

ANALISIS *FRAMING* ROBERT N. ENTMAN PADA PEMBERITAAN KEBIJAKAN PPN 12% DI TEMPO.CO DAN DETIKNEWS

Irene Frisfiliani Ifada¹, Dadan Saputra², Aulia Asmarani³, dan Nugroho Iman Santoso⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis
Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

Email: Irene.20821134@iwu.ac.id¹, dadan@iwu.ac.id², aulia@iwu.ac.id³, nugroho@iwu.ac.id⁴

Diterima Januari / Disetujui Februari

ABSTRACT

This research aims to examine how the 12% Value Added Tax (VAT) policy is framed by two online news platforms, Tempo.co and DetikNews. The issue has drawn public attention due to its implementation during a governmental transition period and its diverse public responses. The study employs a qualitative case study method with Robert N. Entman's framing model, which includes four elements: define problems, diagnose causes, make moral judgments, and suggest remedies. The data were collected from eight online news articles—four from Tempo.co and four from DetikNews—published between December 2024 and January 2025. The analysis is supported by validation interviews with media practitioners. The findings reveal that Tempo.co frames the 12% VAT policy as an economic burden, especially for lower-income communities, adopting a critical tone toward the policy-making process. In contrast, DetikNews frames the issue as a legal and gradual policy that has been anticipated, emphasizing technical explanations and government compensation strategies. These framing differences reflect each outlet's editorial orientation and demonstrate how media contribute to shaping public perception of economic policies.

Keywords: Framing, Robert N. Entman, VAT 12%, Tempo.co, DetikNews

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *framing* kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 12% dibangun oleh dua media *online*, yaitu Tempo.co dan DetikNews. Isu ini menjadi sorotan publik karena terjadi di tengah masa transisi pemerintahan dan menimbulkan beragam respons dari masyarakat. Penelitian menggunakan metode studi kasus kualitatif dengan pendekatan *framing* model Robert N. Entman yang mencakup empat elemen: *define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation*. Data diperoleh dari delapan teks berita daring, masing-masing empat dari Tempo.co dan DetikNews, yang dipublikasikan pada Desember 2024 hingga Januari 2025. Analisis diperkuat dengan hasil wawancara validasi bersama praktisi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tempo.co membingkai kebijakan PPN 12% sebagai beban ekonomi yang memberatkan masyarakat kecil, dengan narasi kritis terhadap proses pengambilan keputusan. Sementara itu, DetikNews membingkai isu ini sebagai kebijakan legal dan bertahap yang telah diantisipasi, serta menekankan penjelasan teknis dan kompensasi pemerintah. Perbedaan *framing* ini mencerminkan orientasi redaksional masing-masing media, serta menunjukkan bagaimana media berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap isu kebijakan ekonomi.

Kata Kunci: Framing, Robert N. Entman, PPN 12%, Tempo.co, DetikNews

PENDAHULUAN

Kebijakan publik selalu menjadi ruang tarik-menarik antara pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan masyarakat sebagai pihak yang terdampak. Salah satu kebijakan yang menimbulkan perhatian besar adalah kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang direncanakan pemerintah Indonesia dari 11% menjadi 12% pada tahun 2025. Kenaikan tarif ini merupakan kelanjutan dari reformasi pajak dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), yang menetapkan tarif 11% berlaku sejak 1 April 2022 dan meningkat menjadi 12% mulai 1 Januari 2025. Meski didasarkan pada ketentuan hukum, kebijakan fiskal seperti PPN selalu terkait dengan persepsi publik dan konstruksi narasi media yang dapat memengaruhi opini masyarakat. Perpajakan memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi, sebagai sumber utama pendapatan negara untuk membiayai layanan publik dan pembangunan infrastruktur. Kontribusi pajak terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) terus meningkat, tercatat sebesar 2.309.859,80 milyar rupiah pada 2024. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada 2024, PPN dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) menyumbang 811.365,00 milyar rupiah terhadap pendapatan negara. PPN sebagai pajak atas konsumsi langsung memengaruhi harga barang dan jasa, sehingga setiap perubahan tarif berpotensi memicu inflasi, mengubah pola konsumsi masyarakat, dan memengaruhi aktivitas ekonomi secara keseluruhan (Agustina & Hartono, 2022).

