

# KONTRUKSI SOSIAL PADA PEMBERITAAN CNBC INDONESIA KISRUH FORMULA-E MENGUNAKAN ANALISIS FRAMING

Sekar Arum Mandalia

Institut Agama Islam Persis Bandung

[sekararum@staipi.ac.id](mailto:sekararum@staipi.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini hendak melihat konstruksi sosial pada pemberitaan dengan menggunakan analisis framing. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif melalui teknik triangulasi dalam menguji keabsahan data. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa pembingkaihan realitas sosial melalui media massa melibatkan konstruksi realitas sosial dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Bahasa memainkan peran penting dalam konstruksi realitas sosial, di mana media massa menggunakan framing untuk membentuk persepsi dan pemahaman audiens terhadap isu atau peristiwa yang dilaporkan. Framing melibatkan seleksi isu, penonjolan aspek, definisi masalah, diagnosis penyebab, pembuatan keputusan moral, dan rekomendasi penyelesaian. Pembingkaihan berita dapat mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons isu-isu tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang konstruksi sosial dalam pemberitaan tentang konflik Formula-E di CNBC Indonesia. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang framing media, kita dapat menjadi pembaca yang lebih kritis dan mampu mengidentifikasi kecenderungan atau bias yang mungkin ada dalam pemberitaan. Penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan penting dalam bidang studi media dan komunikasi dalam konteks konstruksi sosial.

**Kata Kunci:** Konstruksi Sosial, Analisis Framing, Pemberitaan Media

## Abstract

*This study aims to examine the social construction in news coverage using framing analysis. The method used is qualitative research with descriptive analysis through triangulation techniques to test data validity. The results of this study reveal that the framing of social reality through mass media involves the construction of social reality using a constructivist paradigm. Language plays a crucial role in the construction of social reality, where mass media utilizes framing to shape the audience's perception and understanding of the issues or events being reported. Framing involves issue selection, highlighting aspects, defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and recommending solutions. News framing can influence how the audience comprehends and responds to these issues. The findings of this study are expected to provide new insights into the social construction in news coverage of the Formula-E conflict on CNBC Indonesia. With a better understanding of media framing, we can become more critical readers and able to identify any tendencies or biases that may exist in news reporting. This research can also make a significant contribution to the field of media and communication studies in the context of social construction.*

**Keywords:** Social Construction, Framing Analysis, Media Coverage.

## A. Pendahuluan

Pada tanggal 13 Juli 2019, Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan, mengumumkan bahwa pada tanggal 6 Juni 2020, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta secara resmi akan menjadi tuan rumah acara internasional yaitu balapan mobil listrik Formula E Jakarta dengan slogan Jakarta E-Prix. Tujuan dari penyelenggaraan Formula E oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta adalah untuk mengenalkan dan mempromosikan kepada masyarakat Indonesia bahwa kendaraan listrik merupakan transportasi masa depan yang tidak menghasilkan polusi (*zero emission*) dan ramah lingkungan. Hal ini disampaikan secara langsung oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan. Pada tahun 2019, Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan, menunjuk PT. Jakarta Propertindo (Jakpro) yang merupakan badan usaha milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, untuk menyelenggarakan acara balapan mobil listrik Formula E pada tahun 2020. Namun, penyelenggaraan Formula E ini menghadapi tanggapan yang beragam dari para politisi Indonesia terkait rencana Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang menggunakan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) sebesar 1,6 Triliun untuk menggelar balapan Formula E, serta adanya protes terkait lokasi sirkuit balapan Formula E yang direncanakan di Monas.

Meskipun penggunaan kawasan Monas sebagai sirkuit Formula E pada awalnya tidak disetujui, Namun akhirnya Menteri Sekretaris Negara memberikan persetujuan pada tanggal 7 Februari 2020 setelah menerima surat rekomendasi untuk menggunakan kawasan Medan Merdeka sebagai sirkuit Formula E. Penyelenggaraan ajang balap Formula E di Monas menjadi polemik dan menjadi perbincangan hangat di kalangan tokoh politik di Indonesia, baik dalam bentuk kritikan maupun dukungan. Para politisi di Indonesia memiliki pandangan yang beragam mengenai penyelenggaraan Formula E, dan hal ini menarik perhatian media massa. Berita-berita terkait perencanaan, pelaksanaan acara, dan kebijakan terkait Formula E Jakarta selalu menjadi sorotan media massa. Media massa saat ini memiliki kekuatan dalam mempengaruhi konstruksi realitas. Dalam hal ini, media memiliki kemampuan untuk membingkai berbagai permasalahan sehingga menjadi perbincangan publik.

