

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PROGRAM MAKAN BERGIZI DALAM MEDIA TIRTO.ID DAN TEMPO.CO

Budi Aditya¹, Michael Jibrael Rorong²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

Email: Pb211110050@upbatam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine how Tirto.id and Tempo.co frame the issue of the nutritious meal program and examine the extent to which news that has informative and educational value in educating the public regarding the importance of consuming nutritious food is conveyed through social media. To collect data in the study to be accurate in the study, researchers used several data collection techniques such as observation, interviews, questionnaires, and documentation. The results of this study that framing analysis is a very important tool in analyzing news presented by a media. In this study, researchers used the Robert N. Entman model which includes a very detailed and complete concept of Robert N. Entman's model. Framing analysis greatly influences public views on the nutritious meal program that was raised as news by online media Tirto.id and Tempo.co each have fulfilled the main requirements in framing a news raised from an issue. These elements include Define Problem, Diagnose Causes, Make Moral Judgment and finally Treatment Recommendation. As long as this program is running, the media continues to monitor and present the development of this program. In general, this program represents a major step for the government to implement comprehensively. However, obstacles encountered on the ground have made it quite difficult for all parties involved, ranging from the very large budget that must be controlled for efficient operation to technical issues such as the lack of equitable distribution, which has resulted in many regions not yet implementing this nutritious meal program.

Keywords: News framing, nutritious meal, media, tirto.id, tempo.co

PENDAHULUAN

Di masa kini, media sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam mendistribusikan informasi serta memengaruhi pandangan masyarakat luas. Media sosial tidak hanya menjadi sarana bagi masyarakat untuk berbagi kehidupan pribadi mereka, tetapi juga platform yang efektif untuk kampanye pendidikan dan promosi kesehatan. Menurut data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, tingkat kasus gizi buruk dan kekurangan gizi masih tergolong tinggi, khususnya di wilayah-wilayah terpencil. (Ardelia Maharani et al., 2024)

Tirto.id merupakan portal berita, opini, artikel, dan infografik di Indonesia yang mulai hadir pada Februari 2016 dan resmi diluncurkan pada 3 Agustus 2016. Mengusung slogan "Jernih, Mengalir, Mencerahkan", Tirto.id menyajikan informasi berbasis data seperti foto, kutipan, rekaman peristiwa, serta statistik. Konten jurnalistiknya diperkaya dengan analisis dari ratusan media nasional, yang dirangkum dalam bentuk tiMeter yaitu alat ukur sentimen terhadap tokoh, lembaga, atau isu yang dibahas dalam laporan mendalam mereka. (Indriyani, 2020)

Tempo.co, sebagai salah satu media yang memiliki reputasi kredibel, memikul

tanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Teknik framing yang digunakan bisa mempengaruhi cara pesan tersebut diterima oleh publik. Framing yang positif, misalnya, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program tersebut, sementara framing yang negatif dapat menimbulkan keraguan dan ketidakpercayaan. Tirto.id dan Tempo.co mungkin memberikan detail tentang bagaimana program ini diimplementasikan, termasuk kerja sama dengan sekolah, penyediaan bahan makanan, serta tantangan yang dihadapi, seperti anggaran dan distribusi. Tempo.co, sebagai salah satu portal berita utama di Indonesia, sering kali menjadi referensi bagi masyarakat dalam memahami berbagai isu, termasuk kesehatan dan gizi. Tempo.co menggunakan berbagai teknik jurnalistik untuk menyampaikan informasi kepada pembaca, salah satunya adalah melalui framing berita. (Permadi et al., 2024)

Kedua media dapat menjelaskan kebijakan pemerintah yang mendasari program makan bergizi, seperti upaya untuk mengurangi angka stunting dan meningkatkan kesehatan anak. Mereka kerap menyoroti tujuan jangka panjang dari program ini, yakni untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia. Selain itu, Tirto.id dan Tempo.co turut membahas berbagai isu lain yang berkaitan dengan pelaksanaan program tersebut, seperti kesenjangan akses di daerah terpencil, kualitas bahan makanan yang digunakan, dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Dengan demikian, keduanya memberikan gambaran yang komprehensif mengenai program makan bergizi, membantu pembaca memahami tantangan dan pencapaian dalam upaya meningkatkan gizi anak di Indonesia. (Susanto, 2021)

Program gizi anak Indonesia yang dicanangkan oleh pemerintah melalui Kementerian Kesehatan telah berupaya menekan angka stunting, Indonesia termasuk dalam jajaran negara dengan

prevalensi stunting yang sangat tinggi pada anak balita, dengan sekitar 37% atau hampir 9 juta anak mengalami kondisi tersebut. Stunting merupakan keadaan di mana tinggi badan anak lebih pendek dibandingkan dengan anak-anak seusianya secara umum. Dalam upaya menanggulangi stunting, Kementerian Kesehatan telah memperluas cakupan wilayah intervensi. Pada tahun 2020, intervensi mencakup 260 kabupaten/kota dan terus diperluas hingga mencakup seluruh wilayah kabupaten di tahun 2024. Langkah ini selaras dengan target pemerintah dalam menurunkan angka stunting. Untuk itu, pemerintah telah mengalokasikan anggaran yang besar, baik melalui pengeluaran kementerian/lembaga maupun lewat mekanisme Transfer ke Daerah dan Dana Desa (TKDD). (Purnaningsih et al., 2023)

Pada tahun 2020, pemerintah mengalokasikan anggaran sebesar Rp76,2 triliun melalui skema Transfer ke Daerah dan Dana Desa (TKDD) untuk menurunkan angka stunting jumlah yang tergolong sangat besar. Di samping peran pemerintah pusat, keterlibatan pemerintah daerah juga krusial dalam mengatasi stunting secara sistematis di seluruh jenjang pemerintahan, mulai dari provinsi, kabupaten/kota, hingga kecamatan dan desa. Mengingat stunting merupakan persoalan yang kompleks dan melibatkan berbagai aspek, penyelesaiannya pun memerlukan pendekatan lintas sektor. Oleh karena itu, pemerintah daerah dituntut untuk memiliki pemahaman yang kuat, mengenali akar permasalahan, serta menunjukkan komitmen dalam merancang strategi yang tepat untuk mengatasi isu stunting. (Sugianto, 2021)

