yang lain. Hal tersebut agar memudahkan para audience dalam membaca berita.

3. Organisasi





Pada tahap ini mungkin bisa dibilang bahwa pengaruh dari organisasi menjadi level yang cukup berpengaruh dibandingkan dua level sebelumnya. Karena berhubungan dengan sesuatu pengaruh yang lebih besar, lebih rumit dan struktur nya juga lebih besar. Kebijakan dari pimpinan sebuah organisasi media lebih kuat dibanding level yang lebih rendah yang meliputi individu dari jurnalistik dan rutinitas suatu media.

4. Ekstra Media atau Luar Organisasi

Pada Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media tempat jurnalis bernaung. Hal-hal di luar organisasi media ini sedikit banyak dalam banyak kasus tetap dapat mempengaruhi bagaimana pemberitaan dari suatu media diangkat. Terdapat dua faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media yakni Sumber berita dan Sumber penghasilan media. Sumber berita mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi suatu media dengan berbagai alasan seperti memenangkan opini publik, memberi citra tertentu kepada khalayak, dan lain- lain. Sementara sumber penghasilan media, biasanya berupa pemasangan iklan yang ada di pemberitaan, kemudian bisa juga berupa hasil dari pihak yang berlangganan/pembeli dari suatumedia tersebut.

5. Pihak Eksternal

Pada level ini pengaruhnya sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal suatu media. Misalnya pada negara yang menganut sistem pemerintahan otoriter, pengaruh dari pemerintah tersebut menjadi faktor utama dalam membentuk suatu pemberitaan yang akan disajikan. Tidak mungkin media melawan arus dari pemerintahan tersebut, apabila hal itu dilakukan resiko besar akan ditanggung media tersebut.

Penelitian lainnya mengenai tentang analisis framing adalah salah satunya yang berjudul Menggugat UU Penyiaran di Indonesia (Analisa Framing Pemberitaan Gugatan RCTI dan iNEWSTV Tentang UU 32 Tahun 2022 pada Sindonews & Detik.com Periode 27 Agustus - 20 September 2020) - Fitriana Safiratun Nabilah, Jessica Wiguna, Noerazzrie Imania Putri, Roziana Febrianita (2021). Penelitian ini menggambarkan RCTI dan iNEWS TV yang menggugat UU Penyiaran Nomor 32 Tahun 2022 ke MK berkaitan dengan pengajuan uji ulang materi Penyiaran dan menilai Pasal 1 angka 2 UU Penyiaran. Gugatan dikarenakan adanya ketidakadilan antara Penyiaran Konvensional dengan Penyelenggara Penyiaran Over The Top (Instagram, Youtube, dan Aplikasi Streaming) dan dianalisis bagaimana pembingkaiannya pemberitaan ini oleh sindonews.com dan detik.com (Nabilah et al., 2021). Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Teori dan analisis Framing yang digunakan dan sumber data berbeda. Penelitian pertama menggunakan Analisis Framing dengan Model Zhinding Pan dan Gerald M. Kosiciki. Persamaan Penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah di dalam Metode Penelitian dan hasil penelitian yang menjelaskan Framing pemberitaan yang dipengaruhi oleh pemilik media.

Selain itu ada penelitian terdahulu tentang analisis framing yang berjudul Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV) - Ayub Dwi Anggoro (Tahun 2014).





Penelitian ini menggambarkan Kondisi pertarungan pada Pilpres 2014 yang membelah kekuatan perusahaan media. Pertarungan yang mencolok antara Tv One dan Metro Tv dianalisis dengan Analisis Framing Robert N. Entman (Anggoro, 2016). Perbedaan Penelitian kedua dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Penelitian kedua tidak menggunakan informan dan Teknik wawancara dalam penelitiannya. Persamaan antara kedua penelitian adalah dalam Teori yang digunakan dan Teknik pengumpulan data yaitu pengkajian berita-berita terkait dan kajian pustaka.

