

Framing Media atas Kebijakan Makan Bergizi Gratis dalam Pernyataan Prabowo pada Hari Buruh 2026

Harits Tryan Akhmad¹, Irandi Kasmara², Edison Bonartua Hutapea³

^{1,2,3} Paramadina Graduate School of Communication-Politic, Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

Email: harits.akhmad@students.paramadina.ac.id¹, irandi.kasmara@students.paramadina.ac.id², edison.bonartua@paramadina.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini menganalisis konstruksi framing empat media daring nasional Detik.com, Kompas.com, Fajar.co.id, dan Netralnews.com dalam meliput pernyataan Presiden Prabowo Subianto terkait program Makan Bergizi Gratis (MBG) pada peringatan Hari Buruh Internasional, 1 Mei 2026. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, penelitian ini menerapkan model analisis framing Robert N. Entman yang mencakup empat dimensi: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Analisis difokuskan pada judul berita sebagai elemen pembentuk persepsi paling dominan dalam ekosistem jurnalisme digital, mengingat kecepatan konsumsi informasi mendorong pembaca untuk membentuk opini berdasarkan judul semata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat media mengonstruksi realitas berbeda atas peristiwa yang sama: Netralnews.com menampilkan framing konfrontatif-dramatik yang paling menonjol dengan diksi emosional; Fajar.co.id menggunakan framing konfrontatif-populis yang menekankan solidaritas kolektif buruh; Detik.com menerapkan framing faktual-kontekstual yang relatif netral; sementara Kompas.com menggunakan framing dialogis-institusional yang memosisikan Prabowo sebagai figur otoritatif. Perbedaan ini mencerminkan ideologi dan kebijakan redaksional masing-masing media. Penelitian ini menegaskan bahwa konstruksi realitas dalam jurnalisme digital berperan signifikan membentuk persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah, sekaligus menggarisbawahi urgensi peningkatan literasi media agar masyarakat mampu membaca dan mengevaluasi framing secara kritis.

Kata Kunci: Analisis Framing, Makan Bergizi Gratis, Jurnalisme Digital, Konstruksi Realitas, Hari Buruh 2026

Abstract

This study analyzes the framing construction of four national online media outlets Detik.com, Kompas.com, Fajar.co.id, and Netralnews.com in covering President Prabowo Subianto's statement on the Free Nutritious Meals (MBG) program during the International Labour Day commemoration on May 1, 2026. Using a qualitative approach within a constructivist paradigm, this study applies Robert N. Entman's framing analysis model encompassing four dimensions: define problems, diagnose causes, make moral judgement, and treatment recommendation. The analysis focuses on news headlines as the most dominant element shaping reader perception within the digital journalism ecosystem, given that the speed of information consumption encourages readers to form opinions based on headlines alone. The findings reveal that the four media outlets constructed different realities of the same event: Netralnews.com presented the most prominent confrontational-dramatic frame through emotional diction; Fajar.co.id employed a confrontational-populist frame emphasizing the collective solidarity of workers; Detik.com applied a relatively neutral factual-contextual frame; while Kompas.com used a dialogic-institutional frame positioning Prabowo as an authoritative figure. These differences reflect the distinct ideologies and editorial policies of each outlet. This study affirms that reality construction in digital journalism plays a significant role in shaping public perception of government policy, while underscoring the urgency of improving media literacy so that audiences can critically read and evaluate media framing.

Keywords: Framing Analysis, Free Nutritious Meals, Digital Journalism, Reality Construction, Labour Day 2026

1. PENDAHULUAN

Dalam ekosistem jurnalisme digital yang berkembang pesat, judul berita tidak hanya berfungsi sebagai pembuka informasi, tetapi juga menjadi alat strategis yang memengaruhi cara publik memahami suatu peristiwa. Kondisi ini menjadi semakin penting ketika pemberitaan berkaitan dengan kebijakan pemerintah yang berdampak langsung pada masyarakat, karena pemilihan kata tertentu dapat mengubah atau menggeser makna yang diterima oleh publik secara signifikan (Eliya, 2019).