Salah satu media massa di Indonesia, CNBC Indonesia, memiliki saluran YouTube resmi dengan nama "CNBC Indonesia" yang digunakan untuk menayangkan program acara dan konten berita dari CNBC Indonesia. Channel YouTube CNBC Indonesia telah memiliki 2,12 juta pelanggan sejak penayangan pertamanya pada tanggal 23 Januari 2018. Mayoritas konten yang diunggah di channel YouTube ini adalah berita dan tayangan acara dari CNBC Indonesia.

Salah satu episode yang diunggah di channel YouTube CNBC Indonesia adalah "Kisruh balapan Formula-E", yang diunggah pada tanggal 22 Maret 2021 dan telah ditonton sebanyak 22.482 kali hingga tanggal 10 November 2022. Episode ini juga telah menerima 542 komentar. Dengan jumlah tontonan dan komentar yang signifikan, berarti berita ini mampu menarik perhatian publik sebagai penonton dan memberikan mereka kesempatan untuk memberikan pendapat mereka. Kekuatan media massa dalam mengonstruksi realitas dapat memberikan pengaruh yang besar pada audiensnya, baik melalui opini yang disampaikan maupun

persepsi yang terbentuk terhadap informasi yang disajikan oleh CNBC Indonesia melalui berita yang ditonton melalui televisi maupun YouTube.

Melalui berita maka realitas dikonstruksi lebih merupakan konstruksi diskursif, produk wacana-wacana, atau cara-cara tertentu dalam berbicara (*regulated ways of speaking*) tentang dunia. (Barker, 2002) maka, realitas diciptakan dan bukan ditemukan, dan terkonstruksi dari representasi-representasi, terutama bahasa atau dalam bahasa Berger mengistilahkan dengan konstruksi sosial atas realitas (Poloma, 1984). Seperti yang diungkapkan oleh Bourdieu (1977) sebagai habitus. Habitus adalah penanaman seperangkat disposisi dalam manusia yang menghasilkan praktik-praktik tertentu. Artinya, kebudayaan menjadi seperangkat nilai yang diinternalisasikan dalam diri sedemikian rupa sehingga menjadi tak sadar. Menurut Bourdieu sebagai ketaksadaran kebudayaan (*cultural unconscious*).

Berdasarkan pemahaman ini, realitas tidak ada secara inheren, tetapi diciptakan melalui interaksi sosial dan konstruksi bahasa. Berita dan media massa memiliki peran penting dalam proses ini karena mereka menyajikan interpretasi tertentu tentang dunia yang mempengaruhi cara kita memahami dan membangun realitas. Misalnya, berita tidak hanya menyampaikan informasi objektif, tetapi juga melibatkan pemilihan kata, framing, dan presentasi yang dapat membentuk persepsi dan pemahaman kita tentang suatu peristiwa. Selain itu, faktor budaya dan latar belakang individu juga memengaruhi cara kita mengartikan dan memaknai berita.

Menurut Entman, (Ningrum & Kusnarto, 2021) analisis framing dapat dianggap sebagai proses pemilihan dan penekanan terhadap beberapa aspek dari suatu peristiwa atau isu, sementara mengabaikan atau mengurangi penekanan terhadap aspek lainnya. Framing dapat mempengaruhi persepsi dan pemahaman audiens tentang suatu isu dengan memberikan konteks, penekanan, dan sudut pandang tertentu. Entman (1993) mengidentifikasi beberapa elemen yang terlibat dalam analisis framing. *Pertama*, framing melibatkan pemilihan masalah yang akan diberitakan atau dibahas. Media massa memiliki kekuatan untuk menentukan masalah-masalah yang dianggap penting dan patut mendapatkan perhatian publik. *Kedua*, framing melibatkan pemilihan dan penekanan terhadap aspek-aspek tertentu dari isu atau peristiwa yang akan diberitakan. Media massa dapat memilih sudut pandang, nilai-nilai, atau informasi yang akan disajikan kepada audiens, dan hal ini dapat mempengaruhi bagaimana audiens memandang isu tersebut. *Ketiga*, framing melibatkan pengaturan pesan dengan menggunakan bahasa, gambar, judul, dan elemen-elemen presentasi lainnya. Media massa menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk membentuk penafsiran dan pemahaman audiens terhadap isu atau peristiwa yang dilaporkan. *Keempat*, framing juga melibatkan peran audiens dalam menerima, memahami, dan memberikan makna kepada pesan yang disampaikan oleh media massa. Audiens dapat menerima atau menolak framing yang disajikan oleh media massa, tergantung pada pengetahuan, nilai-nilai, dan pengalaman mereka.