Peraturan Presiden ini memuat ketentuan terkait strategi nasional untuk mempercepat penurunan angka stunting, pelaksanaan program penurunan stunting, koordinasi antarinstansi, serta mekanisme pemantauan, evaluasi, pelaporan, dan pendanaannya. Setiap tahun, Indonesia menunjukkan kemajuan dalam menurunkan angka prevalensi

stunting. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), prevalensi stunting berhasil ditekan menjadi 14% pada tahun 2024, turun signifikan dari angka 27,67% yang tercatat pada tahun 2019. Oleh karena itulah, analisis framing pemberitaan menjadi sangat penting untuk mengetahui informasi program makan bergizi tersebut disampaikan. (BPKP, 2024)

Program makan bergizi sebagai sebuah kebijakan diharapkan memperoleh dukungan dan pengakuan dari masyarakat. Oleh karena itu, kebijakan ini dibangun di atas nilai-nilai sosial yang mampu menarik simpati, terutama dari kelompok masyarakat miskin. Berdasarkan informasi dari situs prabowogibran2.id, program ini dirancang untuk menjangkau sekitar 82,9 juta penduduk Indonesia, yang mencakup 30 juta anak usia dini (pra-SD), 24 juta siswa SD, 9,8 juta siswa SMP, 10,2 juta siswa SMA dan SMK, 4,3 juta santri, serta 4,4 juta ibu hamil.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara Tempo.co dan Tirto.id membingkai isu program makan bergizi dalam pemberitaan di media daring, pemberitaan mengenai program makan bergizi disampaikan oleh Tempo.co dan Tirto.id melalui media sosial, mengkaji sejauh mana pemberitaan program makan bergizi oleh Tempo.co dan Tirto.id memiliki nilai informatif dan edukatif dalam mengedukasi masyarakat terkait pentingnya konsumsi makanan bergizi.

KAJIAN TEORI

2.1 Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas

Dalam perspektif ini, setiap ranah dipandang memiliki perbedaan satu sama lain. Penyusunan teori dapat ditinjau melalui beragam pendekatan, termasuk pendekatan logika *Hypothetico-Deductive*. Studi literatur ini memberikan pemahaman mengenai alur logis dari terbentuknya teori, sehingga memungkinkan penerapan teori tersebut dalam berbagai kajian komunikasi,

khususnya karena komunikasi berada dalam ruang lingkup ilmu yang bersifat multidisipliner. (Rorong, 2019)

Dalam aspek epistemologi, teori ini menyatakan bahwa pengetahuan tidak ditemukan secara objektif, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial. Pengetahuan dianggap sah jika diterima dan dipahami bersama dalam konteks sosial tertentu. Dengan demikian, pengetahuan bersifat relatif dan kontekstual, bergantung pada budaya, waktu, dan tempat di mana pengetahuan tersebut dibentuk dan diterima. Pandangan ini menyoroti bahwa pengetahuan tidak semata-mata diperoleh melalui pendekatan empiris atau rasional, melainkan juga terbentuk melalui dinamika sosial. Pengetahuan tercipta melalui proses interaksi, komunikasi, serta perundingan makna antar anggota masyarakat. Dengan demikian, pemahaman dan kebenaran mengenai realitas sosial sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan sejarah tempat individu berada. Artinya, pengetahuan bersifat relatif dan bergantung pada konteks serta pengalaman masing-masing individu dalam lingkungan sosialnya. (Hadiwijaya, 2023)

Memahami bahwa realitas sosial adalah konstruksi, individu dan kelompok dapat lebih kritis terhadap struktur sosial yang ada dan berpotensi melakukan perubahan sosial. Secara keseluruhan, Teori konstruksi realitas sosial menyampaikan pandangan bahwa realitas sosial, pengetahuan, serta nilai-nilai yang ada dalam masyarakat bukanlah sesuatu yang mutlak dan objektif, melainkan hasil dari proses interaksi sosial dan komunikasi yang berlangsung antara individu maupun kelompok. Pandangan ini menekankan pentingnya memahami konteks sosial dan budaya dalam membentuk dan memahami realitas sosial. (Ismail et al., 2025)

Istilah konstruksi sosial atas realitas merujuk pada suatu proses sosial yang

berlangsung melalui tindakan dan interaksi antarindividu, di mana realitas dibentuk secara berkelanjutan dan dialami bersama dalam sudut pandang yang bersifat subjektif. Asal usul konstruksi sosial dari filsafat Konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Dalam berbagai aspek, manusia memiliki kebebasan untuk bertindak melampaui batas-batas yang ditetapkan oleh struktur dan lembaga sosial, di mana individu merespons rangsangan berdasarkan proses kognitifnya. Dalam interaksi sosial, individu dipandang sebagai agen yang secara relatif bebas membentuk realitas sosial di lingkungannya. (Alam & Syukur, 2025)

Sebagai dasar utama dalam membahas teori konstruksi sosial yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, dijelaskan bahwa manusia dipandang sebagai individu yang mampu membentuk realitas. Berger dan Luckmann meyakini bahwa realitas sosial merupakan hasil dari ciptaan manusia melalui proses konstruksi terhadap lingkungan sosialnya, yang dikenal dengan istilah "*reality is socially constructed*." Dalam buku mereka yang berjudul *The Social Construction of Reality*, konsep konstruksi sosial ini sangat dipengaruhi oleh pemikiran fenomenologis dari Alfred Schutz, yang merupakan guru mereka sekaligus pelopor dalam pendekatan tersebut. (Romdani, 2021)

Realitas dipahami sebagai suatu kualitas yang melekat pada hal-hal yang dianggap benar-benar ada, terlepas dari keinginan atau kehendak individu. Sementara itu, pengetahuan diartikan sebagai keyakinan bahwa realitas tersebut benar-benar ada dan memiliki ciri-ciri tertentu. Berdasarkan pandangan Berger dan Luckmann, pengetahuan yang dimaksud adalah realitas sosial yang berkembang dalam masyarakat. Konstruksi sosial sangat erat kaitannya dengan kesadaran individu terhadap

realitas sosial tersebut. Oleh karena itu, kesadaran dianggap sebagai elemen kunci dalam proses terbentuknya konstruksi sosial. (Hadiwijaya, 2023)