Perbedaan penelitian pertama dengan penelitian saat ini

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Teori dan Metode Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
Fitrian Safiratun Nabilah, Jessica Wiguna, Noerazzrie Imania Putri, Roziana Febrianita (2021)	Menggugat UU Penyiaran di Indonesia (Analisa Framing Pemberitaan Gugatan RCTI dan iNEWS TV Tentang UU 32 Tahun 2022 pada Sindonews & Detik.com Periode 27 Agustus – 20 September 2020)	Analisis Framin Dengan Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Kualitatif	Perbedaan pada Penelitian pertama dan Penelitian yang sedang dilakukan adalah Teori dan analisis framing. Persamaan ada didalam Metode Penelitian dan hasil dari penelitian 1 dengan penelitian yang sedang dilakukan.
Ghalda Nauli Siregar, Bimo Yogatama, Salsabila Fadilah Azahra, Gani Ardianto	Analisa Framing Pemberitaan Kelangkaan Kedelai Di Kompas.com	Konstruksi Realitas (Peter L Berger), Teori Framing (Robert Entman) Penelitian Kualitatif	Mengetahui framing berita, sudut pandang, dan faktor-faktor framing isu kelangkaan kedelai yang terjadi di era Pandemi di Kompas.com

Perbedaan penelitian kedua dengan penelitian saat ini

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Teori dan Metode Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
----------------------	-----------------------	------------------------------------	--------------------------------





Ayub Dwi Anggoro (2014)	Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV)	Teori Framing (Robert Entman) Penelitian Kualitatif Deskriptif. Teknik Pengumpulan data menggunakan pengkajian berita-berita terkait dan kajian pustaka.	Perbedaan pada Penelitian pertama dan penelitian yang sedang dilakukan adalah dalam teknik pengumpulan data penelitian Ayub Dwi Anggoro yang tidak menggunakan Informan. Persamaan terdapat di Teori yang digunakan dan teknik pengumpulan data yang menggunakan pengkajian berita-berita terkait dan kajian pustaka.
Ghalda Nauli Siregar, Bimo Yogatama, Salsabila Fadilah Azahra, Gani Ardianto	Analisa Framing Pemberitaan Kelangkaan Kedelai Di Kompas.com	Konstruksi Realitas (Peter L Berger), Teori Framing (Robert Entman) Penelitian Kualitatif	Mengetahui framing berita, sudut pandang, dan faktor-faktor framing isu kelangkaan kedelai yang terjadi di era Pandemi di Kompas.com

Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang berbeda dengan penggunaan metodologi penelitian kuantitatif pada umumnya. Pada penelitian ini metodologi kualitatif yang digunakan bukan sekedar karena menghadapi perbedaan subjek matter, atau karena disiplin ilmu yang berbeda, tetapi secara mendasar karena perbedaan keyakinan keilmuan yang bersumber pada penggunaan paradigma berpikir yang berbeda. Logika berpikir kualitatif tentu lebih kearah analisis yang mendalam mengenai suatu permasalahan dan menyelesaikannya melaluipendekatan secara deskriptif. Seperti pada permasalahan yang akan diteliti tentang “Analisa Framing Kelangkaan Kedelai di Kompas.com” ini yang menggunakan logika berpikir kualitatif yang akan mengkaji secara lebih dalam bagaimana studi framing tersebut terutama dalam melihatsudut pandang dari pemberitaan yang dilakukan tersebut atau bagaimana sebuah berita dapat membingkai atau mengkonstruksi sebuah peristiwa.

Hasil dan Pembahasan

Analisa berita “Di era Soeharto, RI Bisa Swasembada Kedelai, Kenapa Kini Impor Terus?”Berita dengan judul “Di era Soeharto, RI Bisa Swasembada Kedelai, Kenapa Kini Impor Terus?” merupakan artikel yang di unggah Kompas.com pada tanggal 23 Februari 2022





pada pukul 10.55. Penulis Artikel ini editornya adalah Muhammad Idris (Idris, 2022).