Penelitian ini berangkat dari peristiwa yang terjadi pada 1 Mei 2026, ketika Presiden Prabowo Subianto menyampaikan pidato di hadapan puluhan ribu buruh dalam peringatan Hari Buruh Internasional di kawasan Monas, Jakarta. Dalam pidatonya, Prabowo melontarkan pertanyaan retorik kepada massa, “*Kita juga beri MBG. Saya tanya, MBG bermanfaat atau tidak?*” yang kemudian dijawab mayoritas buruh dengan teriakan keras, “*Tidak!*”. Momen tersebut dengan cepat menjadi viral dan mendapat perhatian luas dari berbagai media daring nasional.

Peristiwa yang sama selanjutnya dikonstruksi secara berbeda oleh Detik.com, Kompas.com, Fajar.co.id, dan Netralnews.com. Perbedaan penyusunan judul berita, meskipun merujuk pada kejadian identik, menunjukkan adanya variasi dalam pilihan editorial yang berpotensi membentuk makna sekaligus memengaruhi persepsi pembaca (Eriyanto, 2022).

Penelitian sebelumnya oleh Handayani dkk. (2025) menggunakan model framing Pan & Kosicki untuk menganalisis konstruksi citra Prabowo di Detik.com. Selain itu, penelitian Khasanah & Siroj (2025) mengkaji kecenderungan keberpihakan Kompas.com dan Detik.com dalam pemberitaan MBG. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus membahas framing pada tingkat judul berita melalui perbandingan lintas media terhadap pernyataan spontan elite politik dalam konteks kebijakan publik yang sedang berlangsung.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis framing Robert N. Entman (1993) yang mencakup empat dimensi: (1) *Define Problems*, (2) *Diagnose Causes*, (3) *Make Moral Judgement*, dan (4) *Treatment Recommendation*. Penelitian ini bertujuan menjawab tiga pertanyaan utama: pertama, bagaimana masing-masing media mengonstruksi makna pernyataan Prabowo melalui judul berita; kedua, frame apa yang paling dominan digunakan; dan ketiga, bagaimana implikasi perbedaan framing tersebut terhadap pembentukan persepsi publik terkait kebijakan MBG.

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Teori Framing Media

Analisis framing merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami cara media membentuk atau membingkai realitas, baik terkait peristiwa, tokoh, maupun kelompok tertentu. Dalam proses tersebut, realitas sosial tidak ditampilkan secara netral atau apa adanya, tetapi dikonstruksi melalui makna tertentu sehingga suatu peristiwa dipahami berdasarkan sudut pandang yang dibangun media (Eriyanto, 2022).

Dalam ranah komunikasi politik, framing berperan penting sebagai instrumen yang dimanfaatkan aktor politik untuk memperebutkan makna dominan atas suatu isu, memengaruhi opini publik, serta membentuk persepsi terhadap figur maupun kebijakan tertentu.

Secara umum, terdapat empat model framing yang sering digunakan dalam analisis media, yaitu model Murray Edelman, model Robert N. Entman, model William A. Gamson & Modigliani, serta model Zhongdang Pan & Gerald Kosicki. Penelitian ini memilih menggunakan model Entman karena dinilai lebih relevan dalam mengungkap konstruksi makna pada bentuk teks yang singkat dan padat, seperti judul berita.

1.2 Teori Framing Robert Entman

Robert N. Entman merupakan salah satu tokoh yang merintis landasan analisis framing dalam kajian isi media. Gagasannya tentang framing dituangkan dalam artikel yang dipublikasikan untuk *Journal of Political Communication*, serta dikembangkan lebih lanjut melalui tulisan lain yang mengaplikasikan konsep tersebut dalam studi kasus pemberitaan media. Robert N. Entman

mengemukakan empat unsur utama untuk mengidentifikasi kerangka yang dipakai media dalam proses framing, yang dapat dijelaskan sebagai berikut : (Eriyanto, 2022).

1. *Define Problems* (Mendefinisikan Masalah): Elemen ini bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai Apa? Atau sebagai masalah apa?
2. *Diagnose Causes* (Mendiagnosis Penyebab Masalah): Elemen ini bagaimana peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
3. *Make Moral judgement* (Membuat Keputusan Moral): Elemen ini melihat bagaimana nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi untuk mendelegitimasi suatu tindakan?
4. *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian): Elemen ini bagaimana penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Keempat elemen ini tidak selalu hadir secara eksplisit dalam setiap teks berita, namun secara bersama-sama membentuk konstruksi realitas yang coba ditampilkan oleh media kepada pembacanya.