Dalam beberapa penelitian, analisis framing dalam pemberitaan media telah dilakukan. Sebagai contoh, penelitian oleh Sofian & Lestari (2021) yang menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Model ini melibatkan

elemen-elemen analisis, seperti menentukan masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan memberikan rekomendasi tindakan, untuk memahami bagaimana berita dibingkai oleh media. Sebagai contoh, koran.tempo.co, sebuah media online, memberikan bingkai yang menunjukkan keraguan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19. Pemerintah terkesan tidak berhasil karena kurangnya kesiapan dalam kebijakan yang mereka buat. Penelitian lain oleh Zulaikha (2019) menemukan bahwa setiap portal berita memberikan sudut pandang yang hampir sama terhadap Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Sudut pandang yang hampir sama atau tidak jauh berbeda ini mempengaruhi pandangan yang sedikit berbeda terhadap berita, keputusan moral, dan penyelesaian masalah yang diusulkan.

Analisis yang lebih mendalam menunjukkan bahwa gatekeeper atau penjaga pintu berita juga mempengaruhi framing berita. Pada contoh pemberitaan tentang Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018, terlihat bahwa gatekeeper menyesuaikan berita dengan hal-hal terkait perusahaan. Misalnya, JawaPos.com bertujuan memberikan wawasan dan pengetahuan yang objektif. Sementara itu, Surya.co.id sebagai portal berita nasional memberikan informasi detail tentang kegiatan masing-masing kandidat pada Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018. Berbeda dengan itu, Tempo.co dalam pemberitaannya hanya fokus pada hasil debat pada tanggal 10 April 2018 tanpa memberikan informasi tentang kegiatan masing-masing kandidat Gubernur Jawa Timur 2018 (Zulaikha, 2019).

Studi yang dilakukan oleh (Pinontoan & Wahid, 2020) menyatakan bahwa dalam pemberitaan tentang banjir di Jakarta pada Januari 2020, terdapat perbedaan framing yang digunakan oleh dua media, yaitu Kompas.com dan Jawapos.com. Kompas.com menggunakan framing yang menuntut, mempertanyakan, dan menggugat ketidakberdayaan pemerintah daerah dalam menangani banjir Jakarta pada bulan tersebut. Framing ini dibangun dengan menggunakan dasar frame moral dan etika yang dominan dalam pemberitaan mereka. Dalam pemberitaannya, Kompas.com fokus pada upaya menyoroti tanggung jawab dan kinerja pemerintah daerah dalam mengatasi banjir, dengan menegaskan keraguan dan tuntutan terhadap keberhasilan pemerintah daerah dalam menangani bencana tersebut. Sedangkan Jawapos.com menggunakan framing yang bertujuan untuk membangun citra baik terhadap kinerja pemerintah daerah dalam menangani banjir Jakarta Januari 2020. Media ini menggunakan basis frame personalisasi dengan menonjolkan upaya pemerintah daerah dalam menangani bencana tersebut. Selain itu, mereka menggunakan perspektif narasumber tunggal, yaitu Anies Baswedan, untuk memberikan informasi tentang dampak banjir yang mengganggu kegiatan di Ibu Kota. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media-media tersebut menggunakan framing yang berbeda untuk mengonstruksi pemberitaan tentang banjir Jakarta Januari 2020. Kompas.com lebih menyoroti ketidakberdayaan dan menuntut tanggung jawab pemerintah daerah, sementara Jawapos.com lebih berfokus pada membangun citra baik terkait kinerja pemerintah daerah. Perbedaan ini dapat memengaruhi cara pembaca memahami dan mengevaluasi peristiwa banjir serta tanggapan terhadap kinerja pemerintah daerah dalam menangani bencana tersebut.

