

**Analisis *Framing* Berita Banjir DKI Jakarta Pada
Media *Kompas.com* Periode 1 - 14 Januari 2020**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Oleh:

**TOHARUDDIN
07031281520176**

Konsentrasi Jurnalistik

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Analisis Framing Berita Banjir DKI Jakarta Pada Media Kompas.com
Periode 1-14 Januari 2020”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Toharuddin

07031281520176

Pembimbing I

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan



Tanggal


Pembimbing II

Oemar Madri Bafadhal, S.Ikom, M.Si

NIP. 199208222018031001



Mengetahui,
Ketua Jurusan,


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
Nip. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“ANALISIS FRAMING BERITA BANJIR DKI JAKARTA PADA
MEDIA KOMPAS.COM PERIODE 1-14 JANUARI 2020”**

Skripsi

Oleh :

TOHARUDDIN

07031281520176

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 28 Juli 2021**

Pembimbing :

1 Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

2 Oemar Madri Bafadhal, M.Ikom
NIP. 199208222018031001

Penguji :

1 Hoirun Nisyak S.Pd, M.Pd
NIP. 197803022002122002

2 Krisna Murti, S.Ikom, MA
NIP. 198807252019031010

Tanda Tangan

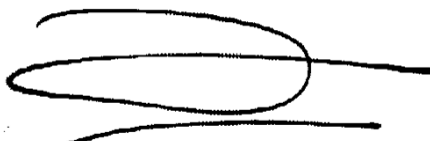


Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Toharuddin**
NIM : **07031281520176**
Tempat dan Tanggal Lahir : Laru Bolak, 05 April 1997
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Framing Berita Banjir DKI Jakarta Pada Media Kompas.com Periode 1-14 Januari 2020

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

- 1 Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
- 2 Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



Toharuddin
NIM. 07031281520176

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Framing Berita Banjir DKI Jakarta Pada Media Kompas.com Periode 1 - 14 Januari 2020”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Ucapan terima kasih kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya. Kemudian apresiasi serta ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memfasilitasi dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaiff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. Kgs, M. Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Dr. Andries Lionardo, S.IP.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku dosen Pembimbing skripsi I.
5. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi II.
6. Seluruh Dosen, Staf dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Indralaya, Juli 2020

Toharuddin
07031281520176

ABSTRAK

Tahun 2020 tepatnya pada bulan Januari diawali dengan terjadinya bencana banjir di wilayah DKI Jakarta. Peristiwa ini ramai diberitakan oleh media massa, salah satunya Kompas.com. Penelitian ini akan membahas mengenai pbingkai berita terkait peristiwa banjir Jakarta Januari 2020 pada portal berita online Kompas.com. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana *framing* pemberitaan yang dilakukan oleh Kompas.com dalam memberitakan peristiwa bencana banjir Januari 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis *framing* model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *framing* yang dilakukan oleh Kompas.com terhadap pemberitaan banjir Jakarta Januari 2020 ialah Kompas.com cenderung mengarah pada ketidakberdayaan dan ketidakseriusan pemerintah dalam menangani bencana banjir.

Kata Kunci: Banjir Jakarta 2020, konstrukri realitas, *framing*

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, Ms.i
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II



Oemar Madri Bafadhal, S.Ikom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Indralaya, Juli 2021

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

The year 2020, precisely in January, began with the occurrence of a flood disaster in the DKI Jakarta. This incident was widely reported by the mass media, one of which was Kompas.com. This research will discuss the framing of news related to the January 2020 Jakarta flood on the online news Kompas.com. This research aims to describe how the news framing carried out by Kompas.com in reporting the January 2020 flood disaster. This reasearch used framing analysis Zhondang Pan and Gerald M. Kosicki models. The results of this research indicate that the framing carried out by Kompas.com on the January 2020 Jakarta flood news is that Kompas.com tends to to lead to the government's powerlessness and lack of seriousness in dealing with flood disasters.