Pemerintah memproyeksikan kenaikan tarif PPN akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi sekitar 5,2% pada 2025 dengan tambahan inflasi 0,2%, sejalan dengan target APBN. Namun, lembaga seperti *Center of Economic and Law Studies* (CELIOS) memperingatkan potensi dampak negatif terhadap daya beli masyarakat dan perlambatan ekonomi, menunjukkan adanya perbedaan pandangan dan ketidakpastian dampak kebijakan. Pemerintah menegaskan bahwa kenaikan PPN 12% terutama berlaku untuk barang dan jasa mewah, sementara kebutuhan pokok tetap dikenai tarif 11% atau 0%. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 131 Tahun 2024, disertai berbagai insentif sosial untuk meminimalkan dampak terhadap masyarakat. Meski demikian, ketidakpastian implementasi masih memengaruhi harga ritel, dan beberapa pelaku usaha diduga menaikkan harga secara sepihak, sementara pemberitaan media dan serta keterlibatan sejumlah konten kreator atau *influencer* yang membawa agenda pihak tertentu turut memperkeruh persepsi publik. Akibatnya, masyarakat terpecah dalam menyikapi kebijakan ini, dengan sebagian mendukung dan sebagian lainnya menolak.

Reaksi masyarakat terlihat melalui media sosial, misalnya tagar #TolakPPN12Persen yang sempat menjadi *trending* melalui media sosial X (sebelumnya *Twitter*), munculnya petisi daring yang paling menonjol berjudul "Pemerintah, Segera Batalkan Kenaikan PPN!" di platform *change.org*, yang hingga saat tertentu telah memperoleh lebih dari 200.000 tanda tangan. Sebagian masyarakat juga

memilih mengekspresikan ketidaksetujuannya melalui gaya hidup hemat atau *frugal living*, serta aksi protes mahasiswa dan pelaku UMKM yang mengungkapkan kekhawatiran atas biaya produksi dan daya beli. Aktivitas ini menunjukkan peran media dalam membentuk opini publik, karena media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai realitas melalui sudut pandang, penekanan, dan pemilihan fakta (Eriyanto, 2012; Shoemaker & Reese, 1996). Media massa memiliki fungsi penting sebagai sarana penyampaian informasi aktual, sekaligus sebagai instrumen kekuasaan karena mengandung ideologi yang dapat memengaruhi opini, sikap, dan perilaku publik (Saputra et al., 2024). Oleh sebab itu, cara media menulis dan menyampaikan berita menjadi aspek yang krusial untuk dianalisis, terutama pada media *online* yang mudah diakses dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi setiap hari. Periode Desember 2024 hingga Januari 2025 dipilih sebagai fokus penelitian karena menandai pengumuman resmi dan implementasi kebijakan. Fase ini krusial untuk menangkap respons berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku bisnis, masyarakat umum, dan pakar ekonomi. Pemberitaan selama periode ini mencerminkan beragam perspektif yang saling terkait dan menunjukkan intensitas media dalam membingkai isu kebijakan publik secara tepat waktu dan kontekstual.

Penelitian ini menganalisis artikel berita terkait kenaikan PPN 12% dari Tempo.co dan DetikNews menggunakan model framing Robert N. Entman, yang fokus pada empat elemen: *define problems, diagnose causes, make moral judgments, dan treatment recommendation*. Model ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami bagaimana media menyoroti aspek tertentu dari isu, menekankan sudut pandang tertentu, dan membentuk persepsi publik. Penelitian bertujuan mengidentifikasi perbedaan pembedaan yang diterapkan kedua media dan memahami bagaimana framing media memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan fiskal. Tempo.co, sebagai media dengan reputasi *investigatif* dan independen, sering menyoroti isu kebijakan publik dengan penekanan pada aspek keadilan sosial dan akuntabilitas pemerintah (Hidayat, 2019). Sementara itu, DetikNews yang merupakan bagian dari Detikcom dikenal sebagai media daring populer dengan segmentasi pembaca yang luas dan cenderung menekankan kecepatan informasi serta kedekatan dengan isu-isu aktual di masyarakat (Firda, 2020). Perbedaan karakteristik ini memungkinkan analisis ragam pendekatan dalam membingkai isu yang sama. Analisis framing penting untuk memahami konstruksi realitas yang dibentuk media serta memberikan kontribusi pada literatur komunikasi massa dan praktik jurnalisme yang lebih bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yang berfokus pada pemahaman bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan interpretasi individu terhadap informasi yang disajikan oleh media (Creswell, 2014). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis

framing pemberitaan kebijakan kenaikan PPN 12% pada media *online*. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2014) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk menganalisis serta menjelaskan data dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan berdasarkan observasi terhadap suatu fenomena. Sumber data utama penelitian berupa teks berita yang dipublikasikan pada periode Desember 2024 hingga Januari 2025, yaitu ketika wacana kenaikan tarif pajak tersebut ramai diperbincangkan publik. Dari penelusuran arsip resmi kedua media, delapan berita dipilih untuk dianalisis, masing-masing empat berita dari Tempo.co dan empat berita dari DetikNews dengan mengidentifikasi sejumlah berita yang relevan dengan kata kunci seperti “PPN 12 persen”, “kenaikan PPN”, dan “PPN 2025” dari kedua media. Pemilihan dilakukan berdasarkan pertimbangan relevansi dengan fokus penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis framing yang dikembangkan Robert N. Entman. Setiap berita dianalisis berdasarkan empat perangkat framing. Pertama, *define problems* untuk mengidentifikasi isu utama yang disoroti media. Kedua, *diagnose causes* untuk melihat siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah. Ketiga, *make moral judgement* untuk menemukan penilaian moral atau posisi media dalam isu tersebut. Keempat, *treatment recommendation* untuk melihat solusi atau rekomendasi yang ditawarkan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi arsip berita. Teks berita kemudian dibaca secara berulang untuk memperoleh pemahaman yang mendalam. Menurut Bungin (2012), teknik dokumentasi merupakan salah satu cara efektif dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti menelaah data otentik yang telah dipublikasikan. Seluruh data diberi kode sesuai sumber, tanggal publikasi dan media, agar memudahkan proses analisis.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan berita dari Tempo.co dan DetikNews untuk melihat konsistensi maupun perbedaan framing yang muncul. Selain itu, peneliti juga melakukan diskusi dengan seorang praktisi media yang berpengalaman di bidang jurnalistik sebagai langkah validasi tambahan. Moleong (2006) menyebutkan bahwa diskusi dengan ahli dapat membantu peneliti menguji logika analisis dan memastikan kesesuaian dengan teori yang digunakan. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan analisis yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

LANDASAN KONSEPTUAL

a. Konsep Framing

Konsep framing dalam kajian komunikasi merujuk pada cara media mengemas realitas dan menyajikannya kepada khalayak. Menurut Entman (1993), framing adalah proses seleksi aspek tertentu dari realitas yang dipersepsikan dan menonjolkannya dalam teks komunikasi sehingga menghasilkan penafsiran tertentu. Media, melalui framing, tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga

memengaruhi bagaimana khalayak memahami isu, siapa yang dianggap penyebab, dan solusi apa yang dianggap tepat. Dengan demikian, framing berfungsi sebagai perangkat simbolik yang dapat membentuk opini publik dan mengarahkan wacana sosial politik (Eriyanto, 2012). Dalam studi komunikasi, framing sering dianalisis melalui perangkat-perangkat tertentu. Model Robert N. Entman, yang digunakan dalam penelitian ini, menekankan empat perangkat analisis, yaitu pendefinisian masalah (*problem definition*), diagnosis penyebab (*causal interpretation*), penilaian moral (*moral evaluation*), dan rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*).

b. Media

Media berperan penting dalam membentuk cara masyarakat memahami suatu peristiwa. Realitas yang disajikan media bukanlah cerminan langsung dari kenyataan, melainkan hasil konstruksi melalui seleksi, penekanan, dan penyajian informasi tertentu (Berger & Luckmann, 1991; McQuail, 2010). Publik sering kali melihat isu sosial, politik, maupun ekonomi bukan dari pengalaman langsung, melainkan melalui lensa media. Media *online* memiliki peran dalam penyebaran informasi publik, khususnya di era digital. Kecepatan distribusi, jangkauan luas, dan interaktivitas menjadikan media *online* sebagai salah satu sumber utama informasi masyarakat (Kurniawan, 2005). Tempo.co dan DetikNews merupakan dua media arus utama yang memiliki perbedaan gaya jurnalistik dan segmentasi pembaca. Tempo.co dikenal kritis, analitis, dan sering mengedepankan aspek investigatif dalam pemberitaannya (Haryanto, 2018). Sebaliknya, DetikNews cenderung menonjolkan kecepatan, kelugasan, serta popularitas isu dengan segmentasi pembaca yang lebih luas. Perbedaan karakteristik ini berpotensi menghasilkan konstruksi framing yang berbeda terhadap isu kebijakan PPN 12%.