Dari hasil beberapa riset terdahulu mengindikasikan bahwa analisis framing dikaitkan dengan pemberitaan di media online, yang membedakan dalam riset ini yaitu yang dijadikan rujukan pemberitaannya adalah kanal youtube. Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan penulis ini adalah: Bagaimana konstruksi sosial pada pemberitaan Formula-E dengan menggunakan analisis framing. Sedangkan tujuan dari penulisan karya ilmiah ini yaitu, hendak memahami konstruksi sosial melalui media masa. Secara khusus penelitian ini diharapkan mampu menambah cakrawala pemahaman terhadap metode-metode komunikasi.

## **B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Tujuan peneliti adalah untuk menganalisis pembingkai berita mengenai pro dan kontra penyelenggaraan ajang balap Formula E Jakarta melalui berita yang ditayangkan oleh CNBC Indonesia dengan judul "Kisruh balapan Formula-E". Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian pada kondisi objek yang alamiah (bukan eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama generalisasi (Rakhmat, 2014). Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi analisis data yang bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada pemaknaan daripada (Bungin, 2002).

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Framing Sebagai Konstruksi Realitas Sosial**

Dalam metode analisis framing, diperlukan teori konstruksi sosial sebagai pendukung dalam memahami realitas sosial. Teori konstruksi sosial menjelaskan tentang pembentukan realitas yang dilihat oleh wartawan, di mana realitas sosial tersebut memiliki makna. Teori ini berdasarkan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai konstruksi yang dibuat oleh individu. Paradigma konstruktivisme tidak memisahkan antara subjek dan objek komunikasi, berbeda dengan paradigma positivisme. Teori konstruksi realitas berpendapat bahwa bahasa adalah alat untuk memahami realitas objektif, dan subjek memiliki peran sentral dalam kegiatan wacana dan hubungan sosial. Bahasa menjadi elemen utama dalam konstruksi realitas, karena bahasa digunakan untuk menggambarkan realitas dan menentukan makna yang terkait dengan realitas-media yang muncul (Wirawan, 2012). Media memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan bahasa, yaitu meyakinkan pembaca agar tertarik dan terlibat dalam alur wacana yang disajikan (Sobari & Purnama, 2020) (Nasution & Fadilla, 2019; Novita et al., 2021).

Berger dan Luckman (2013) Realitas sosial dikonstruksikan melalui tiga tahapan proses, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tahap eksternalisasi melibatkan ekspresi diri individu ke dalam dunia, baik dalam bentuk kegiatan mental maupun fisik. Tahap ini mencakup bagaimana individu menyampaikan pemikiran, pandangan, dan tindakan mereka ke dalam masyarakat. Tahap objektivasi melibatkan hasil dari eksternalisasi tersebut, baik dalam bentuk mental maupun fisik. Hasil tersebut dapat berupa gagasan, konsep, produk fisik, atau

kegiatan yang telah diciptakan atau dilakukan oleh individu. Tahap ini melibatkan pemahaman dan pengakuan oleh masyarakat terhadap hasil yang dihasilkan dari eksternalisasi. Tahap internalisasi melibatkan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran individu secara personal. Dalam tahap ini, individu menginternalisasikan struktur sosial dan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Hal ini mempengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan individu berdasarkan realitas sosial yang dikonstruksikan.

Dalam konstruksi realitas sosial, masyarakat cenderung mempercayai dan menganggap apa yang mereka terima melalui media massa sebagai hal yang nyata dan fakta yang diambil dari peristiwa atau kejadian di sekitar mereka. Melalui berbagai peristiwa yang ada dalam masyarakat, media memilih peristiwa mana yang akan diangkat dan dikonstruksikan untuk disajikan kepada khalayak. Media memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial yang diterima oleh masyarakat (Berger, 1991).

Analisis framing merupakan sebuah konsep yang pertama kali dikemukakan oleh Beterson pada tahun 1955. Pada awalnya, framing diartikan sebagai struktur konseptual yang digunakan untuk mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta memberikan kategori-kategori standar untuk memahami realitas. Seiring berjalannya waktu, konsep analisis framing terus berkembang. Menurut Entman (1993), analisis framing adalah proses pemilihan aspek-aspek tertentu dari realitas sehingga bagian-bagian tertentu dari suatu peristiwa menjadi lebih menonjol daripada aspek-aspek lainnya. Dalam teorinya, Entman menjelaskan bahwa informasi-informasi ditempatkan dalam konteks yang khas, sehingga satu sisi dari peristiwa mendapatkan perhatian yang lebih besar daripada sisi lainnya. (Eriyanto, 2002).