1.3 Konstruksi Realitas Media

Media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana yang merefleksikan realitas secara apa adanya. Dalam praktiknya, terdapat berbagai tahapan, mulai dari proses peliputan, penyuntingan, hingga pemilihan diksi, gaya bahasa, serta penentuan judul berita yang turut memengaruhi pembentukan realitas.

Mulyana mengutip (dalam Wazis, 2018) menjelaskan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mengonstruksi realitas berdasarkan persepsi dan sudut pandang subjektif para pelaku media, seperti wartawan, editor, maupun pimpinan redaksi. Dengan demikian, realitas yang diterima oleh publik pada dasarnya merupakan hasil interpretasi dan konstruksi makna, bukan gambaran objektif sepenuhnya dari suatu peristiwa.

1.4 Framing Judul Berita

Pemilihan kata, susunan kalimat, serta keberadaan atau ketiadaan respons dari subjek tertentu dalam judul berita berpengaruh langsung terhadap cara pembaca memahami dan menafsirkan suatu peristiwa (Eliya, 2019).

Dalam ekosistem jurnalisme digital, judul berita menjadi bagian pertama yang diakses oleh pembaca, bahkan tidak jarang menjadi satu-satunya informasi yang mereka baca. Kondisi tersebut menjadikan judul berita sebagai ruang yang sangat strategis dalam proses konstruksi makna, sekaligus rentan digunakan untuk membentuk framing yang cenderung bias.

1.5 Media Online dan Karakteristik Media yang Diteliti

Media online sebagai salah satu bentuk media yang berkembang pesat saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Kehadirannya banyak dimanfaatkan untuk memperoleh informasi secara cepat dan praktis. Suryawati (2014, h. 46) menyatakan bahwa media online merupakan sarana komunikasi yang memanfaatkan jaringan internet. Meskipun tergolong baru, pertumbuhannya sangat pesat dan kini menjadi alternatif utama bagi masyarakat dalam mengakses informasi dan berita.

Keempat media tersebut dipilih dengan mempertimbangkan representasi skala nasional, regional, serta perbedaan segmen pembaca yang dituju. Detik.com dikenal sebagai portal berita dengan tingkat kunjungan tertinggi di Indonesia yang mengutamakan kecepatan penyajian informasi dan pendekatan berbasis fakta. Sementara itu, Kompas.com sebagai platform digital dari Harian Kompas cenderung menonjolkan jurnalisme yang berimbang dan analitis.

Di sisi lain, Fajar.co.id sebagai media regional yang berbasis di Sulawesi Selatan memiliki kecenderungan lebih dekat dengan isu-isu lokal dan populis. Adapun Netralnews.com mengklaim diri sebagai media independen, meskipun dalam praktik pemberitaannya sering menghadirkan framing yang lebih kritis terhadap pemerintah.

2. METODE PENELITIAN

Secara spesifik, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Secara metodologis, penelitian ini mengaplikasikan analisis framing model Robert N. Entman (1993) yang telah banyak digunakan dalam kajian jurnalisme dan komunikasi politik di Indonesia maupun internasional.

Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengungkap bagaimana media mengkonstruksi realitas melalui pemilihan elemen-elemen tekstual tertentu. Menurut Sugiyono (2018) Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.

Objek dalam penelitian ini berupa empat judul berita yang dipublikasikan pada 1 Mei 2026 oleh Detik.com, Kompas.com, Fajar.co.id, dan Netralnews.com. Seluruh judul berita tersebut mengangkat peristiwa yang sama, yakni pernyataan Presiden Prabowo Subianto mengenai program MBG saat berpidato di hadapan massa buruh dalam peringatan Hari Buruh Internasional 2026 di kawasan Monas, Jakarta.

Pemilihan empat media tersebut didasarkan pada pertimbangan representasi skala media (nasional dan regional), keberagaman segmen pembaca, serta ketersediaan artikel yang dapat diakses dan diverifikasi.

Unit analisis penelitian mencakup unsur linguistik dan naratif yang terdapat dalam judul berita, meliputi: (1) pemilihan kata atau diksi, (2) struktur sintaksis kalimat, (3) keberadaan maupun ketiadaan kutipan langsung, (4) ada atau tidaknya respons dari massa buruh, serta (5) penekanan terhadap aktor maupun tindakan tertentu.