Define Problems	Kompas.com melihat Pemberitaan berkenaan dengan kelangkaan dan melambungnya harga Kedelai dipengaruhi oleh beberapa faktor.
Diagnose Causes	Penyebab dari Kelangkaan dan Melambungnya harga kedelai yang dijelaskan Kompas.com dalam berita ini adalah: <ol style="list-style-type: none">1. Naiknya harga kedelai Impor.2. Covid-19 yang membuat pengiriman Kedelai Impor terhambat.3. China sebagai negara Importir terbesar sudah ada di fase pulih pasca Covid-19 sehingga kebutuhan semakin meningkat.4. Meningkatkan permintaan Kedelai di Pasar Eropa karena trend Vegan semakin banyak.
Moral Judgement	Kompas.com dalam artikel ini menjelaskan bahwa ada yang salah dalam sistem pengiriman yang dijalankan untuk impor kedelai sehingga kelangkaan dan juga harga yang semakin tinggi terjadi. Pembagian porsi Kedelai Impor juga diutamakan ke China setelah negara tersebut sudah pulih dari Covid-19.





Treatment	Kompas.com menjelaskan bahwa salah satu upaya yang
Recommendations	bisa membuat permasalahan ini reda adalah Pemenuhan Kebutuhan Kedelai dalam Negeri. Membuka lahan baru di luar Jawa bisa membuat kebutuhan kedelai Indonesia terpenuhi sehingga harga yang naik dan kelangkaan menjadi turun.

Permasalahan mengenai pemberitaan ini lebih mengarah kepada kelangkaan kedelai yang disinyalir akibat harganya yang terus mengalami gejolak. Hal tersebut menimbulkan suatu permasalahan yang berujung kepada para pengrajin tempe dan tahu dan berujung mogoknya beberapa pengrajin tahu dan tempe pada periode tertentu. Mereka merasa kesulitan pada saat proses produksi karena kelangkaan kedelai akibat kenaikan harga bahan dasar tahu dan tempe yakni kedelai itu sendiri. Hal tersebut dijelaskan Kompas.com dengan **“...harga kedelai saat ini sudah sekitar Rp 12.000 per kilogram (kg). Harga itu menyulitkan produsen sehingga memutuskan mogok produksi.”** Kompas juga menyoroti mengenai perbedaan pada era sekarang ini lebih banyak melakukan impor kedelai. Hal tersebut cukup berbeda dengan era Orde Baru kepemimpinan Presiden Soeharto. Pada era tersebut negara Indonesia hampir dapat melakukan swasembada kedelai karena pasokannya yang melimpah. Hal tersebut dibuktikan dengan tulisan Kompas yang berbunyi **“Indonesia sebenarnya pernah berhasil melakukan swasembada kedelai di era Orde Baru.”**

Kompas menjelaskan penyebab dari terjadinya perbedaan pasokan kedelai di era Orde Baru dan era sekarang. Dimana pada era Orde Baru Indonesia hampir berhasil swasembada kedelai, akan tetapi di era sekarang malah sering dilakukan impor kedelai dari luar negeri. Kelangkaan kedelai tersebut menurut Kompas adalah karena faktor yang utama adalah area taman kedelai di era sekarang semakin berkurang dan produksi kedelai lokal semakin menurun ditengah perminta kedelai yang semakin naik dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penduduk yang cukup pesat menjadi faktor utama kedua hal tersebut bisa terjadi. Semakin banyaknya populasi manusia, maka akan mempersempit lahan tanam perkebunan dan permintaan bahan pangan juga mengalami peningkatan. Dibuktikan dengan kalimat yang tertulis di berita tersebut yakni **“...jumlah penduduk Indonesia saat ini lebih banyak dibanding dulu, sehingga area tanam pun semakin berkurang,”** kemudian dilanjutkan dengan kalimat **“saat petani lokal bisa memproduksi kedelai sebesar itu, jumlah penduduk juga belum sebanyak saat ini.”** Peningkatan dari tahun ke tahun juga dijabarkan Kompas melalui kalimat **“Di sisi lain, permintaan kedelai semakin naik dari tahun ke tahun.”**