Keywords: *Jakarta flood 2020, construction political realities, framing*

Advisor I



Dr. Retna Mahriani, Ms.i
NIP. 196012091989122001

Advisor II



Oemar Madri Bafadhal, S.Ikom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Indralaya, Juli 2021

Head of Department, Communication Science
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah.....	9
1.2 Tujuan Penelitian	9
1.3 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Media Massa	10
2.1.2 Media Online	11
2.1.3 Pengertian Berita	12
2.1.4 Bencana Banjir	13
2.1.5 Jurnalisme Bencana	13
2.1.6 Pembingkaiian atau <i>Framing</i>	15
2.2 Teori Yang Digunakan.....	16
2.2.1 Analisis <i>Framing</i> Model Pan dan Kosicki.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian	23

3.2 Definisi Konsep	24
3.2.1 Bencana Banjir	24
3.2.2 Analisis Framing	24
3.2.3 Berita	26
3.2.4 Media Online	26
3.3 Fokus Penelitian	27
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.5 Data dan Sumber Data	28
3.5.1 Data	28
3.5.2 Sumber Data	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Keabsahan Data	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
BAB IV GAMBARAN UMUM	32
4.1 Sejarah Kompas.com	32
4.2 Struktur Perusahaan	33
BAB V PEMBAHASAN	36
5.1 Analisis Framing Model Pan dan Kosicki	36
5.1.1 Analisis Artikel Berita 1	36
5.1.2 Analisis Artikel Berita 2	41
5.1.3 Analisis Artikel Berita 3	46
5.1.4 Analisis Artikel Berita 4	50
5.1.5 Analisis Artikel Berita 5	55
5.1.6 Analisis Artikel Berita 6	59
5.1.7 Analisis Artikel Berita 7	64
5.1.8 Analisis Artikel Berita 8	69
5.1.9 Analisis Artikel Berita 9	74
5.1.10 Analisis Artikel Berita 10	78
5.1.11 Analisis Artikel Berita 11	82
5.1.12 Analisis Artikel Berita 12	86
5.2 Analisis Framing Media Online Kompas.com	91

BAB VI PENUTUP	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran	96
Daftar Pustaka	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Traffic Beberapa Pengunjung Media <i>Online</i>	6
Table 3.1 Fokus Penelitian	36
Tabel 5.1 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 1	46
Tabel 5.2 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 2	52
Tabel 5.3 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 3	57
Tabel 5.4 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 4	61
Tabel 5.5 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 5	67
Tabel 5.6 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 6	71
Tabel 5.7 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 7	77
Tabel 5.8 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 8	83
Tabel 5.9 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 9	88
Tabel 5.10 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 10	93
Tabel 5.11 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 11	96
Tabel 5.12 Analisis Pan dan Kosicki Terhadap Artikel Berita 12	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trending Indonesia di Media Sosial Twitter	3
---	---

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	26
------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya kehidupan manusia tidak bisa lepas dari komunikasi. Salah satu produk komunikasi adalah berita. Berita menurut Djuraid (2012: 9) adalah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa. Lasswell dalam Pawito (2009:87) mengatakan media massa atau *mass media* merupakan elemen yang mempunyai peranan dalam menyajikan informasi kepada khalayak. Media massa mempunyai tiga fungsi utama yaitu sebagai pengawasan terhadap lingkungan, menghubungkan bagian-bagian masyarakat dalam merespon lingkungan, serta mentransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Pada awal hadirnya media massa hanyalah berbentuk media cetak atau yang lebih dikenal dengan *the print age*. Pada era ini komunikasi antar manusia hanya berbentuk cetakan visual saja. Bentuk dari produk media massa pada era cetak ini ialah koran, majalah, tabloid, dll. Namun seiring berkembangnya teknologi, era media massa berkembang kembali menjadi media elektronik (*the electronic age*). Pada era media elektronik produk media massa menekankan pada *image visual*, ditemukannya televisi dan radio membuat media massa sedikit lebih cepat dalam menyampaikan pesan.

Ditemukannya internet mau tak mau membuat membuat media massa ikut berkembang hingga lahirlahpula media baru atau yang lebih dikenal dengan sebutan *new media*. Terry Flew dalam Haryanto (2018:25) mengemukakan secara sederhana bahwa *new media* merupakan perkembangan dan kemajuan teknologi media massa. Pemikiran dasar dari *new media* itu sendiri ialah untuk menggabungkan keunikan dari media

digital dengan pemakaian media tradisional untuk mengadopsi dan mengadaptasi teknologi *new media*.