Tabel 1. Instrumen Analisis Framing Robert N. Entman

Dimensi Entman	Pertanyaan Kunci	Indikator Analisis dalam Judul Berita
Define Problems	Bagaimana suatu isu didefinisikan?	Identifikasi kata/frasa yang mendefinisikan MBG sebagai masalah atau bukan masalah
Diagnose Causes	Apa atau siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah?	Identifikasi aktor yang disalahkan atau diposisikan sebagai penyebab
Make Moral Judgement	Nilai moral apa yang disajikan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?	Identifikasi muatan evaluatif: diksi emosional, konotasi, tanda baca
Treatment Recommendation	Penyelesaian apa yang ditawarkan atau diimplikasikan?	Identifikasi saran, tuntutan, atau rekomendasi yang tersurat/tersirat dalam judul

Data penelitian diperoleh melalui metode dokumentasi dan penelusuran langsung terhadap artikel berita dari keempat media tersebut. Judul berita digunakan sebagai data utama, sementara isi artikel berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkaya konteks analisis. Data tambahan dikumpulkan melalui studi pustaka terhadap berbagai literatur relevan, seperti kajian analisis framing, isu MBG, serta jurnalisme digital di Indonesia.

Proses analisis dilakukan dalam tiga tahap. Pertama, mengidentifikasi elemen-elemen tekstual yang menonjol pada setiap judul berita. Kedua, menafsirkan framing berdasarkan empat perangkat analisis Entman. Ketiga, melakukan perbandingan antar media untuk menemukan pola perbedaan framing. Untuk menjaga validitas, dilakukan triangulasi data dengan mencocokkan hasil analisis judul terhadap isi keseluruhan artikel, serta triangulasi teori dengan mengacu pada perspektif konstruksi realitas media (Wazis, 2018) dan teori agenda-setting untuk memastikan konsistensi interpretasi framing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Rekonstruksi Peristiwa: Konteks Pemberitaan

Pada 1 Mei 2026, peringatan Hari Buruh Internasional diselenggarakan di kawasan Monumen Nasional (Monas), Jakarta Pusat. Dalam kesempatan tersebut, Presiden Prabowo Subianto hadir dan

menyampaikan pidato di hadapan massa dari panggung utama. Saat membahas berbagai program sosial pemerintah, termasuk program Makan Bergizi Gratis (MBG), ia secara spontan melontarkan pertanyaan retorik kepada para buruh: “Kita juga beri MBG. Saya tanya ke saudara-saudara, MBG bermanfaat atau tidak?”

Pertanyaan tersebut kemudian dijawab oleh mayoritas massa dengan seruan lantang dan serempak, “Tidak!”. Momen itu dengan cepat menjadi viral di media sosial serta menarik perhatian berbagai media daring nasional untuk meliputnya.

3.2 Analisis Framing Netralnews.com

Judul berita Netralnews.com: “Prabowo Tanya MBG Bermanfaat? Buruh Teriak ‘Tidak!’”

Kutipan langsung dari isi berita Netralnews.com:

“Kita juga beri MBG. Saya tanya ke saudara-saudara, MBG bermanfaat atau tidak?” kata Prabowo. “Tidak,” teriak buruh

Terdapat kontradiksi mencolok antara isi dan judul berita: paragraf pembuka menyebut respons buruh sebagai “positif”, namun judul menggunakan diksi “Teriak’ Tidak’!” yang berkonotasi negatif-konfrontatif. Ketidakselarasan ini justru memperkuat interpretasi bahwa framing Netralnews.com secara sengaja memilih sudut dramatisasi pada judul untuk menarik perhatian pembaca, terlepas dari nuansa yang lebih kompleks di dalam tubuh berita.

Tabel 2. Analisis Judul Netralnews.com

Define Problems:	MBG diposisikan sebagai objek pertanyaan yang keabsahannya diragukan oleh 1593eputu.
Diagnose Causes:	Pertanyaan Prabowo ditafsirkan sebagai pemantik konflik antara otoritas negara dan kehendak buruh.
Make Moral Judgement:	Diksi “Teriak” (huruf kapital) memberikan konotasi kemarahan dan kerasnya penolakan secara kolektif.
Treatment Recommendation	MBG perlu dievaluasi secara mendasar berdasarkan suara rakyat langsung.