Ditambah lagi masyarakat Indonesia cukup fanatic dengan olahan kedelai seperti tempe dan tahu, sehingga kebutuhan akan kedelai memang menjadi salah satu bahan baku yang sering dicari dan digunakan. Namun pada kenyataannya kinerja pemerintah juga dinilai kurang efektif dalam penanganan menstabilkan harga kedelai sehingga menimbulkan gejolak saat harga kedelai mulai merangkak naik. Produksi kedelai sendiri oleh para petani di Indonesia disebabkan karena harga kedelai yang tidak menentu. Petani tidak terlalu melirik untuk





menanam kedelai di dalamnya. Kedelai oleh para petani di Indonesia disebabkan karena harga kedelai yang tidakmenentu. Oleh karena itu petani tidak terlalu melirik untuk menanam kedelai.

“Menurut Munif, minimnya produksi kedelai oleh para petani di Indonesia disebabkan karena harga kedelai yang tidak menentu. Oleh karena itu petani tidak terlalu melirik untuk menanam kedelai. **Pernah mengalami swasembada kedelai pada tahun 1992. Saat itu produksi kedelai dalam negeri mencapai 1,8 juta ton. Sementara, saat ini produksi kedelai menyusut drastis tinggal di bawah 800.000 ton per tahun dengan kebutuhan nasional sebesar 2,5 juta ton, terbanyak untuk diserap industri tahu dan tempe.**”

Solusi atau Treatment Recommendations yang diberikan oleh Kompas terkait pemberitaan itu melalui cara meyakinkan kepada para petani dari segi harga kedelai. Selanjutnya pemerintah juga harus menjaga kestabilan harga kedelai tersebut apabila harga kedelai sedang naik atau turun,serta tentunya agar para petani Kembali yakin untuk menanam kedelai tersebut. **“Puskopti DKI Jakarta menuntut sejumlah hal, yakni adanya penurunan harga kedelai serta tak ada lagi fukuasi harga terlalu cepat. Tak harus murah, tetapi ada kepastian stabilitas harga.”** Kemudian disambung dengan kalimat **“Menurutnya, apabila ingin meningkatkan produktivitas kedelai di Indonesia hingga swasembada, pemerintah harus meyakinkan petani terlebih dahulu.”**

Akan tetapi Kompas tidak sepenuhnya memblow-up kejelekan birokrasi dalam menanganikasuk tersebut. Mereka lebih membandingkan era sekarang dengan era Soeharto. Namun pada dasarnya Kompas bersikap Netral dan tidak berpihak kepada siapa pun. Malahan Kompas menjabarkan cukup detail tentang informasi-informasi dan sejarah tentang gejolak kedelai yang cukup meningkat.

Analisa berita selanjutnya yang berjudul **“Melambungny Harga Kedelai Impor 2021”**.Berita Di Balik Melambungny Harga Kedelai Impor 2021 merupakan artikel yang di unggah Kompas.com pada tanggal 5 Januari 2021 pada pukul 17.05. Penulis Artikel ini adalah Luthfia Ayu Azanella dan Editornya adalah Sari Hardiyanto (Azanella, 2021).

Permasalahan pada Berita Melambungny Harga Kedelai Impor 2021 menurut Kompas.com adalah dikarenakan oleh adanya faktor yang menyebabkan harga Kedelai terus melambung. Kompas.com mengutip penjelasan dari Catur Sugiyatno yang merupakan Guru Besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Gadjah Mada (UGM). **“ada sejumlah faktor yang membuat harga kedelai impor di Indonesia melambung tinggi.”** yang menjelaskan bahwa adabeberapa hal yang menyebabkan harga kedelai impor terus naik dan akhirnya menimbulkan kelangkaan kedelai di pasar Indonesia.

