BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena kelangkaan minyak goreng di negara Indonesia menjadi isu serius akhir-akhir ini. Pasalnya, minyak goreng yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat mulai merangkak naik dan langka di tengah keadaan ekonomi yang belum stabil karena pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia. Kondisi ini tentu menambah beban masyarakat Indonesia. Dilansir dari www.cnnindonesia.com, kronologi permasalahan minyak goreng diawali dengan kenaikan harga minyak goreng dari Rp 14.000/liter menjadi Rp 20.000/liter di sebagian wilayah Indonesia. Kementrian Perdagangan menyatakan bahwa kenaikan ini dipicu oleh naiknya harga CPO (*Crude Palm Oil*) global karena gangguan pasokan minyak nabati di beberapa negara. Sehingga, permintaan CPO meningkat dan harga mulai naik. Pada 18 Januari 2022, Kemendag menerapkan kebijakan subsidi harga minyak goreng menjadi Rp 14.000/liter di toko ritel dan diikuti oleh pasar tradisional. Kebijkan tersebut menyebabkan pemerintah harus menggelontorkan dana Rp 7,6 triliun dengan kalkulasi Rp 250 juta/bulan atau Rp 1,5 miliar/6 bulan.

Kebijakan tersebut menyebabkan *panic buying* masyarakat Indonesia. Mereka rela antri demi mendapatkan minyak goreng dengan harga subsidi bahkan sampai menimbulkan korban jiwa karena kelelahan mengantri minyak goreng(Budi 2022). Pemerintah daerah di beberapa wilayah mengadakan pasar minyak goreng murah bersyarat KTP/KK dengan pembatasan pembelian hanya

1 liter. Kondisi ini mengindikasikan gagalnya penetapan kebijakan subsidi minyak goreng di Indonesia. Untuk mengatasi kondisi tersebut, Kemendag menetapkan kebijaan baru yakni DMO (*Domestic Market Obligation*) dan DPO (*Domestic Price Obligation*) pada 27 Januari 2022 (www.cnnindonesia.com).

Ironisnya kelangkaan minyak goreng tersebut terjadi di Indonesia yang diketahui merupakan negara dengan kekayaan perkebunan sawit terluas di dunia. Data Kementrian Pertanian pada tanggal 28 Januari 2022 menunjukkan luas lahan perkebunan kelapa sawit di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 14,5 juta hektar dan mengalami peningkatan pada tahun 2020 yakni 14,9 juta hektar. Kenaikan signifikan terjadi pada tahun 2021 yakni mencapai 15,1 juta hektar dengan persentase kenaikan sebesar 1,5%. Tren kenaikan tersebut dimulai dari tahun 2017 hingga 2021 dengan persebaran luas Perkebunan Besar Swasta (BPS) 8,42 juta hektar (55,8%), Perkebunan Rakyat (PR) 6,08 juta hektar (40,34%), dan Perkebunan Besar Negara (PBN) 579,6 ribu hektar (3,84%). Sehingga, tidak heran jika Indonesia menjadi penyumbang kelapa sawit terbesar dunia yakni mencapai 17,4 miliar atau setara 53,46% dengan total US$ 17,36 miliar pada tahun 2020 (www.databoks.katadata.co.id).

Ironi politik tersebut membentuk opini publik dalam menanggapi permasalahan minyak goreng di Indonesia. Hal ini tidak lepas dari media *online* yang menyuguhkan berbagai berita dengan sudut pandang masing-masing. Dalam membentuk opini publik, media online melaksanakan tiga metode yakni menggunakan simbol politik (*language of politic*), melakukan

fungsi media (*agenda setting function*), dan melakukan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*). Implementasi ketiga metode tersebut dipengaruhi oleh faktor internal media berupa kebijakan redaksional tertentu terkait dengan kekuatan politik, kepentingan politik para pengelola media, relasi media dengan kekuatan politik tertentu, dan faktor eksternal yang meliputi tekanan pasar pembaca dan sistem politik yang berlaku (Mutiarahmi 2019).

Media online yang menyuguhkan berita terkait dengan masalah minyak goreng adalah Okezone.com Cnnindonesia.com. Kedua media online tersebut tentulah menerapkan ketiga metode tersebut, salah satunya adalah *framing strategies* untuk meningkatkan pasar pembaca. Berita Okezone.com periode Sabtu, 9 April 2022 pukul 18:51 WIB bertajuk "Masalah Minyak Goreng di RI, Erick Tohir : Swasta Jangan Jadi Orang Asing" dan berita di kanal Cnnindonesia.com periode Minggu, 10 April 2022 pukul 12.00 WIB berjudul "Erick Tohir Sindir Swasta Soal Masalah Minyak Goreng : Jangan Jadi Orang Asing" tersebut menyuguhkan berita terkait dengan pernyataan Erick Tohir yang dinilai menyindir pihak swasta terkait dengan masalah minyak goreng.