Teori konstruksi sosial berakar dari filsafat konstruktivisme, yang bermula dari pemikiran konstruktif dalam ranah kognitif. Gagasan ini dapat ditelusuri dari pandangan Socrates yang menekankan adanya jiwa dalam diri setiap manusia, Plato yang menyoroti peran akal dan budi, serta Aristoteles yang menyatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial dan setiap pernyataan harus dibuktikan agar menjadi pengetahuan yang dianggap sebagai fakta. Menurut Berger dan Luckmann, teori konstruksi sosial didasarkan pada asumsi bahwa realitas adalah hasil dari kreasi manusia yang memiliki kemampuan berpikir dan membentuk pemahaman terhadap lingkungan sosialnya. Hubungan antara cara berpikir manusia dengan konteks sosial yang melatarinya dapat memunculkan ide-ide baru. Pemikiran ini sejalan dengan pernyataan terkenal Aristoteles, "*cogito ergo sum*" atau "saya berpikir maka saya ada", yang memperkuat landasan bahwa konstruksi sosial merupakan hasil dari proses berpikir manusia yang berlangsung terus-menerus dalam kehidupan bermasyarakat. Asumsi dasar teori lainnya yaitu dapat membdekan realitas dengan pengetuan (epistimologi). (Ika Novita et al., 2021)

Realitas dalam konteks ini dipahami sebagai segala sesuatu yang benar-benar terjadi dan diakui keberadaannya, sementara pengetahuan merujuk pada keyakinan bahwa realitas tersebut benar-benar ada serta memiliki ciri-ciri tertentu. Teori ini berlandaskan paradigma konstruktivis, yang memandang realitas sosial sebagai hasil ciptaan individu yang memiliki kebebasan dalam bertindak. Manusia diberi keleluasaan untuk merespons berbagai rangsangan yang ditemuinya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, manusia diposisikan sebagai aktor utama dalam membentuk dunia sosialnya sesuai dengan

kehendaknya. Atas dasar inilah Berger dan Luckmann memperkenalkan pandangan atau perspektif yang digunakan untuk memahami dan menafsirkan berbagai gejala atau realitas sosial. (Romdani, 2021)

Proses konstruksi sosial menurut Berger dan Luckmann terjadi melalui interaksi yang bersifat dialektis dalam tiga bentuk realitas utama. Pertama, objektivasi, yaitu rutinitas tindakan dan perilaku individu yang dianggap sebagai fakta umum. Dalam hal ini, realitas sosial dipahami sebagai hasil konstruksi yang dibentuk oleh manusia berdasarkan perspektif masing-masing. Kedua, simbolisasi realitas, yaitu segala bentuk ekspresi yang lahir dari proses objektivasi. Ini menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk kreatif yang mampu membentuk realitas melalui simbol dan makna yang diyakininya sebagai pengetahuan yang sah. Ketiga, realitas subjektif, yaitu konstruksi realitas yang bersifat personal, yang melibatkan diri individu dalam hubungan sosial dan struktur masyarakat. Selaras dengan teori konstruksi sosial, Max Weber juga memandang manusia sebagai agen aktif yang mampu membentuk realitas sosial melalui tindakan dan makna yang mereka ciptakan sendiri.

Teori konstruksi realitas sosial menjelaskan bahwa realitas terbentuk melalui tindakan dan interaksi antara individu maupun kelompok, yang menghasilkan pemahaman bersama mengenai kenyataan yang bersifat subjektif dalam konteks masyarakat. Realitas sosial ini merupakan hasil dari konstruksi yang diciptakan oleh manusia itu sendiri. Namun, dalam penerapannya, kemampuan individu dalam membentuk realitas sosial sering kali memerlukan dukungan kuat dari media massa. Dalam pandangan konstruktivis, realitas sosial dipahami sebagai hasil ciptaan manusia sebagai makhluk yang memiliki kebebasan. Melalui interaksi sosial, manusia dianggap sebagai pencipta realitas sosial yang relatif otonom dalam lingkungannya. Realitas yang terbentuk

tersebut kemudian dapat memengaruhi terbentuknya opini publik, karena masyarakat cenderung cepat dalam menarik kesimpulan. Opini massa juga cenderung bersifat sinis dalam menghadapi informasi atau peristiwa yang disampaikan. Little John mengatakan, realitas tidaklah muncul begitu saja ia melalui proses saringan yaitu dengan cara pandang orang akan satu hal. (Ika Novita et al., 2021)

Konstruktivisme sosial tidak menolak kemampuan manusia dalam memahami realitas yang sesungguhnya. Dalam konteks interaksi dan komunikasi, individu dapat menciptakan dunia sosial yang berjalan seiring dengan konstruksi pribadi masing-masing. Pada dasarnya, konstruktivisme dan realitas saling berkaitan erat, karena konstruksi yang terbentuk dari lingkungan sekitar akan memengaruhi cara pandang serta interpretasi seseorang terhadap kenyataan. (Hadiwijaya, 2023)

Pengetahuan dipahami sebagai hasil kreasi dari individu yang mengalami proses memahami, dan tidak bisa langsung ditransfer kepada individu lain yang pasif. Dalam hal ini, lingkungan berperan sebagai sarana terbentuknya pengetahuan tersebut. Selanjutnya, menurut pandangan realisme hipotetis, pengetahuan dianggap sebagai dugaan atau hipotesis mengenai struktur realitas yang mendekati kebenaran aktual. Konstruktivisme sendiri menerima pandangan ini dan melihat pengetahuan sebagai representasi dari realitas. Artinya, pengetahuan merupakan hasil refleksi atas esensi dari kenyataan objektif. Sejak dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* pada tahun 1996, gagasan ini telah menjadi dasar penting dalam memahami konstruksi pengetahuan sosial, frasa "konstruksi realitas" telah mendapat pengakuan luas. Hal ini menjelaskan bagaimana orang terus-menerus menciptakan dunia bersama dan subjektif melalui interaksi dan

perilaku mereka dalam prose sosial. (Permadi et al., 2024)