Kompas.com menjelaskan penyebab dari Kelangkaan dan melambungny harga kedelai diIndonesia di berita ini. Kompas.com menjelaskan penyebab hal ini dikarenakan oleh naiknya hargakedelai impor, Covid-19 yang membuat pengiriman Kedelai Impor terhambat, China sebagai negara Importir terbesar sudah ada di fase pulih pasca Covid-19 sehingga kebutuhan semakin meningkat, dan Meningkatkan permintaan Kedelai di Pasar Eropa karena trend Vegan semakin banyak. Hal ini dijelaskan Kompas.com dengan menulis, **“Dalam jangka pendek, 1-2**





tahun kedepan adanya Covid-19 dan pengiriman kedelai dari negara eksportir ke negara importir agak terganggu,” lalu dilanjutkan dengan penjelasan “Faktor lain adalah keberadaan China sebagai negara importir kedelai terbesar di Asia. Telah pulihnya China dari terpaan badai Covid-19 membuat kebutuhan kedelai di negara berpenduduk padat itu meningkat, khususnya untuk keperluan pangan.” Penjelasan berkaitan faktor jangka panjang tentang kelangkaan dan naiknya harga kedelai dijelaskan dalam kutipan “Naiknya harga kedelai impor di Indonesia akan banyak dipengaruhi oleh meningkatkan permintaan atas komoditas ini di pasar Eropa.” Perubahan tentang pola hidup masyarakat barat yang mulai untuk mengkonsumsi produk nabati juga dijelaskan pada kutipan berikut, “Konsumen di Eropa banyak mengkonsumsi produk olahan dari tumbuhan, karena mengurangi konsumsi daging. (Sementara) sebagian kedelai (di negara-negara eksportir).

Define Problems	Kompas.com melihat Pemberitaan berkenaan dengan kelangkaan dan melambungnya harga Kedelai dipengaruhi oleh beberapa faktor.
Diagnose Causes	Penyebab dari Kelangkaan dan Melambungnya harga kedelai yang dijelaskan Kompas.com dalam berita ini adalah: <ol style="list-style-type: none">1. Naiknya harga kedelai Impor.2. Covid-19 yang membuat pengiriman Kedelai Impor terhambat.3. China sebagai negara Importir terbesar sudah ada di fase pulih pasca Covid-19 sehingga kebutuhan semakin meningkat.4. Meningkatkan permintaan Kedelai di Pasar Eropa karena trend Vegan semakin banyak.





Moral Judgement	Kompas.com dalam artikel ini menjelaskan bahwa ada yang salah dalam sistem pengiriman yang dijalankan untuk impor kedelai sehingga kelangkaan dan juga harga yang semakin tinggi terjadi. Pembagian porsi Kedelai Impor juga diutamakan ke China setelah negara tersebut sudah pulih dari Covid-19.
Treatment Recommendations	Kompas.com menjelaskan bahwa salah satu upaya yang bisa membuat permasalahan ini reda adalah Pemenuhan Kebutuhan Kedelai dalam Negeri. Membuka lahan baru di luar jawa bisa membuat kebutuhan kedelai Indonesia terpenuhi sehingga harga yang naik dan kelangkaan menjadi turun.

Dalam berita ini, Kompas.com menjelaskan Moral Judgement bahwa ada yang salah dalam sistem pengiriman yang dijalankan untuk impor kedelai sehingga kelangkaan dan juga harga yang semakin tinggi terjadi. Pembagian porsi Kedelai Impor juga diutamakan ke China setelah negara tersebut sudah pulih dari Covid-19. Hal ini dikutip dalam berita sebagai berikut, “Tentu ini terkait dengan banyaknya pembatasan dan aturan yang diberlakukan sejumlah negara dalam rangka mengendalikan pandemi Covid-19 di wilayahnya.” dan “China sudah mulai recover (dari) Covid-19 sehingga permintaan kedelai untuk pakan meningkat, akibatnya banyak tersedot ke China.”