Dalam analisis framing menurut Entman, terdapat dua dimensi utama, yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta atau realitas yang kompleks, yaitu aspek mana yang akan dipilih dan ditampilkan oleh wartawan serta aspek mana yang akan dihilangkan. Penonjolan aspek berkaitan dengan penulisan fakta atau realitas setelah dilakukan seleksi isu, di mana wartawan menggunakan kata, kalimat, gambar, dan citra untuk menampilkan aspek yang dipilih.

Dalam model analisis framing Entman, menurut Eriyanto, (2002) terdapat empat elemen yang harus diperhatikan oleh wartawan:

- a. *Define Problems* (Definisi Masalah): Bagaimana wartawan melihat suatu masalah atau peristiwa? Bagaimana masalah tersebut didefinisikan?
- b. *Diagnose Cause* (Memperkirakan Penyebab): Apa yang dianggap sebagai penyebab suatu masalah atau peristiwa? Siapa yang dianggap sebagai penyebab masalah?
- c. *Make Moral Judgement* (Pembuatan Keputusan Moral): Nilai moral apa yang digunakan untuk menjelaskan masalah atau peristiwa? Nilai moral apa yang digunakan untuk melegitimasi atau mengecam suatu tindakan?
- d. *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Penyelesaian): Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah? Apa langkah yang diusulkan untuk mengatasi masalah tersebut?

Melalui penggunaan keempat elemen ini, wartawan dapat membingkai berita dengan cara yang berbeda-beda, sehingga mempengaruhi cara orang memahami, mengevaluasi, dan merespons suatu masalah atau peristiwa. Analisis framing membantu dalam mengungkapkan sudut pandang tertentu, menyoroti aspek-aspek tertentu, dan mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat terhadap suatu isu.

## 2. Pembingkai Realitas Melalui Berita

Pembingkai realitas melalui berita adalah proses di mana media massa memilih, mengatur, dan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada audiens dengan cara tertentu. Dalam proses ini, media massa menggunakan strategi framing untuk membentuk persepsi dan pemahaman audiens terhadap isu atau peristiwa yang dilaporkan. Pembingkai realitas melalui berita dapat mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons isu-isu yang dilaporkan. Sudut pandang, penekanan, dan presentasi yang digunakan dalam framing berita dapat membentuk persepsi, penilaian moral, dan rekomendasi tindakan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penting bagi penonton untuk memiliki pemahaman yang kritis terhadap berita yang disajikan dan melihat perspektif dari berbagai sumber untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu peristiwa atau isu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti mengamati bahwa dalam episode "Kisruh balapan Formula-E" yang disajikan oleh CNBC Indonesia, yaitu pendefinisian masalah yang ditampilkan, penyebab masalah yang diidentifikasi, keputusan moral yang dibuat, dan penyelesaian masalah utama yang diusulkan dalam setiap pemberitaan. Dalam pemberitaan yang disajikan oleh CNBC Indonesia, terdapat beberapa hal yang diperlihatkan dalam pembingkai sebagai berikut:

*Pertama*, CNBC Indonesia memperlihatkan masalah-masalah "Kisruh balapan Formula-E" yang meliputi polemik penyelenggaraan Formula E, revitalisasi Monas, wawancara dengan juru bicara panitia, wawancara dengan tokoh politik dari partai PSI yang konsisten menolak penyelenggaraan Formula E, dan klarifikasi informasi dari panitia penyelenggaraan Formula E Jakarta terhadap anggota partai yang mendukung penyelenggaraan Formula E.

*Kedua*, CNBC Indonesia menyampaikan perkiraan mengenai penyebab masalah, antara lain anggaran dana yang digunakan, proyek revitalisasi Monas yang menjadi objek investigasi, narasumber yang terkesan enggan memberikan jawaban yang jelas, penggunaan dana APBD untuk penyelenggaraan Formula E yang tidak tercantum dalam RPJMD atau kegiatan strategis daerah, serta dukungan penyelenggaraan Formula E Jakarta dari fraksi partai Gerindra melalui Syarif.