2.2 Asumsi Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas

Istilah komunikasi berasal dari kata Latin *communis*, yang berarti menciptakan atau membangun kesamaan pandangan antara dua orang atau lebih. Selain itu, kata *communico* yang menjadi akar katanya juga berarti "membagi." Secara umum, ilmu komunikasi membahas pengetahuan mengenai berbagai hal, baik yang berkaitan dengan alam (natural) maupun kehidupan sosial, yang diperoleh melalui proses berpikir. Sebagai sebuah ilmu, komunikasi disusun berdasarkan logika, memiliki struktur sistematis, dan berlaku secara umum. Fokus utama dari ilmu ini adalah pada kejadian atau peristiwa komunikasi antar manusia. Menurut Berger dan Chaffee, ilmu komunikasi merupakan studi tentang bagaimana sistem tanda dan simbol diproduksi, diproses, dan memengaruhi, dengan mengembangkan teori-teori yang bisa diuji dan digeneralisasikan untuk menjelaskan fenomena komunikasi tersebut. (Fikri Akbar et al., n.d.)

2.3 Teori Komunikasi

Menurut para peneliti, mereka memfokuskan kajiannya pada komunikasi antar manusia, dengan menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu transaksi dan proses simbolik yang memungkinkan individu menata lingkungannya. Hal ini dilakukan dengan cara membangun hubungan sosial melalui pertukaran informasi, yang bertujuan untuk memperkuat atau memengaruhi sikap serta perilaku orang lain, bahkan berusaha untuk mengubahnya. Pada dasarnya, setiap individu yang hidup dalam masyarakat akan selalu terlibat dalam proses komunikasi secara alami. (Kurniawan Siregar et al., 2022)

Menurut (Ismail et al., 2025) Terjadinya komunikasi merupakan suatu akibat yang wajar. Secara umum, pengertian komunikasi dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu secara etimologis dan terminologis. Dari sisi etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communicatio*", yang berakar dari kata "*communis*", yang berarti 'sama', dalam hal ini mengacu pada kesamaan makna tentang suatu hal. Dengan kata lain, komunikasi terjadi apabila terdapat kesepahaman atau kesamaan pengertian antara pihak-pihak yang terlibat mengenai hal yang dibicarakan. Sebagai contoh, dalam sebuah percakapan, komunikasi baru dapat berjalan efektif jika kedua belah pihak memiliki pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan.

Secara terminologis, komunikasi diartikan sebagai suatu proses di mana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain. Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi melibatkan lebih dari satu individu, di mana satu pihak mengutarakan pesan kepada pihak lainnya. Dengan demikian, komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi antar manusia, atau dikenal juga sebagai *human communication*. Pembahasan ini tidak mencakup komunikasi antar hewan, komunikasi spiritual, maupun komunikasi dalam bentuk fisik. Komunikasi juga tidak terbatas pada komunikasi langsung, tetapi mencakup berbagai media, baik media massa seperti cetak dan elektronik, maupun media non-massa seperti surat, telepon, papan pengumuman, poster, dan spanduk. Secara paradigmatis, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi atau memengaruhi sikap, pandangan, atau perilaku seseorang, baik secara langsung melalui ucapan maupun secara tidak

langsung melalui berbagai media. Oleh karena itu, komunikasi memiliki fungsi informatif maupun persuasif. komunikasi persuasif lebih sulit dari pada Komunikasi informatif, karena memang tidak mudah mengubah pendapat, sikap dan perilaku seseorang atau sejumlah orang.

Menurut (Didik Hariyanto, 2021) Porter dan Samovar, komunikasi adalah sebuah proses yang bersifat dinamis dan terjadi melalui perilaku, baik secara verbal maupun nonverbal, yang disampaikan, diterima, serta direspons oleh orang lain. Sementara itu, Alo Liliweri menyatakan bahwa komunikasi mencakup beberapa unsur penting, yaitu: pengirim dan penerima yang terdiri dari setidaknya dua orang, pesan yang disampaikan berupa ide atau gagasan secara simbolik baik verbal maupun nonverbal, adanya pengaruh yang menimbulkan efek, reaksi, serta umpan balik, dan fokus utama komunikasi adalah pada interaksi antarmanusia, baik individu maupun kelompok. Dalam konteks ini, komunikasi lebih menekankan pada hubungan antarpribadi antara komunikator dan komunikan, termasuk di antaranya komunikasi antar-etnis yang dipengaruhi oleh latar budaya masing-masing, serta komunikasi antarumat beragama, di mana komunikasi terjadi antara pihak-pihak dengan keyakinan berbeda. Pesan yang disampaikan biasanya bersifat simbolis dan mencerminkan sikap atau perilaku yang dapat diamati dan mencerminkan karakteristik, sifat, atau ciri khas suatu etnis tertentu.

2.4 Analisis Framing

Secara etimologis, istilah *framing* berasal dari bahasa Inggris yang berarti "bingkai", dan dalam konteks penggunaannya dapat diartikan sebagai tindakan "pembingkaihan". Dalam ranah media massa, khususnya surat kabar, *framing* merujuk pada suatu pendekatan

untuk memahami bagaimana media menyampaikan cerita atau narasi atas suatu peristiwa. Penyampaian cerita ini mencerminkan sudut pandang atau cara pandang media terhadap kenyataan yang diberitakan. Sudut pandang tersebut akan mempengaruhi bagaimana realitas dikonstruksikan. Analisis *framing* sendiri digunakan sebagai alat untuk mengkaji bagaimana media membentuk dan membingkai realitas tertentu, serta bagaimana peristiwa ditampilkan dan dimaknai oleh media. Sebagai metode analisis teks, analisis *framing* memiliki kekhasan tersendiri yang membedakannya dari analisis isi kuantitatif. Bila analisis isi kuantitatif lebih menitikberatkan pada isi atau muatan pesan dalam suatu teks komunikasi, maka analisis *framing* lebih fokus pada bagaimana pesan itu dibentuk dan disusun dalam teks.