Treatment Recommendations yang dijelaskan Kompas.com dalam permasalahan ini adalah Membuka lahan baru di luar jawa bisa membuat kebutuhan kedelai Indonesia terpenuhi sehingga harga yang naik dan kelangkaan menjadi turun, yang dikutip dalam berita “Melihat luasan lahan dan tingkat produktivitas di Tanah Air, Catur menyebut Indonesia masih terlihat sulit untuk bisa memenuhi defisit yang ada. Dengan produktivitas 15 kuintal per hektare, maka diperlukan 13.333.333 hektare lahan untuk menutup defisit ini. Jika lahan non padi (Ubi jalar, ubi kayu, kacang hijau, dan lain-lain) hanya sekitar 8 juta hektare, tidak cukup untuk menghasilkan kedelai yang dibutuhkan. Kebutuhan nasional akan kedelai dapat terpenuhi, namun satu-satunya harapan adalah dengan membuka lahan baru di luar Jawa.” Kesimpulan dalam berita Melambungnya Harga Kedelai Impor 2021 menurut Kompas.com adalah antara semua pihak yang terlibat dalam proses kedelai Impor di Indonesia memiliki aspek yang sangat penting, sehingga tidak ada yang salah dan Sikap yang diberikan oleh Kompas.com adalah netral. Hal ini dikarenakan Covid-19 membuat banyak sekali perubahan pada kedelai Impor dan juga beberapa faktor seperti China yang sudah pulih dan juga kebiasaan masyarakat Eropa yang





beralih ke Vegan. Kompas.com juga memberikan solusi kepada pemerintah dan juga masyarakat untuk bisa membudidayakan kedelai lokal.

Dalam berita-berita yang dimuat oleh Kompas.com tentang kelangkaan kedelai, Kompas.com memosisikan dirinya sebagai netral terhadap masalah ini. Meski terdapat satu beritayang berkonotasi memojokkan pemerintah (Harga Kedelai Impor Meroket, Pemerintah Dinilai Kurang Perhatian pada Kedelai Lokal), tetapi dalam berita tersebut Kompas.com juga menyertakan opininya sebagai alternatif penyelesaian. Pada berita lainnya, Kompas.com semakin menunjukkan sikap netralnya melalui pemilihan kosakata, penentuan judul, narasumber, dan penulisan dalam keseluruhan beritanya. Kompas.com mem-framing berita-berita ini dengan nadayang netral, karena tidak memihak ke siapapun dan tidak ada suatu lembaga yang ter-highlight pada keseluruhan berita.

Jika dilihat menggunakan pendekatan konstruksi realitas sosial, pemberitaan yang dilakukan oleh Kompas.com sesuai dengan salah satu karakteristik pendekatan konstruksionis yakni pendekatan yang menekankan aspek politik pemaknaan dan juga proses mengenai seseorang yang membuat suatu gambaran tentang sebuah realitas. Dalam pendekatan ini, sebuah makna bukanlah suatu hal yang absolute, melainkan sebuah konsep statik pada sebuah proses yang aktif yang mana nantinya ditafsirkan oleh orang lain dan dicurahkan pada sebuah pesan. Sama halnya dengan pemberitaan tentang kelangkaan kedelai oleh Kompas.com yang mana topik tersebut merupakan sebuah proses kejadian yang masih aktif (berlangsung) sehingga dibutuhkan seseorang untuk menafsirkan (jurnalis). Sebuah informasi yang aktif tersebut akhirnya dituangkan oleh jurnalis dalam sebuah media massa sebagai sebuah bentuk pesan. Pesan inilah yang akan sampai ke tangan masyarakat, meskipun menggunakan pendekatan konstruksionis yang menekankan aspek politik pemaknaan, sehingga tidak bisa kita pungkiri bahwa media Kompas.com telah mengkonstruksi realitas sosial pada pesan-pesan yang disampaikannya yang mana dapat dengan cara framing.