*Ketiga*, CNBC Indonesia menyoroti keputusan moral yang meliputi kurangnya koordinasi dalam perizinan penyelenggaraan Formula E, pendapat pengunjung Monas yang dikumpulkan oleh wartawan, pilihan yang tepat dalam memilih narasumber sebagai juru bicara Formula E, jawaban dari narasumber mengenai ketidaksiapan Pemprov DKI dalam menggunakan APBD sebesar 1,6 Triliun, serta pernyataan tegas seorang pejabat DPRD dari partai Gerindra yang mendukung penyelenggaraan Formula E tanpa menyembunyikan fakta-fakta masalah yang ada.

*Keempat*, CNBC Indonesia menekankan penyelesaian masalah yang mencakup mendapatkan izin penyelenggaraan, menampilkan detail jalur sirkuit dengan bantuan visual dan suara, wartawan mengulangi pertanyaan untuk memastikan keakuratan informasi yang disampaikan kepada penonton dengan tambahan visual *Headline*, PSI berupaya menyelenggarakan Formula E dengan dana dari swasta (sponsor), serta menanyakan masalah-masalah yang telah disorot oleh wartawan CNBC Indonesia sejak awal. Dengan demikian, dalam episode tersebut, CNBC Indonesia menyajikan pbingkaiian yang mencakup masalah-masalah, penyebab masalah, keputusan moral, dan penekanan penyelesaian masalah terkait kisruh balapan Formula-E.

Dalam pembahasan ini, penulis menjelaskan tentang analisis framing yang dilakukan terhadap pemberitaan episode "Kisruh balapan Formula-E" di CNBC Indonesia. Episode tersebut mencakup informasi mengenai kontroversi penyelenggaraan balapan mobil listrik di Jakarta, khususnya di area Monas, sesuai dengan pbingkaiian yang dilakukan oleh wartawan dalam program Wartawan CNBC Indonesia. Pada pembahasan ini, penulis menjelaskan bahwa framing merupakan metode yang digunakan oleh wartawan dalam melakukan *storytelling* terhadap suatu peristiwa, dan cara pandang ini memiliki pengaruh terhadap hasil akhir dari konstruksi realitas yang disajikan. Framing digunakan untuk melihat bagaimana wartawan mengonstruksi realitas mengenai permasalahan penyelenggaraan Formula E Jakarta. Meskipun balapan mobil listrik tersebut dianggap oleh Pemprov DKI Jakarta sebagai representasi kendaraan masa depan yang ramah lingkungan bagi warga Indonesia, khususnya DKI Jakarta, namun dalam pemberitaan tersebut terdapat beberapa kendala dan masalah yang terungkap.

Dalam pembahasan tersebut, penulis menjelaskan bahwa framing dilakukan oleh wartawan dalam memilih isu-isu yang akan disorot, menyebutkan penyebab masalah, membuat keputusan moral, dan menekankan penyelesaian masalah dalam pemberitaan. Episode tersebut mencakup narasi mengenai kontroversi penyelenggaraan Formula E, revitalisasi Monas, wawancara dengan juru bicara panitia, wawancara dengan tokoh politik yang menolak penyelenggaraan Formula E, dan klarifikasi informasi dari panitia penyelenggaraan Formula E Jakarta. Dalam pembahasan tersebut, penulis juga menyampaikan bahwa penyelenggaraan balapan Formula E tidak hanya sebagai ajang kompetisi dan hiburan bagi masyarakat, tetapi juga melibatkan banyak masalah pro kontra dan permasalahan lainnya. Beberapa masalah yang terungkap antara lain terkait perizinan yang berantakan, rencana penyelenggaraan dalam jangka waktu 5 tahun, dan fakta bahwa balapan ini akan menggunakan dana dari APBD yang disediakan oleh Pemprov DKI Jakarta. Hal ini menimbulkan kegaduhan dalam penyelenggaraan Formula E Jakarta. Oleh karena itu, penulis menekankan bahwa pemerintah DKI Jakarta perlu melakukan perbaikan terkait kerumitan dan kontroversi yang timbul untuk menemukan solusi terbaik.