Gaya framing Netralnews.com tampak menonjol melalui pendekatan yang cenderung konfrontatif. Pemakaian tanda tanya (“Bermanfaat?”) setelah pernyataan Prabowo Subianto memberi adanya keraguan terhadap validitas klaim manfaat MBG. Di sisi lain, penggunaan kata “Teriak” dalam huruf kapital serta tanda kutip pada “Tidak!” berfungsi sebagai bentuk dramatisasi yang menegaskan penolakan buruh sebagai respons kolektif yang kuat dan tegas.

Diksi “Teriak” alih-alih “jawab”, “serukan”, atau “sampaikan” memuat muatan emosional yang lebih tinggi. Dalam komunikasi massa sebagaimana dikemukakan oleh Bitner merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Wahyuni, 2014). Dengan demikian, Netralnews.com melalui konstruksi judulnya memosisikan peristiwa ini sebagai konfrontasi antara otoritas negara dengan kehendak rakyat buruh. Namun Netralnews.com memilih untuk menonjolkan aspek penolakan sebagai satu-satunya narasi yang merepresentasikan respons buruh.

3.3 Analisis Framing Fajar.co.id

Judul Berita: Fajar.co.id berbunyi: “Prabowo Bertanya MBG Bermanfaat atau Tidak? Buruh di Monas Serentak Teriak: Tidak!”

Kutipan langsung dari isi berita:

“Kita juga memberi MBG. Saya bertanya, MBG bermanfaat atau tidak?,” tanya Prabowo. “Tidaaaaaak,” jawab para buruh dengan serentak.

Tabel 3. Analisis Judul Berita Fajar.co.id

Define Problems:	Kesenjangan antara kebijakan pemerintah dan penerimaan masyarakat buruh sebagai inti masalah.
Diagnose Causes:	Program MBG dianggap tidak menjawab kebutuhan nyata kaum buruh.
Make Moral Judgement:	Kata “Serentak” memperkuat citra kesatuan dan kolektivitas penolakan buruh. Diksi “Teriak” (huruf kapital) memberikan konotasi kemarahan dan kerasnya penolakan secara kolektif.
Treatment Recommendation	Kata “Serentak” memperkuat citra kesatuan dan kolektivitas penolakan buruh.

Fajar.co.id menampilkan judul terpanjang dibandingkan tiga media lainnya, mencerminkan kecenderungan jurnalisme yang tidak hanya menekankan kelengkapan fakta, tetapi juga unsur dramatisasi.

Kata “Serentak” merepresentasikan solidaritas kelas yang terorganisasi, bukan sekadar reaksi spontan individu. Istilah “Serentak” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bersama-sama melakukan sesuatu (KBBI, 2026). Dalam konteks tersebut, kata “Serentak” ini memiliki bobot makna yang kuat karena merepresentasikan solidaritas kelas yang terorganisasi, bukan sekadar reaksi spontan individu. Penyebutan setuju “di Monas” menambah dimensi geografis sekaligus nilai simbolik bahwa penolakan berlangsung di pusat ibu kota dan di depan ikon kebanggaan nasional.

3.4 Analisis Framing Detik.com

Judul berita Detik.com berbunyi: “Prabowo Tanya Buruh di May Day: MBG Bermanfaat atau Tidak?”

Kutipan langsung dari isi berita:

“Kita juga beri perlindungan sosial yang sangat besar. Tahun ini kita berikan untuk rakyat berpenghasilan rendah sebesar Rp 500 triliun,” kata Prabowo dalam pidatonya.

“Kita juga beri MBG. Saya tanya ke saudara-saudara, MBG bermanfaat atau tidak?” tanya Prabowo disambut sahutan massa buruh.

Tabel 4. Analisis Judul Berita Detik.com

Define Problems:	Pertanyaan tentang manfaat MBG dalam konteks Hari Buruh tanpa respons massa.
Diagnose Causes:	Prabowo sebagai 1594eput yang mengajukan pertanyaan dalam forum publik
Make Moral Judgement:	Tidak ada penilaian moral eksplisit; judul bersifat netral-informatif.
Treatment Recommendation	Tidak ada rekomendasi eksplisit; sepenuhnya deskriptif.