Hadirnya *new media* menawarkan beberapa kemudahan dibanding media cetak dan media elektronik, seperti kemudahan dalam mengakses informasi. *New media* memungkinkan khalayak untuk mendapatkan informasi ataupun pemberitaan yang sedang hangat terjadi secara *realtime* dimanapun dan kapanpun. Selain itu, *new media* dikenal interaktif, khalayak pada *new media* dapat melakukan sesuatu terhadap text dan gambar yang mereka akses. Khalayak bebas memberikan tanggapan maupun opini mereka, tidak seperti media elektronik yang bersifat pasif, namun adanya *media online* ini telah merubah aspek media pemberitaan secara fundamental, mulai dari cara wartawan mencari berita, cara media menyebarluaskan berita sampai dengan cara pengguna menikmati berita dari suatu media. Proses tersebut secara umum disebut sebagai digitalisasi yang secara singkat diartikan sebagai media yang terbentuk dari interaksi antara media dengan komputer dan internet. Pola disruptif tersebut mengakibatkan banyak perubahan yang muncul baik dari segi positif maupun negatif, di sisi positif, pelanggan dapat menikmati berita dengan lebih cepat dan mudah dikarenakan pemberitaan telah ada di ujung jari, juga lebih murah dan efisien, di sisi negatif ialah munculnya aktualitas semu dari media yang mementingkan kecepatan pemberitaan, sehingga sering menimbulkan inakurasi terhadap berita.

Salah satu topik berita yang menarik perhatian pada *media online* di awal tahun 2020 tepatnya pada bulan Januari adalah berita banjir Jakarta. Bencana banjir ini terjadi akibat perubahan iklim yang meningkatkan resiko dan curah hujan yang tinggi yang melanda wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Peristiwa banjir kali ini disebut-sebut yang paling parah sejak 1866 dengan curah hujan 377 mm/hari (*Kompas.com*).

Peristiwa ini pun sontak menjadi topik hangat diperbincangkan masyarakat di media sosial. Tagar #Banjir2020 dan #BanjirJakarta2020 jadi

trending dengan jumlah kicauan 166 ribu dan 18 ribu untuk tagar #BanjirJakarta2020 pada media sosial *twitter*. Berikut hasil *screenshot* trending pada sosial media *twitter*:

Gambar 1.1

Trending Indonesia di Media Sosial Twitter



(Sumber : <https://twitter.com/explore> diakses 25 Januari 2020)

Tidak hanya banjir yang menjadi *trending*, Gubernur Provinsi DKI Jakarta, Anies Baswedan pun ikut menjadi sorotan. Tagar seperti #Aniesdimana #Anies #Banjirdatangoakemana pun ikut trending. Banyak pro dan kontra yang hadir dikalangan masyarakat. Ada sebagian pihak yang beranggapan bahwa gubernur Anies Baswedan tidak sigap dalam menangani bencana banjir, hingga membandingkan program naturalisasi milik Anies dan program netralisasi milik Basuki Tjahya Purnama milik gubernur DKI Jakarta sebelumnya. Sedangkan pihak lainnya beranggapan bahwa Anies telah berusaha dan memang banjir kali ini murni akibat curah hujan yang tinggi.

Pro dan kontra yang hadir ditengah masyarakat ini disebabkan karena persepsi setiap orang berberda dalam menyikapi peristiwa ini. Ilmu komunikasi memandang bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan (Rakhmat, 2012:50). Persepsi yang terbentuk ini bergantung pada faktor-faktor yang ada dalam diri individu maupun dari luar individu. Faktor tersebut yang pada akhirnya memengaruhi

persepsi individu terhadap sesuatu, menjadikan beberapa hal lebih menonjol ketimbang yang lain.

Pemberitaan media menjadi salah satu faktor dalam membentuk persepsi masyarakat. Proses stimulus yang diberikan secara berulang-ulang dapat membentuk stigma tersendiri dimasyarakat. Gebner, dalam buku Boyd-Barrett (1995:28) memperkenalkan konsep resonansi. Proses resonansi terjadi saat media massa dan realitas sebenarnya menghasilkan koherensi yang kuat pada saat pesan media mengultivasi secara signifikan. Ketika realitas yang media tampilkan mirip dengan realitas sosial yang terjadi pada lingkungannya, proses resonansi tersebut berlaku. Karena kekuatannya inilah yang menjadikan media masa sebagai alat yang ampuh dalam membentuk opini public.

Selain itu, setiap berita yang dihasilkan media tentunya merupakan sebuah hasil konstruksi. Menurut Eriyanto (2011:222) pandangan konstruksionis memandang berita merupakan hasil dari konstruksi realitas yang dilakukan oleh media massa. Sehingga, berita tidak lagi dianggap sebagai laporan dari sebuah fakta yang ada dilapangan melainkan hasil dari konstruksi media massa.