Dengan demikian, pembahasan tersebut memberikan pemahaman lebih lanjut tentang pemilihan framing dalam pemberitaan "Kisruh balapan Formula-E" dan mengungkap berbagai masalah yang terkait dengan penyelenggaraan Formula

E di Jakarta, yang menuntut pemerintah untuk melakukan langkah-langkah perbaikan guna mencari solusi yang optimal.

Dalam analisis framing Entman, fokus utamanya adalah pada bagaimana pesan media mengarahkan perhatian, mempengaruhi persepsi, dan membentuk pemahaman audiens tentang suatu masalah atau peristiwa. Analisis ini membantu dalam memahami konstruksi realitas sosial melalui pemilihan dan penonjolan aspek-aspek tertentu dalam pemberitaan. Dalam konteks pemberitaan "Kisruh balapan Formula-E" yang disajikan oleh CNBC Indonesia, analisis framing Entman dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana isu-isu, penyebab masalah, keputusan moral, dan penyelesaian masalah ditampilkan dan ditekankan dalam pemberitaan tersebut. Dengan menganalisis framing tersebut, kita dapat memahami bagaimana pesan media membentuk persepsi dan pemahaman audiens tentang kontroversi penyelenggaraan Formula E di Jakarta.

Dalam konteks pemberitaan "Kisruh balapan Formula-E" yang disajikan oleh CNBC Indonesia, terdapat beberapa aspek yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan framing Robert N. Entman. Berikut adalah beberapa poin yang dapat dikaitkan dengan analisis framing tersebut, yaitu:

- a. Definisi Masalah. Dalam pemberitaan tersebut, masalah yang dihadapi adalah terkait perizinan penyelenggaraan Formula E di kawasan Monas yang merupakan cagar budaya. Pemberitaan menekankan bahwa awalnya tidak ada izin dari Kementerian Sekretaris Negara (Mensesneg), namun kemudian dalam waktu dua hari izin tersebut dikeluarkan. Framing dilakukan dengan menyoroti perizinan sebagai permasalahan utama yang perlu diatasi.
- b. Penyebab Masalah. Penyebab masalah tersebut dikaitkan dengan kompleksitas perizinan yang terkait dengan lokasi bersejarah Monas. Hal ini menekankan bahwa alih fungsi Monas menjadi tempat penyelenggaraan balapan Formula E memerlukan izin khusus yang tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Framing ini mengindikasikan bahwa salah satu faktor penyebab masalah adalah perizinan yang tidak segera diperoleh.
- c. Keputusan Moral. Dalam pemberitaan tersebut, keputusan moral yang muncul adalah terkait dengan pentingnya menjaga kelestarian dan keberlanjutan kawasan Monas sebagai cagar budaya. Framing ini menunjukkan bahwa ada pertimbangan etika dan nilai-nilai keberlanjutan yang harus diperhatikan dalam mengambil keputusan terkait penggunaan Monas.
- d. Penyelesaian Masalah. Salah satu penekanan penyelesaian masalah yang muncul dalam pemberitaan adalah penerbitan izin penggunaan Monas oleh Mensesneg. Hal ini disorot sebagai solusi yang ditemukan untuk mengatasi masalah perizinan. Framing ini mengindikasikan bahwa penerbitan izin menjadi langkah penyelesaian yang signifikan.

Dalam analisis framing Entman, penting untuk melihat bagaimana pilihan kata, kalimat, gambar, dan penekanan dalam pemberitaan mempengaruhi pemahaman dan persepsi audiens terhadap suatu peristiwa. Analisis framing membantu dalam memahami bagaimana media membentuk konstruksi realitas sosial dan

mempengaruhi pemikiran dan tindakan audiens. Sebagai penonton, kita cenderung memberikan pentingnya pada suatu isu jika media massa menganggapnya penting. Dalam hal ini, kita membentuk opini berdasarkan persepsi media massa terhadap pentingnya isu tersebut. Jika media massa tidak menganggap suatu isu penting, kita juga cenderung tidak memandangnya penting atau bahkan tidak menyadarinya. Konsep ini disampaikan oleh McCombs dan Shaw dengan kalimat "*we judge as important what the media judge as important*".