Detik.com menampilkan framing yang Keputusan paling netral. Pilihan editorial untuk tidak menyertakan respons buruh menjadi keputusan framing penting peristiwa hanya digambarkan sebagai aksi satu pihak tanpa konfrontasi.

Pendekatan ini sejalan dengan temuan Khasanah & Siroj (2025) bahwa Detik.com cenderung mengedepankan gaya pemberitaan yang lebih kontekstual. Penambahan konteks “di May Day” memberikan informasi temporal yang tidak muncul pada judul media lain.

3.5 Analisis Framing Kompas.com

Judul berita Kompas.com berbunyi: “Prabowo di Depan Massa Buruh: MBG Bermanfaat atau Tidak?”

Kutipan langsung dari isi berita:

“Saya bertanya kepada saudara-saudara, MBG bermanfaat atau tidak? MBG itu sangat penting untuk anak-anak kita,” kata Prabowo dalam acara Hari Buruh Internasional di Lapangan Monas, Jakarta, Jumat (1/5/2026)

Tabel 5. Analisis Judul Berita Kompas.com

Define Problems:	Hubungan kekuasaan antara presiden dan massa rakyat sebagai masalah sentral.
Diagnose Causes:	Kehadiran fisik Prabowo di hadapan buruh menentukan dinamika peristiwa
Make Moral Judgement:	Framing menunjukkan relasi kuasa vertikal; Prabowo sebagai figur otoritatif.
Treatment Recommendation	Dialog antara pemerintah dan rakyat diperlukan dalam proses kebijakan.

Kompas.com menampilkan konstruksi judul yang menonjol, terutama dalam cara menggambarkan relasi kekuasaan. Frasa “di Depan Massa Buruh” menjadi pembeda utama dibandingkan tiga media lainnya. Secara sintaksis, frasa ini menempatkan Prabowo Subianto sebagai subjek yang berada di posisi depan, yang secara implisit juga menunjukkan posisi lebih tinggi di hadapan para buruh.

Dalam konteks pidato publik, ungkapan “di depan” merepresentasikan posisi otoritatif: satu pihak berbicara, sementara pihak lain mendengarkan. Dengan demikian, konstruksi ini secara tidak langsung menggambarkan peristiwa sebagai relasi vertikal antara pemimpin dan massa, alih-alih interaksi horizontal antarwarga.

Selain itu, penggunaan istilah “massa buruh” (bukan sekadar “buruh”) menghadirkan nuansa kolektivitas yang berbeda. Kata “massa” menyiratkan kumpulan besar yang bertindak sebagai satu kesatuan, sehingga memperkuat kesan skala dan pentingnya peristiwa tersebut. Hal ini juga selaras dengan isi pemberitaan Kompas.com yang menyebut adanya beragam respons dari buruh, sehingga menunjukkan kecenderungan framing yang lebih berimbang tanpa menonjolkan penolakan sebagai satu-satunya reaksi.

Tabel 6. Perbandingan Framing Empat Media Berdasarkan Elemen Entman

Elemen Framing Entman	Netralnews.com	Fajar.co.id	Detik.com	Kompas.com
<i>Define Problems</i>	MBG diragukan manfaatnya; tanda tanya menonjolkan keraguan	Kesenjangan kebijakan vs. kebutuhan buruh	MBG dalam konteks Hari Buruh; tanpa respons buruh	Relasi kuasa presiden di hadapan massa buruh
<i>Diagnose Causes</i>	Pertanyaan Prabowo sebagai pemantik konflik	Program MBG tidak menjawab kebutuhan nyata buruh	Prabowo sebagai aktor dalam forum publik	Kehadiran fisik Prabowo di depan buruh menentukan dinamika
<i>Make Moral Judgement</i>	Diksi “Teriak” (kapital) berkonotasi kemarahan, penolakan keras	Kata “Serentak” memperkuat solidaritas dan kolektivitas penolakan	Netral-informatif; tidak ada penilaian moral eksplisit	Relasi kuasa vertikal; Prabowo sebagai figur otoritatif
<i>Treatment Recommendation</i>	MBG perlu dievaluasi berdasarkan suara rakyat langsung	Pemerintah perlu mendengar suara buruh secara serius	Tidak ada rekomendasi; sepenuhnya deskriptif	Dialog antara pemerintah dan rakyat diperlukan
<i>Orientasi Framing</i>	Konfrontatif-dramatik	Konfrontatif-populis	Faktual-kontekstual (netral)	Dialogis-institusional

3.6 Diskusi

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa konstruksi judul berita bukan sekadar pilihan teknis jurnalistik, melainkan cerminan dari identitas, orientasi politik, dan kepentingan editorial masing-masing media. Hal ini sejalan dengan argumen McQuail (2011) bahwa kebebasan media pada dasarnya adalah kesempatan untuk mengekspresikan ide dan pandangan mengenai dunia.