Realitas sendiri hadir dari konsep subjektif wartawan yang mengkonstruksi realitas tersebut. Sehingga, realitas bisa berbeda-beda tergantung bagaimana konsepsi realitas ketika dipahami wartawan (Eriyanto, 2011: 22). Misalnya pada peristiwa banjir Jakarta periode Januari 2020, beberapa media di Indonesia lebih memilih topik seputar kinerja Gubernur Anies Baswedan, ketidak sepahamannya dengan presiden dan menteri, juga persoalan normalisasi atau naturalisasi. Media *Kompas.com* misalnya, *Kompas.com* memuat berita yang terbit pada 2 Januari 2020 dengan judul “Beda Pandangan antara Jokowi, Basuki dan Anies soal Banjir Jakarta.”

Topik penting seputar kebencanaan seperti edukasi khalayak perihal kebencanaan malah redup diberitakan, padahal media diharapkan memainkan

peranan penting dalam peristiwa bencana. Media massa menjadi penghubung bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan, baik dalam situasi prabencana, pada saat bencana terjadi maupun pasca-bencana. Rattien dalam jurnal Sanusi (1990:212) menjelaskan media massa bisa berperan lebih jauh dalam mengedukasi khalayak tentang kebencanaan, meningkatkan kesadaran publik melalui isu mitigasi bencana, bagaimana menghadapi bencana dan melakukan evakuasi, termasuk berkontribusi dalam proses rekonstruksi pasca-bencana.

Pemberitaan media tentang bencana alam yang bernuansa politis sebetulnya sudah jadi hal biasa. Banjir telah menjelma menjadi komoditas politik, bukan lagi hanya sekedar bencana alam. Agenda politik untuk mengaitkan banjir dengan berbagai isu, misalnya ketika banjir Jakarta 2014 lalu yang merupakan tahun politik. Banjir secara tak langsung dikaitkan dengan pencapresan Gubernur DKI Joko Widodo yang pada saat itu belum menyelesaikan masa lima tahun jabatannya. Bencana banjir dinilai berpotensi menjadi permasalahan yang dapat menghambat langkah Jokowi. Andina (2014:104) memaparkan pada hasil penelitiannya bahwa media arus utama TV One membingkai Jokowi sebagai pemimpin yang kurang kompeten dan tidak amanah dikarenakan masih gagal mengatasi permasalahan banjir Jakarta.

Salah satu media yang turut memberitakan peristiwa ini adalah portal berita online *Kompas.com* dari Kompas Media Group. *Kompas.com* merupakan salah satu portal berita dengan pengunjung dan klik harian terbanyak setelah portal berita *Detik.com*. Berdasarkan analisis yang dilakukan *statshow.com* pada Januari 2020 portal berita *Kompas.com* juga menduduki peringkat ke-97 global rank untuk kategori *website populer*.

Ada beberapa alasan penulis memilih portal berita online *Kompas.com* sebagai media yang akan diteliti pada penelitian kali ini, diantaranya:

1. Tingginya Traffic Kunjungan Harian Pada Portal Berita *Online Kompas.com*

Portal berita *online Kompas.com* merupakan salah satu pionir media *online* di Indonesia yang berdiri pada tahun 14 September 1995. Terhitung sudah 25 tahun lamanya *Kompas.com* melayani masyarakat dengan berbagai macam berita. Peringkat *website* populer yang diraih *Kompas.com* seperti yang disebutkan diatas tadi tentunya bukan tanpa alasan. Dalam 25 tahun itu *Kompas.com* menarik kepercayaan masyarakat sehingga mampu mendapat kan rata-rata pengunjung sebanyak 2,1 juta per harinya, dan 10 juta untuk klik per harinya. Jumlah ini tergolong besar dibandingkan media *online* lain yang ada di Indonesia.

Untuk lebih jelasnya berikut adalah perbandingan klik dan pengunjung harian pada beberapa situs web berita online di Indonesia berdasarkan data dari situs *stashow.com*:

Tabel 1.1

Perbandingan Traffic Pengunjung Beberapa Media Online

Situs	Klik Harian	Pengunjung Harian
Detik.com	11.538.478	2.747.256
Kompas.com	10.837.544	2.144.616
Tempo.co	1.785.722	1.116.076
CNN Indonesia	1.707.325	1.067.078

(sumber : <http://www.statshow.com> diakses pada 25 Januari 2020)

Tingginya *traffic* klik dan kunjungan harian pada portal berita *kompas.com* menjadi salah satu alasan penulis memilih *Kompas.com* sebagai media massa yang diteliti pada peelitian kali ini.