Dalam penelitian ini, penulis mengevaluasi pemberitaan CNBC Indonesia dalam mengidentifikasi masalah yang diangkat, yaitu pro kontra penyelenggaraan Formula E Jakarta di kawasan Monumen Nasional (Monas) yang memiliki status sebagai cagar budaya dan menggunakan dana APBD. Penyebab masalah yang terlihat mencakup faktor internal dan eksternal yang terkait dengan penyelenggaraan Formula E Jakarta. Keputusan moral tercermin dalam minimnya koordinasi antara pihak-pihak yang terlibat sebagai pemicu masalah. Penyelesaian masalah ditekankan melalui peran wartawan dan tim lapangan dalam menghadapinya, serta saran-saran yang diberikan oleh narasumber untuk mengatasi masalah tersebut.

Dalam analisis framing yang melibatkan pemilihan isu dan penonjolan aspek, berdasarkan analisis teori Robert N. Entman, bahwa CNBC Indonesia menggunakan strategi framing untuk membentuk persepsi penonton tentang penyelenggaraan Formula E Jakarta yang diselenggarakan oleh Pemprov DKI Jakarta. Melalui pemilihan isu, CNBC Indonesia dapat mengarahkan opini-opini penonton dan mempengaruhi persepsi mereka terhadap acara tersebut. Selain itu, CNBC Indonesia juga melakukan penonjolan aspek tertentu dalam pemberitaannya untuk mendukung pandangan yang ingin disampaikan kepada penonton mengenai penyelenggaraan Formula E Jakarta yang dilakukan oleh Pemprov DKI Jakarta.

#### **D. Kesimpulan**

Riset ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pembingkaiannya realitas sosial melalui media massa melibatkan konstruksi realitas sosial dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Bahasa memainkan peran penting dalam konstruksi realitas sosial, di mana media massa menggunakan framing untuk membentuk persepsi dan pemahaman audiens terhadap isu atau peristiwa yang dilaporkan. Framing melibatkan seleksi isu, penonjolan aspek, definisi masalah, diagnosis penyebab, pembuatan keputusan moral, dan rekomendasi penyelesaian. Pembingkaiannya berita dapat mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons isu-isu tersebut. Oleh karena itu, penting bagi audiens untuk memiliki pemahaman kritis terhadap berita dan melihat perspektif dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang suatu peristiwa atau isu.

#### **Daftar Pustaka**

- Barker, C. (2002). *Making Sense of Cultural Studies: Central Problems and Critical Debates*. Sage Publications.
- Berger, P. L. (1991). *Langit Suci, Agama sebagai Realitas Sosial*. LP3ES.
- Berger, P. L., & Luckman, T. (2013). Tafsir Sosial atas Kenyataan. In H. Basari

- (Penerj.), *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. LP3ES.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge University Press.
- Bungin, B. (2002). *Konstruksi Sosial Media Massa : Kekuatan Pengaruh Media massa, Iklan televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L Berger & Thomas Luckman*. Kencana Prenada Media.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS.
- Nasution, R., & Fadilla, R. (2019). Analisis Framing Tentang Pemberitaan Hoax Ratna Sarumpaet di Kompas.com dan Republika Online Rentang Waktu 02-05 Oktober 2018. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 1(2).
- Ningrum, E. S., & Kusnarto, K. (2021). Fenomena Stay at Home Dad dalam Film The Intern (Analisis Framing Robert N Entman). *ETTISAL: Journal of Communication*, 6(1). <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6023>
- Novita, I., Nur, I., & Rose, T. (2021). Konstruksi Realitas Media (Analisis Framing Pemberitaan UU Cipta Kerja Omnibus Law dalam Media Online Vivanews dan Tirto.id ). *Jurnal Health Sains*, 2(1). <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i1.162>
- Pinontoan, N. A., & Wahid, U. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(1), 11–24. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.9928>
- Poloma, M. M. (1984). *Sosiologi Kontemporer*. Rajawali Press.
- Rakhmat, J. (2014). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.
- Sobari, T., & Purnama, A. (2020). Analisis Framing pada Koran Pikiran Rakyat dan Kompas.com. *Linguista: Jurnal Ilmiah Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 4(2).
- Sofian, A., & Lestarini, N. (2021). Analisis framing pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19 (Analisis framing model Robert N. Entman pada media online Koran. tempo. co Edisi Maret 2020). *Commicast*, 2(1), 58–70.
- Tamburaka, A. (2010). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. UPI Press.
- Wirawan. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigman (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial)*. Praneda Media.
- Zulaikha, N. H. (2019). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018 pada Situs Berita Daring Indonesia. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 91–110.