Teori Framing Etman menjelaskan bahwa Framing adalah proses seleksi pada beberapa bidang dari realitas yang dikonstruksikan oleh suatu media, dan pada kasus ini adalah kelangkaankedelai yang dimuat di Kompas.com. Berita-berita yang dimuat oleh Kompas.com ini juga terbagidalam dua aspek yang berbeda. sesuai dengan teori framing Entman. Pada bagian seleksi isu, berita-berita tentang kelangkaan kedelai di Kompas.com terlihat memiliki makna yang mendalam yang terkandung dalam bagian yang dimaksudkan (included). Hal ini dapat dilihat dari bagian rekomendasi penyelesaian masalah yang diberikan oleh Kompas.com, mereka selalu menekankan pemerintah untuk melakukan beberapa upaya-upaya penyelesaian terhadap masalah ini. Meskipun tidak selalu berkonotasi negatif, Kompas.com selalu memasukkan pemerintahan. Tidak seperti beberapa pihak lain, yang turut dikaitkan oleh Kompas.com namun tidak secara terus menerus muncul di setiap artikelnya. Hal ini menunjukkan adanya beberapa isu yang lebih ditonjolkan danada beberapa isu yang dipilih oleh Kompas.com untuk tidak dimunculkan. Untuk menguatkan isuyang ditonjolkan oleh Kompas.com, mereka selalu memperkuat argumen mereka dengan pendapat para ahli. Sedangkan pada aspek yang kedua, yaitu penonjolan aspek tertentu dari sebuah isu, Kompas.com menuliskan beritanya menggunakan kata yang sangat lugas dan juga jelas sehingga semua kalimat dan juga pernyataan dari ahli tersampaikan dengan baik. Tidak ada





citra suatu lembaga yang ditonjolkan dalam berita ini, oleh karena itu Kompas.com bisa dinyatakan bersifat netral.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi adanya framing dan pengambilan keputusan dalam pemberitaan kelangkaan kedelai oleh Kompas.com. Sesuai dengan pendapat Shoemaker dan Reese, faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dalam pemberitaan atau mengenai isi media dibagi ke dalam lima level, yaitu: (1) faktor individual; rutinitas media; (3) organisasi; (4) ekstra media atau luar organisasi; (5) pihak eksternal. Pada faktor yang pertama, seorang jurnalis dapat mempengaruhi isi dari berita karena ia adalah orang yang ditugaskan langsung ke lapangan, mencari peristiwa atau narasumber, dan menulis berita secara langsung. Beberapa hal dari diri jurnalis tersebut dapat mempengaruhi penulisan berita tersebut seperti gender, pendidikan, etnis, orientasi seksual, dan golongan masyarakat tempat ia berasal. Untuk faktor kedua hingga keempat, organisasi perusahaan media tersebut yang akan membawa dampak pada isi pemberitaan tersebut mulai dari hal kecil seperti bagaimana rutinitas atau dunia kerja di organisasi perusahaan tersebut hingga bagaimana perusahaan berurusan dengan luar organisasi terkait sumber berita dan sumber pendanaan perusahaan. Faktor kelima yang mempengaruhi isi pemberitaan adalah pihak-pihak eksternal yang mana hal ini tidak dapat diubah oleh media tersebut seperti bagaimana corak politik di negara tersebut atau bagaimana nilai-nilai kebudayaan yang adadi masyarakat.

Kesimpulan

Secara keseluruhan sikap atau framing yang dilakukan oleh Kompas.com bersifat netral, hal ini dilihat dari adanya saran dan upaya penyelesaian yang diberikan oleh Kompas.com agar kedua belah pihak baik itu petani kedelai maupun pemerintah sama-sama bersinergi dan berkontribusi untuk menanggulangi dan menangani permasalahan kelangkaan kedelai yang terjadi ini. Walaupun ada saatnya Kompas bersikap tegas, namun pada dasarnya Kompas mengambil sikap yang netral.