Salah satu perkembangan terbaru dalam metode analisis wacana, yang secara khusus dikembangkan untuk menelaah teks media, adalah metode analisis framing. Gagasan mengenai framing pertama kali diperkenalkan oleh Beterson pada tahun 1955. Pada awalnya, *frame* dipandang sebagai kerangka konseptual atau sistem pemikiran yang mengkategorikan opini politik, hukum, dan percakapan serta menawarkan klasifikasi umum untuk mengevaluasi realitas. Menurut pandangan sosiologis Erving Goffman, konsep *frame analysis* berfungsi untuk menjaga kebiasaan kita dalam mengklasifikasi, menyusun, dan menafsirkan pengalaman hidup secara aktif agar bisa dipahami. Kerangka penafsiran tersebut dikenal sebagai *frames*, yaitu struktur yang membantu individu dalam mengenali, merasakan, mengidentifikasi, serta memberi makna atau label terhadap berbagai peristiwa dan informasi yang dialami. Menurut

(Gilang Aulia Paramitha & Ahmad Abdul Karim, 2022)

Menurut (Muhaemin & Sanusi, 2019) Dalam analisis framing, terdapat beberapa model yang sering digunakan, antara lain:

a. Model Framing Murray Edelman Murray Edelman, seorang pakar komunikasi yang banyak meneliti tentang penggunaan bahasa dan simbol dalam komunikasi politik, berpendapat bahwa pemahaman kita terhadap kenyataan sangat dipengaruhi oleh cara kita membingkai dan menafsirkan kenyataan tersebut. Dengan kata lain, realitas yang sama bisa dipersepsikan berbeda tergantung bagaimana ia dikonstruksi atau dibingkai.

b. Model Framing Robert N. Entman Entman menjelaskan framing sebagai proses pemilihan dan penekanan aspek tertentu dari suatu kenyataan oleh media. Framing memungkinkan informasi ditempatkan dalam kerangka tertentu agar isu tertentu mendapatkan sorotan lebih dibandingkan isu lainnya. Menurut Entman, framing menekankan bagaimana sebuah pesan dikemas dan bagian mana dari pesan itu yang ditonjolkan oleh media agar dianggap penting oleh audiens.

c. Model Framing William A. Gamson Gamson mengaitkan wacana media dengan opini publik. Menurutnya, media memainkan peran penting dalam membentuk opini masyarakat terhadap suatu isu atau kejadian. Framing berfungsi untuk menghubungkan isi wacana dalam media dengan persepsi publik. Gamson melihat berita media sebagai rangkaian "paket" yang menjadi wadah untuk membingkai suatu peristiwa berdasarkan sudut pandang dan ideologi media tersebut.

d. Model Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki Model framing dari Pan dan Kosicki merupakan salah satu yang paling sering

digunakan. Mereka mendefinisikan framing sebagai proses penonjolan pesan tertentu agar lebih menarik perhatian khalayak. Tujuan penonjolan ini adalah untuk membuat pesan lebih jelas dan mudah dipahami. Frame menurut mereka adalah gagasan utama yang menyatukan elemen-elemen dalam teks berita (seperti kutipan, latar belakang, pilihan kata) sehingga menjadi satu kesatuan makna yang utuh dalam sebuah pemberitaan.

Analisis framing berfungsi untuk mengungkap ideologi, metode, serta menelaah strategi dalam memilih, mengaitkan, dan menonjolkan fakta-fakta yang disajikan dalam berita agar tampil lebih menarik, mudah diingat, dan memiliki makna yang kuat. Tujuan utamanya adalah membentuk pemahaman masyarakat sesuai dengan sudut pandang media. Dalam proses analisis framing, terdapat empat unsur utama yang menjadi fokus kajian terhadap cara media melakukan pembungkai.

- a. *define a spesific problem*, berfungsi untuk menunjukkan bagaimana jurnalis memahami dan memaknai suatu kejadian ketika sebuah masalah muncul.
- b. *diagnose a cause of the problem*, dilakukan untuk mengidentifikasi siapa yang dianggap sebagai tokoh utama atau pihak yang bertanggung jawab atas peristiwa tersebut.
- c. *make a moral judgement about the problem*, digunakan untuk memperkuat argumen atau membenaran atas definisi masalah yang telah dirumuskan.
- d. *suggest remedies to the problem*, bertujuan untuk mengevaluasi alternatif penyelesaian yang ditawarkan guna mengatasi permasalahan yang ada.

2.5 Media

Istilah "media" berasal dari bahasa Latin, yang merupakan bentuk jamak dari

kata "medium" dan secara harfiah berarti perantara atau penghubung. Secara umum, media diartikan sebagai sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari pengirim kepada penerima. Dalam konteks teknis, media online merujuk pada media yang berbasis teknologi telekomunikasi dan multimedia, seperti komputer dan internet. Contoh media online meliputi portal berita, situs web (termasuk blog dan media sosial seperti Twitter dan Facebook), televisi daring, radio daring, dan surat elektronik (email). Media online juga dikenal dengan sebutan cyber media, karena operasional dan akses informasinya sepenuhnya bergantung pada jaringan internet. (Fadilah STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta et al., n.d.2020)

Melalui media internet, audiens dapat secara langsung mengakses dan menikmati konten yang disajikan, tanpa dibatasi oleh lokasi geografis, waktu, maupun aturan formal dari lembaga penyiaran tertentu, bahkan pada saat peristiwa berlangsung, informasi tersebut dapat diakses. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* termasuk dalam objek kajian teori "media baru" (*new media*). Media baru merupakan istilah yang merujuk pada sarana untuk mengakses konten (informasi atau isi) kapan pun, di mana pun, melalui berbagai perangkat digital, yang memungkinkan adanya interaksi, partisipasi kreatif dari pengguna, serta pembentukan komunitas seputar konten tersebut, termasuk fitur yang berlangsung secara "real time". Menurut Chun dalam bukunya *New Media, Old Media*, istilah media baru merupakan bentuk penyederhanaan untuk menyebut jenis media yang berada di luar lima media massa tradisional, yaitu televisi, radio, majalah, surat kabar, dan film. (Rizal Masdul & Masdul, 2018)