Kecenderungan Netralnews.com dan Fajar.co.id mengadopsi framing konfrontatif dapat dipahami dalam konteks persaingan menarik perhatian pembaca di industri media digital. Fenomena jurnalisme clickbait penggunaan judul yang memancing klik kini semakin melekat pada media online termasuk media mainstream (Romli, 2018).

Di sisi lain, pilihan editorial tersebut juga mencerminkan orientasi yang lebih kritis terhadap pemerintah, relevan dengan segmen pembaca yang skeptis terhadap kebijakan MBG.

Framing Detik.com yang lebih netral konsisten dengan posisinya sebagai portal berita dengan audiens terluas dan paling beragam di Indonesia. Dengan pembaca yang heterogen, Detik.com memiliki insentif untuk menghindari framing konfrontatif yang berpotensi mengaleneasi sebagian segmennya. Sementara itu, Kompas.com menunjukkan gaya pemberitaan dialogis yang berfokus pada institusi, sesuai dengan tradisi jurnalisme analitis Kompas Group.

Dari perspektif konstruksi realitas media (Wazis, 2018) dan teori agenda-setting, perbedaan framing ini menegaskan bahwa tidak ada realitas tunggal dalam pemberitaan media. Setiap media membentuk versi realitasnya sendiri sesuai sudut pandang dan kepentingan yang dimiliki. Dalam konteks demokrasi, keberagaman framing seharusnya menjadi peluang bagi publik untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif namun hal ini hanya terwujud apabila masyarakat memiliki literasi media yang memadai untuk membaca dan membandingkan berbagai bingkai secara kritis.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa satu peristiwa yang sama dapat menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda secara signifikan ketika dibingkai oleh media yang berbeda. Berdasarkan analisis framing model Robert N. Entman terhadap judul berita dari empat media daring nasional, ditemukan adanya kecenderungan orientasi framing yang khas pada masing-masing media.

Netralnews.com cenderung menggunakan framing konfrontatif-dramatis yang paling kuat, terlihat dari penggunaan diksi dengan muatan emosional tinggi seperti “Teriak”, pemakaian tanda tanya yang memberi kesan keraguan terhadap validitas program MBG, serta adanya ketidaksesuaian antara judul dan isi berita yang menunjukkan kemungkinan dramatisasi editorial secara sengaja.

Sementara itu, Fajar.co.id menerapkan framing konfrontatif-populis yang dibangun secara konsisten mulai dari judul hingga isi berita. Hal ini tampak melalui penekanan pada kolektivitas penolakan buruh lewat kata “Serentak” dan visualisasi intensitas respons massa melalui penulisan “Tidaaaaaaak”, yang merepresentasikan solidaritas kelas secara terorganisasi.

Di sisi lain, Detik.com memperlihatkan framing faktual-kontekstual yang relatif lebih netral. Penghilangan respons buruh dalam judul serta penambahan konteks anggaran Rp500 triliun dalam isi berita dapat dipahami sebagai keputusan editorial untuk menempatkan program MBG dalam narasi pencapaian pemerintah yang lebih luas. Adapun Kompas.com menggunakan framing dialogis-institusional dengan menempatkan Prabowo sebagai figur otoritatif melalui konstruksi kalimat “di Depan Massa Buruh”.

Selain itu, Kompas.com menjadi satu-satunya media yang memuat pernyataan argumentatif Prabowo, yaitu “MBG itu sangat penting untuk anak-anak kita”, sehingga pertanyaan retorik yang muncul tidak hanya diposisikan sebagai konfrontasi, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi yang lebih dialogis.