Dari segi sudut pandang Kompas.com dalam isu permasalahan kelangkaan kedelai ini cenderung stabil dan tidak melakukan keberpihakan kepada satu sisi. Kompas.com menekankan bahwa semua pihak yang terlibat dalam permasalahan kelangkaan kedelai di Indonesia memiliki aspek yang sangat penting, sehingga tidak ada yang salah. Kompas.com juga tidak sepenuhnya mem-blow up kesalahan birokrasi dan membela masyarakat ataupun sebaliknya. Kompas.com cenderung memberikan jalan tengah dari permasalahan yang ada.

Adapun faktor - faktor yang mempengaruhi framing pemberitaan kelangkaan kedelai oleh Kompas.com dan mempengaruhi tentang pengambilan keputusan dalam pemberitaan atau mengenai isi media terdiri dari lima level diantaranya faktor individu, rutinitas media, organisasi, ekstra media atau luar organisasi, dan pihak eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agriculture, U. (2022). *10 Produsen Beras Terbesar di Dunia, Indonesia Nomor 4*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/22/10-produsen-beras-terbesar-dunia-indonesia-nomor-4>
- Althusser. (2008). *Tentang Ideologi : Marxisme Strukturalis, Psikoanalisis*. Jalasutra. Anggoro,





- A.D. (2016). Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan MetroTV). *Jurnal Umpo*, 2. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/16>
- Ashari. (2021). *Upaya Kementan Mengatasi Kelangkaan Kedelai pada Masa Pandemi Covid-19*. Azanella, L. A. (2021). *Di Balik Melambungnya Harga Kedelai Impor 2021...* Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/05/170500065/di-balik-melambungnya-harga-kedelai-impor-2021-?page=all>
- B, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali
- Pers.Biagi. (2010). *Pengantar Media Massa*. Salemba
- Humanika.
- Dzulfaroh, A. N. (2022). *Harga Kedelai Impor Meroket, Pemerintah Dinilai Kurang Perhatian pada Kedelai Lokal*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/17/100000865/harga-kedelai-impor-meroket-pemerintah-dinilai-kurang-perhatian-pada?page=all>
- Efriza, Indrawan, & Ilmar. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 8, 1–17.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media*. LKIS.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2018). *A First Look At Communication Theory*, 10th Edition. In *McGraw-Hill*. <http://www.amazon.com/First-Look-Communication-Theory/dp/0072291532>
- Hafied, C. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo
- Persada.Hamad. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*. Granit.
- Hartley. (2010). *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. Routledge.
- Idris, M. (2022). *Di era Soeharto, RI Bisa Swasembada Kedelai, Kenapa Kini Impor Terus?* Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2022/02/23/105537126/di-era-soeharto-ri-bisa-swasembada-kedelai-kenapa-kini-impor-terus?page=all>
- Indradjaja. (2015). *Profile Media Online KOMPAS.com*.
- Jayanti. (2021). *Proyeksi Produksi Kedelai Indonesia (2020-2024). Produksi Kedelai Diproyeksi Turun hingga 2024*.
- Junaedi. (2011). *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Aspikom.
- Nabilah, F. S., Jessica Wiguna, Noerazrie Imania Putri, & Roaziana Febrianita. (2021). Menggugat UU Penyiaran di Indonesia (Analisa Framing Pemberitaan Gugatan RCTI dan iNEWS TV Tentang UU 32 Tahun 2022 pada Sindonews & Detik.com Periode 27 Agustus - 20 September 2020). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 9 No 2.
- Poerwandari, K. (2005). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Fakultas Psikologi UI.
- Romli. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences of Mass Media Content*. Longman.



Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*.

Alfabeta.

Sumadiria. (2005). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Simbiosis Rekatama Media.

Tambaruka, & Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Rajawali Pers.