2. Ideologi Nasionalis Bebas Afiliasi Politik

Kompas merupakan media massa dengan visi menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas di Indonesia yang lebih harmonis, toleran, aman, dan sejahtera. Kompas memiliki basis usaha pada bidang media, penerbitan, serta usaha bisnis lainnya dengan menegaskan kepentingannya untuk sector publik dalam artian tidak berafiliasi dengan partai politik, ideologi tertentu, maupun aliran agama tertentu.

Kompas.com dikenal dengan *Tagline* 'Jernih Melihat Dunia' dalam hal ini *Kompas.com* ingin memposisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan. Untuk itu *Kompas.com* dengan terang-terangan membuat aturan untuk melarang setiap karyawannya terlibat dalam kegiatan politik yang diatur dalam Pasal 12 Peraturan Perusahaan PT Kompas Cyber Media. (*Inside.kompas.com*)

Ideologi Nasionalis bebas afiliasi politik ini membuat penulis tertarik untuk mengetahui se-objektif apa *Kompas.com* dalam memandang suatu peristiwa atau persoalan untuk dijadikan sebuah berita. Dalam hal ini peristiwa Banjir DKI Jakarta Januari 2020. Untuk mengetahui hal tersebut penulis menggunakan analisis *framing* dalam menganalisis berita-berita yang diterbitkan oleh portal berita *Kompas.com*. *Framing* menurut De Veerse (2005) merupakan proses dinamis dengan *frame building* dan *frame setting* didalamnya. Sedangkan analisis *framing* berada pada analisis *frame in the news* yang berada diantara *frame building* dengan *frame setting*. *Framing* biasa dilakukan media massa dengan mendefinisikan realitas tertentu, penonjolan aspek tertentu, penyajian sisi tertentu, dan pemilihan fakta tertentu (Eriyanto, 2011:222).

Edleman dalam Eriyanto (2011:220) menjelaskan bahwa framing merupakan kategorisasi. Kategorisasi dilakukan dengan cara menggunakan perspektif dan kata-kata tertentu dalam menyampaikan sebuah fakta. Kategorisasi memiliki kekuatan besar dalam membentuk cara pikir khalayak, sehingga seringkali kategorisasi disebut propaganda yang lebih halus.

Gamson dan Modigliani dalam Eriyanto (2011:220) menjelaskan bahwa *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif yang digunakan wartawan dalam melakukan seleksi isu dan menulis berita. Sedangkan Pan dan Kosicki dalam Eriyanto (2011:225) menjelaskan bahwa *framing* terdiri dari dua konsepsi yakni psikologis dan kognitif yang menyebabkan terjadinya penonjolan pada berita.

Secara sederhana analisis *framing* bisa dikatakan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media (Eriyanto, 2011:3). Dengan kata lain, analisis *framing* digunakan untuk melihat bagaimana fakta dilihat dari perspektif media massa.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti Kompas.com dalam memberitakan peristiwa banjir Jakarta 2020. Berita-berita yang akan penulis teliti mulai dari awal terjadinya bencana banjir 1 Januari 2020 hingga satu minggu pasca bencana banjir Jakarta dinyatakan surut sepenuhnya pada rabu 14 Januari 2020.

“Banjir besar yang melanda Jakarta dan sekitarnya pada Rabu (1/1/2020) lalu kini telah dinyatakan surut sepenuhnya. Kepala Pusat Data dan Informasi (Kapusdatin) Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) DKI Jakarta, M Ridwan. Menurut dia, kelurahan terdampak banjir terakhir di Semanan, Kalideres, Jakarta Barat telah dinyatakan surut pada hari ini, Rabu (8/1/2020) pukul 06.00 WIB. (dikutip dari suara.com)”

Kemudian, untuk memudahkan penulis dalam mencari berita yang berkaitan dengan penelitian penulis menggunakan kata kunci #BanjirJakarta2020 di portal berita *online* Kompas.com

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut penulis melihat ada sebuah rumusan masalah yang akan berusaha penulis jawab dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana *framing* berita banjir DKI Jakarta pada media *Kompas.com* periode 1 - 14 Januari 2020?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui *framing* yang dilakukan oleh media *Kompas.com* dalam memberitakan bencana banjir Jakarta periode 1 - 14 Januari 2020.

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis baik langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah sebagai sumber pengetahuan mengenai pembingkaihan berita banjir Jakarta periode 1 -14 Januari 2020 yang dilakukan media *Kompas.com*

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai gambaran bagaimana media dalam melakukan *framing*. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi media ke depannya sehingga senantiasa menjaga objektivitas dan netralitasnya.