Perbedaan pola framing pada keempat media tersebut tidak dapat dipandang semata-mata sebagai variasi teknis jurnalistik, melainkan mencerminkan identitas ideologis, orientasi politik, serta strategi editorial masing-masing media dalam membentuk makna atas suatu isu kebijakan publik. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi politik di Indonesia dengan menegaskan bahwa perebutan makna tidak hanya berlangsung pada keseluruhan isi berita, tetapi telah dimulai sejak judul berita sebagai titik awal interaksi antara media dan pembaca dalam ekosistem jurnalisme digital.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi model framing Entman untuk menganalisis unit teks yang singkat, tetapi mengandung muatan ideologis yang kuat, seperti judul berita. Dari sisi praktis, penelitian ini menyoroti pentingnya peningkatan literasi media di masyarakat. Pemahaman bahwa satu peristiwa dapat dikonstruksi secara berbeda oleh berbagai media diharapkan mendorong publik agar tidak hanya bergantung pada satu sumber informasi, melainkan aktif membandingkan, mengkritisi, dan mengevaluasi berbagai bingkai pemberitaan sebelum membentuk opini terhadap kebijakan pemerintah.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar analisis tidak terbatas pada judul berita, tetapi diperluas hingga keseluruhan isi berita guna memperoleh gambaran framing yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian mengenai respons audiens terhadap perbedaan framing misalnya melalui analisis komentar pembaca atau survei persepsi dapat menjadi pengembangan penting untuk memahami dimensi resepsi yang masih relatif jarang dikaji dalam studi framing media digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2026). Serentak. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. Diambil dari kemendikdasmen.go.id (Diakses pada 5 Mei 2026).
- Detikcom. (2026, Mei 1). Prabowo Tanya Buruh di May Day: MBG Bermanfaat atau Tidak. <https://news.detik.com/berita/d-8469929/prabowo-tanya-buruh-di-may-day-mbg-bermanfaat-atau-tidak>
- Eliya. (2019). Framing: Jurus Slick Menjebak Pembaca. Lontar Digital Asia
- Eriyanto. (2022). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. LKIS Yogyakarta
- Fajar.co.id. (2026, Mei 1). Prabowo Bertanya MBG Bermanfaat atau Tidak? Buruh di Monas Serentak Teriak: Tidak!. <https://fajar.co.id/2026/05/01/prabowo-bertanya-mbg-bermanfaat-atau-tidak-buruh-di-monas-serentak-teriak-tidak/>
- Hesty Handayani, Nurliah, Silviana Purwanti, Johantan Alfando WS. (2025). Analisis Framing Prabowo Subianto Sebagai Capres ‘Gemoy’ pada Pilpres 2024 di Detik.com. DOI: <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v7i2.5407>
- Kompas.com. (2026, Mei 1). Prabowo di Depan Massa Buruh: MBG Bermanfaat atau Tidak?. <https://nasional.kompas.com/read/2026/05/01/10163541/prabowo-di-depan-massa-buruh-mbg-bermanfaat-atau-tidak>
- Mc Quail, Dennis. (2011). Teori Komunikasi Massa. Salemba Humanika
- Netralnews.com. (2026, Mei 1). Prabowo Tanya MBG Bermanfaat? Buruh Teriak “Tidak”!. <https://www.netralnews.com/prabowo-tanya-mbg-bermanfaat-buruh-teriak-tidak/MFA3SFhYU3VRR3ZvTHozdHdvVFBLUT09>
- Romli, Asep Syamsul M. (2018). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Nuansa Cendekia
- Rosidin, Asep Bidin, & Hamid, Abdul. (2020). Media Online Dan Kerja Digital Public Relations Politik Pemerintah Dki Jakarta. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 19(2), 164–174. <https://doi.org/10.32509/.v19i2.1046>
- Sofia Nur Khasanah1, Muhammad Badrus Siroj. (2025). Analisis Wacana Kritis atas Keberpikahan Media Kompas.com dan Detik.com pada Pemberitaan Program Makanan Bergizi Gratis (MBG) oleh Prabowo Subianto. DOI: <https://doi.org/10.47467/edu.v5i3.10362>
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Wahyuni, Isti Nursih. (2014). Komunikasi Massa. Graha Ilmu
- Wazis, Kun. (2018). Kontruksi Realitas Media Massa. Suluh Media
- Wulansari, Defita. (2021). Media Massa dan Komunikasi. Mutiara Aksara

Halaman ini dikosongkan