a. Media Online Tirto.Com



Gambar 1 Logo Tirto.id

Di tengah persaingan sengit dalam industri media, Tirto.id hadir layaknya air jernih yang mengalir dan memberikan pencerahan. Filosofi ini menjadi dasar dalam membentuk identitas dan arah langkah mereka ke depan. Terinspirasi dari pandangan Thales, salah satu filsuf Yunani kuno, yang menyatakan bahwa air adalah sumber dari segala kehidupan, Tirto.id menjadikan unsur air sebagai landasan pemikiran. Dalam ilmu pengetahuan modern, telah terbukti bahwa semua makhluk hidup membutuhkan air, termasuk manusia, yang sebagian besar tubuhnya terdiri dari unsur ini. Air juga dianggap simbol dari hal-hal positif menyegarkan, mengisi ruang kosong, mudah menyesuaikan diri, dan mampu bersatu dengan elemen lain. Dari gagasan ini, nama *Tirto.id* lahir, dengan harapan media ini dapat bersifat seperti air: mengalir dan memberi kejernihan. Tirto.id merupakan situs yang menyajikan berita, opini, artikel, dan infografik di Indonesia, mulai aktif pada Februari 2016 dan secara resmi diluncurkan pada 3 Agustus 2016. Mengusung slogan "Jernih, Mengalir, Mencerahkan", Setiap produk jurnalisminya diperkaya dengan analisis dari ratusan media di seluruh Indonesia yang dirangkum dalam fitur *tiMeter* yakni pengukuran sentimen terhadap tokoh, lembaga, dan isu tertentu yang tengah dibahas dalam laporan-laporan mendalamnya. (Ika Novita et al., 2021)

b. Media Online Tempo.Co



Gambar 2 Logo Tempo.Co

Tempo diterbitkan oleh PT Tempo Inti Media Tbk. PT Tempo Inti Media Tbk sudah berstatus perusahaan terbuka. Perseroan ini tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 8 Januari 2001. Meski masih tergolong pemain baru dalam bursa, Tempo mempunyai sejarah yang panjang. Dalam perjalanannya menuju kejayaan tidak selalu mulus, Tempo pun mengalami pasang surut, gaya pemberitaannya yang tajam dan kritis menimbulkan ketidaknyamanan bagi penguasa Orde Baru pada masanya. Akibatnya, Tempo sempat dua kali dibredel oleh pemerintah. Pembredelan pertama terjadi pada tahun 1982 karena isi beritanya dinilai terlalu keras dalam mengkritik rezim Orde Baru serta partai politik andalannya, yaitu Golkar. (Idris, 2025, p. 1)

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai jenis metodenya. Menurut Mely G. Tan (Koentjaraningrat, 1981) yang dikutip dalam artikel jurnal "Jenis Penelitian Deskriptif dalam Ilmu Komunikasi" (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2020), penelitian deskriptif berupaya mengkarakterisasi sifat, kondisi, atau frekuensi hubungan tertentu pada individu. antara gejala tertentu di masyarakat; Didukung atau tidaknya suatu hipotesis bergantung pada sejauh mana pengetahuan mengenai masalah yang paling signifikan. Tujuan penelitian tipe deskriptif adalah untuk mengkarakterisasi dan memahami segala sesuatu dalam keadaan sebenarnya (Hasan Syahrizal & M.Syahrani Jailani, 2023)

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan suatu wilayah kajian tertentu guna mengungkap fenomena-fenomena yang terjadi pada wilayah yang diteliti.

Kajian terhadap framing pemberitaan program makan siang gratis di Turto.id dan Tempo.Com menjadi objek penelitian yang diteliti. (Syahrizal & Jailani, 2023, p. 3)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses yang dilakukan secara sistematis dan terstandar guna memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam rangka mendapatkan data yang valid dan relevan, peneliti menerapkan beberapa metode pengumpulan data, antara lain observasi, wawancara, kuesioner, serta dokumentasi. (Sena Wahyu Purwanza et al., 2020)

Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data menjadi tahap yang sangat krusial. Teknik pengumpulan data dalam pendekatan kualitatif dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, observasi non-partisipatif, serta diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*). (Purwanza S.Kep., Ners., M.Kep, et al., 2020, pp. 159-162)

3.4 Metode Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik mengenai cara si peneliti dalam menganalisis sebuah data. Menurut Lexy J. Moleong, teknik analisis data merupakan suatu kegiatan pemeriksaan terhadap instrument penelitian seperti dokumen, catatan, dan rekaman di dalam suatu penelitian. Teknik ini tentunya digunakan pada penelitian yang datanya berupa deskripsi ataupun mengangkat permasalahan terkait fenomena sosial, perilaku manusia dan hal-hal yang tidak bisa diukur dengan angka.

Model analisis framing menurut Robert N Entman adalah untuk menggambarkan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media. Framing memberi tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang dianggap penting atau

ditunjukkan oleh pembuat teks. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek- aspek tertentu dari realitas atau isu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Cara Tirto.id dan Tempo.Co Membingkai Isu Program Makan Bergizi Dalam Pemberitaan

Cara Media online Tirto.id dan Tempo.Co membingkai berita kedua media suatu berita yang disajikan, setiap media online memiliki karakteristik tersendiri dalam menyajikan suatu berita agar terkesan menarik perhatian serta antusias khalayak dalam memahami berita tersebut.

1) *Define Problem*, Tahap ini mengacu pada bagaimana media memilih dan menampilkan aspek-aspek tertentu dari realitas guna membingkai sebuah isu sebagai suatu permasalahan.

2) *Diagnose Causes*, Pada tahap ini, media menggunakan framing untuk menunjukkan aktor atau faktor utama yang dianggap sebagai penyebab permasalahan tersebut.

3) *Make Moral Judgement*, Tahap ini berkaitan dengan penyisipan nilai-nilai tertentu dalam pemberitaan yang bertujuan memberikan justifikasi moral terhadap persoalan yang diangkat.

4) *Treatment Recommendation*, Tahapan ini berfokus pada bagaimana media mengusulkan langkah atau tindakan penyelesaian atas masalah



Gambar 3 Kondisi Siswa Menikmati MBG

a. Tirto.id

Tirto.id cenderung mengangkat berita yang mengacu pada proses pengadaan dan operasional program makan bergizi tersebut. Sejauh ini pemerintah telah melakukan riset dan simulasi ke berbagai daerah untuk memastikan program ini berjalan lancar hingga merata keseluruh daerah yang ada di Indonesia. Kendala yang terjadi dilapangan tentunya akan menghambat berjalan nya program ini secara lancar dan akurat, dengan demikian Tirto.Id mengulas secara lengkap mengenai apa saja langkah-langkah pemerintah dalam menjalankan program makan bergizi dan segala kendala yang sedang terjadi hingga saat ini.