Daftar Pustaka

Buku

- Arif, Ahmad. 2010. *Jurnalisme Bencana, Bencana Jurnalisme*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia
- Boyd, Oliver -Barrett and Chris Newbold. 1995. *Approach to Media: A Reader*. New York: Arnold
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif Komunikasi; Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Djuraid, H. N. (2012). *Panduan Menulis Berita*. Malang: UMM Press
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Granit.
- IDEP, 2007. *Panduan Umum Penanggulangan Bencana Berbasis Masyarakat*, Edisi ke-2, Bali : Yayasan IDEP.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2012). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Neumann, A. Lin. 1998. *Freedom Takes Hold: Asean Journalism in Transition*. New York: Committe to Protect Journalist.

- Nimmo, Dan. 2004. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan dan Media)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Eriyanto dan Frans Surdiasis. 1999. *Politik Media Mengemas Berita*. Yogyakarta: LKIS.
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Schramm, Wilbur. 1975. *Responsibility in Mass Communication*. New York: Harper's Row Publisher Inc.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis dan Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudibyo, Agus. 1999a. *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*. Yogyakarta: Bigraf Publishing.

Jurnal

- Atmadja, Xena Levina. 2014. *Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) Di Media Online*. Jurnal E-Komunikasi, Vol 2. No.1 Tahun 2014 dalam <https://www.neliti.com/id/publications/82475/analisis-framing-terhadap-pemberitaan-sosok-basuki-tjahaja-purnama-ahok-di-media>
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999*. Vol.8, No.1. dalam <http://hubsasia.ui.ac.id/old/index.php/hubsasia/article/view/130>
- Ibramsyah, 2015. *Analisis Framing Berita Banjir di Jakarta Pada Kompas.Com Dan Detik.Com Periode Januari 2014*. eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman dalam <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2067>

Sanusi, Hartinah. 2018. *JURNALISME DAN BENCANA (Refleksi Peran Jurnalis dalam Liputan Bencana Gempa, Tsunami dan Likuifaksi Palu-Donggala)*. Jurnalisa Vol 04 dalam <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/6895>

Sapahuma, Nacota Yeshida. 2015. *Realitas Politik dalam Media Massa: Konstruksi Pemberitaan Media Massa Seputar 100 Hari Pemerintahan Jokowi-JK*. eJournal Undip, Vol.6 No.1. dalam <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/9813/0>

Skripsi

Aliffah, Nanda Cita. 2018. *Konstruksi Pemberitaan Kompas.com dan Republika.co.id Analisis Framing Kinerja 100 Hari Gubernur DKI Jakarta Periode 2017-2022*. Jakarta. Universitas Islam Syarif Hidayatullah

Krisniani, Budihartini.2003. *Berita-berita Kasus Teror Bom di Legian Kuta Bali pada Harian Umum Pikiran Rakyat Ditinjau dari Kualitas Berita (The Quality of News): Suatu Studi Deskriptif dengan Teknik Analisis Isi mengenai Berita-berita Kasus Teror Bom di Legian Kuta Bali pada Harian Umum Pikiran Rakyat Ditinjau dari Kualitas Berita (The Quality of News*. Bandung. Universitas Islam Bandung

Zamhari.2015. *Jurnalisme Bencana SKH Republika Dalam Musibah Jatuhnya Pesawat AirAsia QZ8501*. Yogyakarta. Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta

Website

www.kbbi.web.id

Arnani, Mela. 3 Januari 2020, Kompas.com: *Penjelasan Lengkap Penyebab Banjir Jakarta, Curah Hujan Terekstrem hingga Sejarahnya*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/01/03/092500065/penjelasan-lengkap->

penyebab-banjir-jakarta-curah-hujan-terekstrem-hingga?page=all diakses pada 3 Maret 2020

Betteridge, Ian. 23 Februari 2009. TechCrunch: *Irresponsible journalism*: <https://web.archive.org/web/20090226202006/http://www.technovia.co.uk/2009/02/techcrunch-irresponsible-journalism.html>

Dhani, Arman. 14 Januari 2017. Tirto.id: *Usaha Meguji Uraian Anies-Sandi dalam Debat Pilkada DKI*: <https://tirto.id/usaha-menguji-uraian-anies-sandi-dalam-debat-pilkada-dki-cgYE> diakses pada 5 Maret 2020 diakses pada 2 Juni 2021

Kompas: *Profil Kompas.com About Us Jernih Melihat Dunia*: <http://inside.kompas.com/about-us> diakses pada 20 Juli 2020