Framing strategies yang diterapkan oleh kedua media online tersebut dapat dianalisis melalui analisis *framing.* Analisis *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan oleh penulis/jurnalis ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Mutiarahmi 2019). Konsep analisis *framing* pertama kali dicetuskan oleh Peter L.Berger dan Thomas Luckman seorang sosiolog yang menuliskan tesis berkaitan tentang konstruksi sosial atas realitas yang ada dalam masyarakat. Salah satu karya fenomenal adalah

manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis. Menurut Murray Edelman yang kita pahami mengenai realitas atau tentang dunia itu tergantung pada cara pandang dalam membingkai serta mengkonstruksikan realitas. Sebab, realitas yang memiliki kesamaan sangat meungkin bisa menjadi berbeda pada saat realitas itu dibingkai atau dikonstruksikan dengan cara yang berbeda (Wahyuddin 2021). Dari perspektif Murray Edelman tersebut menjadi pondasi penulis dalam melakukan analisis kedua media online tersebut yang memuat berita mengenai permasalahan minyak goreng.

Analisis *framing* telah diimplementasikan dalam penelitian terdahulu yakni penelitian yang dilaksanakan pada media Okezone.com dan Tribunnews.com dengan judul Analisis Framing Pada Media *Online* Okezone.com dan Tribunnews.com Dalam Pemberitaan Wacana *New Normal* di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara garis besar kedua media *online* tersebut menyuguhkan berita berkaitan dengan wacana *new normal* oleh presiden yang didasari oleh kepentingan ekonomi. Sedangkan, perbedaan kedua media tersebut terletak pada pemilihan narasumber. Okezone.com memilih pihak oposisi pemerintah yang awalnya menampilkan berita bernada kontra dan kemudian menunjukkan dukungan terhadap *new normal* dengan sudut pandang ilmiah. Sebaliknya, Tribunnews.com menyuguhkan berita dengan narasumber yang pro terhadap pemerintah Jokowi-Ma'ruf Amin yang dalam beritanya memuat persetujuan terhadap *new normal* (Kristiawati and Aisiyah Rachma Dewi 2021). Persamaan penelitian ini dan penelitian yang penulis laksanakan terletak pada

pemilihan media *online* yakni Okezone.com. Sedangkan, perbedaannya terletak pada topik berita yakni isu *new normal* dan jenis analisis yang digunakan yakni analisis William A. Gamson dan Andre Modigliani.

Penelitian kedua dengan judul Analisis Framing Pemberitaan Media Online Cnnindonesia.com dan Tvonenews.com Mengenai Kasus Driver Ojol Membawa Kabur Mackbook Rp 67 Juta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cnnindonesia.com memuat berita yang seakan ingin menggambarkan angsung bagaimana perasaaan korban dengan memuat langsung pernyataan korban. Sedangkan, Tvonenews memuat berita secara apa adanya dikarenakan tidak memuat pernyataan apapun dari narasumber (Simanjuntak and Setiawan 2022). Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pemilihan media *online* yakni Cnnindonesia.com. Perbedaannnya terletak pada topik pemberitaan penelitian ini terkait dengan kriminalitas dan analisis yang digunakan adalah analisis model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Penelitian ketiga berjudul Konstruksi Pemberitaan Tindakan Refresif Polisi Dalam Aksi Reformasi Dikorupsi (Analisis Framing Pada Cnnindonesia.com Edisi September-Oktober 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media Cnnindonesia lebih menonjolkan peristiwa dengan membingkai polisi sebagai pihak yang melanggar hukum akibat tindakannya dan masing-masing narasumber selaku perbincangan menyatakan sikapnya masing-masing, yang mana polisi menonjolkan sikap pembelaan diri dan aksi kecaman dari mahasiswa, serta simpati dari tokoh politik yang menjadi

narasumber (Riza 2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pemilihan media yakni Cnnindonesia.com. Sedangkan, perbedaannya terletak pada model analisis yakni analisis model Robert N. Entmant dan topik berita yang berkaitan dengan pemberitaan tindakan represif polisi dalam aksi reformasi dikorupsi.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengalisis topik permasalahan minyak goreng di Indonesia dalam media *online* Okezone.com dan Cnnindonesia.com dengan analisis framing model Murray Edelman. Sehingga, judul penelitian ini adalah "*Kontruksi Berita Pada Media Online Okezone.com dan Cnn Indonesia.com Tentang Masalah Minyak Goreng",*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

1. Bagaimana kontruksi berita online Okezone.com dan CnnIndonesia.com dalam persoalan kelangkaan minyak goreng?
2. Bagaimana framing berita online Okezone.com dan Cnnindonesia.com dalam analisis framing Murray Edelman?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui konstruksi framing berita online Okezone.com dan Cnnindonesia.com dalam persoalan minyak goreng.

2. Untuk mengetahui analisis framing Murray Edelman dalam berita online Okezone.com dan Cnnindonesia.com

D. Manfaat Penelitian

Penulis harap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoris maupun praktis.

1. Secara teoritis
   a. Memberikan tambahan ilmu khususnya terkait dengan implementasi framing model Murray Edelman.
   b. Menambah wawasan berkaitan dengan kajian framing model Murray Edelman dalam penerapan terhadap berita yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan peneliti untuk penelitian selanjutnya
2. Secara praktis
   a. Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai konstruksi framing Murray Edelman dalam berita Okezone.com dan Cnnindonesia.com.
   b. Mengungkapkan unsur politi berita masalah minyak goreng dari Okezone.com dan Cnnindonesia.com