Tirto.id membingkai berita dengan gaya intelektual, berbasis data, dan berpihak pada keadilan sosial. Mereka tidak sekedar menyampaikan apa yang terjadi, tetapi juga mengapa itu terjadi dan apa dampaknya bagi masyarakat, khususnya kelompok yang kurang mendapat sorotan.

b. Tempo.co

Menurut Tempo.Co Anggaran masih menjadi sumber masalah yang harus segera diselesaikan oleh pemerintah, perubahan-perubahan yang dilakukan pemerintah mengenai anggaran yang dialokasikan untuk program makan bergizi masih kurang efektif. Ketidakstabilan anggaran dapat mempengaruhi proses dan mengakibatkan resiko yang akan terjadi nantinya dengan program makan bergizi ini, dengan demikian Tempo.Co terus memantau dan mengulas mengenai anggaran operasional agar seluruh masyarakat Indonesia kinerja pemerintah dalam menjalankan program makan bergizi ini.

Tempo.Co membingkai berita dengan pendekatan kritis, investigatif, dan berimbang. Mereka menekankan pentingnya akuntabilitas, transparansi, dan reformasi kebijakan publik, sambil tetap menjaga prinsip jurnalistik yang netral dan profesional.

4.2 Framing Pemberitaan Program Makan Bergizi Dalam Pemberitaan Pada Media Sosial Tirto.id dan Tempo.Co Dalam Menyampaikan Informasi Tentang Pentingnya Pola Makan Bergizi

Pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang diusung pemerintahan Prabowo-Gibran menuai harapan untuk perbaikan gizi anak sekolah, namun juga memicu skeptisisme. Meski program ini terinspirasi dari inisiatif serupa di berbagai negara yang menjangkau jutaan anak, banyak pihak mempertanyakan kesiapan pemerintah untuk menjalankannya secara efektif.



Gambar 4 Sajian Menu MBG

a. Tirto.id

Tirto.id tidak hanya mengutip pernyataan resmi, tetapi juga menyertakan data, opini ahli, dan potensi masalah pelaksanaannya, seperti ketidaksiapan infrastruktur sekolah, anggaran yang terbatas, atau kemungkinan ketimpangan distribusi makanan bergizi. program makan bergizi sebagai upaya pemenuhan hak dasar anak, bukan hanya sebagai proyek pemerintah tetapi kewajiban negara terhadap warga negara.

b. Tempo.co

Tempo.co membingkai program makan bergizi dengan memperhatikan kendala implementasi di lapangan. Mereka tidak hanya menyoroti pentingnya gizi bagi anak-anak, tetapi juga membingkai kemungkinan persoalan seperti anggaran yang terbatas, logistik distribusi makanan, atau respon masyarakat daerah. Framing ini membuat publik tidak hanya melihat pentingnya program, tetapi juga mempertanyakan kesiapan pemerintah dan efektivitas

pelaksanaannya.

4.3 Informatif dan Edukatif Pada Framing Pemberitaan Program Makan Bergizi Pada Media Sosial Tirto.id Dan Tempo.Co Dalam Mengedukasi Masyarakat Terkait Makanan Bergizi

Framing pemberitaan program makan bergizi di media sosial Tirto.id bersifat informatif karena tidak hanya menyampaikan fakta dasar (apa, siapa, kapan), tetapi juga menyajikan konteks yang lebih luas, seperti angka stunting nasional, hubungan antara gizi dan prestasi belajar siswa, dan ketimpangan akses pangan antar wilayah. Hal ini membuat informasi yang disampaikan lebih bermakna dan mudah dipahami secara menyeluruh, bukan hanya sebagai kebijakan pemerintah, tetapi sebagai isu sosial dan kesehatan.

a. Tirto.id

Sifat edukatif muncul dari cara Tirto.id menyajikan informasi di media sosial melalui Infografik (grafik, bagan, ilustrasi visual), sajian melalui media dengan penjelasan bertahap, serta Bahasa yang ringkas, populer, dan mudah dimengerti. Misalnya, Tirto pernah membandingkan harga makanan sehat dengan penghasilan harian masyarakat miskin, yang secara tidak langsung mengedukasi publik tentang hambatan struktural terhadap gizi baik.

c. Tempo.co

Media sosial Tempo.co menyampaikan informasi program makan bergizi dengan gaya yang padat, faktual, dan langsung ke pokok isu. Pemberitaan difokuskan pada waktu pelaksanaan program, jumlah sasaran siswa, alokasi anggaran, serta tujuan resmi pemerintah. Dengan cara yang edukatif dan informatif ini, Tempo.co memberikan informasi yang cepat dan mudah dipahami, cocok untuk audiens media sosial yang menginginkan informasi singkat namun terpercaya.



Gambar 5 Sampul Pemberitaan Tempo.Co

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan hasil analisis dalam penelitian mengenai Framing Pemberitaan Program Makan Bergizi pada Media Tirto.id dan Tempo.co, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Analisis framing memiliki peran yang sangat penting sebagai alat untuk menelaah berita yang disajikan oleh media. Terdapat empat model utama dalam analisis framing, yaitu: Model Murray Edelman, Model Robert N. Entman, Model William A. Gamson dan Andre Modigliani, serta Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan model yang dikembangkan oleh Robert N. Entman karena dinilai paling rinci dan komprehensif dalam menyajikan konsep pemikirannya.
2. Analisis framing sangat berpengaruh atas pandangan masyarakat mengenai program makan bergizi yang diangkat menjadi berita oleh media *online*. Dari kedua media *online* yang menjadi objek penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain, jika dilihat dari penyajiannya Tirto.id cenderung lebih berhati-hati dan hanya bersifat formalitas dalam mengulik isu tentang program makan bergizi ini, pada

media kedua yaitu Tempo.co tampak lebih mendalam ketika mengulas berita program makan bergizi ini agar terkesan tidak ada yang ditutupi oleh pemerintah dan publik dapat memahami bagaimana mekanisme program ini berjalan serta seluruh dampak yang dihasilkan oleh program makan bergizi ini.

3. Dari aspek-aspek model analisis framing yang diterapkan oleh Robert N. Entman dapat disimpulkan bahwa media *online* yang menjadi objek penelitian telah memenuhi empat elemen penting model analisis framing tersebut. Dapat dilihat pada kajian diatas, media *online* Tirto.id dan Tempo.co masing-masing telah memenuhi persyaratan utama dalam pembingkaiannya suatu berita yang diangkat dari suatu isu. Elemen-elemen tersebut antara lain *Define Problem*, *Diagnose Causes*, *Make Moral Judgement* dan yang terakhir *Treatment Recommendation*. Hal ini sangat penting dalam menentukan apakah rangkaian analisis framing itu berjalan sebaik-baiknya pada suatu media dalam mengulas berita mengenai program makan bergizi.
4. Pro dan Kontra pada program makan bergizi ini masih menjadi pembahasan hangat dikalangan masyarakat, sejauh program ini berjalan media terus memantau dan menyajikan perkembangan program ini. Secara umum program ini merupakan langkah besar bagi pemerintah untuk menerapkan secara menyeluruh, akan tetapi kendala-kendala yang terjadi di lapangan cukup menyulitkan seluruh pihak yang bersangkutan, mulai dari masalah pada anggaran yang sangat besar dan harus dikontrol agar berjalan efisien, masalah teknis seperti kurangnya pemerataan sehingga mengakibatkan banyak

daerah yang belum menjalankan program makan bergizi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, L., & Syukur, M. (2025). Ilmu Sebagai Konstruksi Sosial: Perspektif Filsafat Ilmu Dan Sosiologi Ilmu. *Journal on Education*, 07(02).
- Ardelia Maharani, P., Riyani Namira, A., & Viony Chairunnisa, T. (2024). *Jolasos : Journal of Law and Social Society PERAN MAKAN SIANG GRATIS DALAM JANJI KAMPANYE PRABOWO GIBRAN DAN REALISASINYA*.
- BPKP, H. (2024, August 20). *Data Survei Status Gizi Indonesia Mengevaluasi Program Penurunan Stunting*.
- Didik Hariyanto. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* (Didik Hariyanto, Ed.; 2021st ed.). UMSIDA Press.
- Fadilah STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, A. D., Rizki Nurzakiyah STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, K. D., Atha Kanya STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, N. D., & Setiawan, U. (n.d.). Pengertian Media, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Urgensi Media Pembelajaran Sulis Putri Hidayat STAI DR. KHEZ Muttaqien Purwakarta. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(2).
- Fikri Akbar, M., Sang, U., Jurai, R., & Bumi, U. S. (n.d.). *PERAN KOMUNIKASI DALAM PEMBANGUNAN MASYARAKAT*
- Erwin Putubasai Asmaria Rosmaria Duwi Kola.
- Gilang Aulia Paramitha, & Ahmad Abdul Karim. (2022). Analisis Framing Berita Penembakan Jurnalis AS di Ukraina pada CNNIndonesia.com dan Sindonesws.com. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8, 376–383.
- Hadiwijaya. (2023). SINTESA TEORI KONSTRUKSI SOSIAL REALITAS DAN KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 11.
- Hasan Syahrizal, & M. Syahrani Jailani. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1, 10–23.
- Ika Novita, Icha Nur, Tiara Rose, & Muhammad Reyhan. (2021). KONSTRUKSI REALITAS MEDIA (ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN UU CIPTA KERJA OMNIBUS LAW DALAM MEDIA ONLINE VIVANEWS DAN TIRTO.ID). *Jurnal Syntax Admiration*, 2, 69–82.
- Indriyani, M. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Livi Zheng. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(2), 157–167. <https://doi.org/10.15408/jsj.v2i2.15065>
- Ismail, I., Noor, M., Kodir, A., & Rohanda, R. (2025). ILMU SOSIAL PERSPEKTIF FILSAFAT ILMU (Kajian Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi). In

- Jurnal Multidisiplin Inovatif* (Vol. 9, Issue 1).
- Kurniawan Siregar, A., Eka, D., & Qurniawati, F. (2022). *Analisis Framing Pemberitaan Buzzer di tempo.co*. 1(1), 1–15.
- Muhaemin, E., & Sanusi, I. (2019). Intoleransi Keagamaan dalam Framing Surat Kabar Kompas. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 17–34. <https://doi.org/10.15575/cjik.v3i1.5034>
- Permadi, D., Muyassaroh, I. S., Purnaweni, H., & Widodo, A. S. (2024). Media Massa dan Kontruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan UU IKN pada Media Online Tempo.co dan mediaindonesia.com). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 1. <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7754>
- Purnaningsih, N., Lu'lu' Raniah, D., Sriyanto, D. F., Azzahra, F. F., Pribadi, B. T., Tisania, A., Ayuka, I. R., Cahyani, Z., Komunikasi, D. S., Masyarakat, P., & Manusia, E. (2023). *Upaya Pencegahan dan Penanggulangan Stunting di Desa Muncanglarang, Kabupaten Tegal (Stunting Prevention and Countermeasures in Muncanglarang, Tegal)* (Vol. 5, Issue 1).
- Rizal Masdul, M., & Masdul, M. R. (2018). Komunikasi Pembelajaran Learning Communication. *Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 13, 1–9.
- Romdani, L. (2021). Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(2), 116. www.publikasi.unitri.ac.id
- Rorong, M. J. (2019). PENEMPATAN TEORI DALAM ILMU KOMUNIKASI (KAJIAN KEPUSTAKAAN DALAM PERSPEKTIF DEDUCTIVE-INTERPRETIVE). *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1).
- Sena Wahyu Purwanza, S. Kep. , Ners., M. K., Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S.E., M. M. , M.Si Ainul Mufidah, S., K., Santalia Banne Tondok, S. Kep. , Ns. , M. K., Retno Dewi Prisusanti, S. ST. , M., & Dr. Rasinus, M. Th. , M. P. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI*.
- Sugianto. (2021). Analisis Kebijakan Pencegahan Dan Penanggulangan Stunting Di Indonesia: Dengan Pendekatan What Is The Problem Represented To Be? *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL*, 1(3), 197–209. https://embiss.com/index.php/em_biss

S