c. Kebijakan Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 12%

Kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12% yang mulai berlaku pada Januari 2025 merupakan kebijakan fiskal yang memicu perdebatan publik. Pajak, meskipun merupakan instrumen penting dalam pembangunan negara, kerap dipersepsikan sebagai beban ekonomi yang langsung dirasakan masyarakat. Di Indonesia, isu kenaikan PPN menjadi sorotan karena menyentuh kepentingan banyak pihak, mulai dari masyarakat kelas bawah hingga pelaku usaha besar. Media memainkan peran penting dalam menyalurkan, mengkritisi, atau bahkan melegitimasi kebijakan tersebut melalui konstruksi pemberitaan yang mereka pilih (Nugroho, 2020).

Dengan demikian, framing media sebagai kerangka analisis untuk melihat bagaimana realitas dikonstruksi dalam teks berita, peran media *online* sebagai agen distribusi informasi dan pembentuk opini publik di era digital, serta kebijakan PPN 12% sebagai isu ekonomi-politik yang kontroversial dan berdampak luas, penelitian diarahkan untuk mengungkap bagaimana perbedaan framing yang dilakukan oleh Tempo.co dan DetikNews dapat memperlihatkan orientasi redaksional, ideologi, serta implikasinya terhadap persepsi publik mengenai kebijakan fiskal pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pajak merupakan salah satu instrumen penting dalam menjaga keberlangsungan pembangunan negara. Di Indonesia, pajak menyumbang lebih dari 70% penerimaan negara, sehingga kebijakan perpajakan kerap menjadi isu strategis dalam politik ekonomi nasional (Kementerian Keuangan RI, 2024). Salah satu kebijakan yang menuai perhatian publik adalah rencana pemerintah menaikkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% pada tahun 2025. Sejak adanya pembahasan mengenai isu kebijakan PPN 12%, media banyak memberitakan termasuk Tempo.co dan DetikNews. Isu ini menjadi perhatian publik karena menyangkut kebijakan fiskal yang berdampak langsung terhadap masyarakat luas, khususnya mencakup daya beli, harga barang dan jasa, serta persepsi publik terhadap arah ekonomi pemerintah.

Penelitian ini berfokus pada dua media *online* besar, yaitu Tempo.co dan DetikNews, yang dikenal memiliki karakteristik pemberitaan yang berbeda. Tempo.co kerap diasosiasikan sebagai media yang cenderung kritis dan progresif, sementara DetikNews dikenal sebagai media yang cepat, padat, dan berorientasi pada penyampaian informasi aktual. Dari hasil penelusuran, ditemukan bahwa kedua media memproduksi puluhan berita yang secara langsung menyinggung kebijakan kenaikan PPN. Dari keseluruhan berita tersebut, peneliti kemudian memilih 4 berita dari masing-masing media untuk dianalisis secara mendalam yang dapat merealisasikan Tempo.co dan DetikNews. Pemilihan ini dilakukan berdasarkan relevansi, kelengkapan unsur *framing*, waktu publikasi pemberitaan yang hampir bersamaan, dan representasi sudut pandang media dalam mengangkat isu kebijakan PPN. Berikut ini adalah daftar berita yang dianalisis dalam penelitian:

Tabel 1. Rangkaian Data Berita Media Tempo.co dan DetikNews

No.	Tempo.co	DetikNews
1.	PPN 12 Persen Dinilai Memberatkan UMKM (29 Desember 2024)	Waka DPR Nilai Kenaikan PPN 12% Perintah UU: Prabowo Tak Mau Bebani Rakyat (29 Desember 2024)
2.	Prabowo Naikkan PPN Jadi 12 Persen Mulai Besok: Kebijakan Perpajakan Harus Utamakan Rakyat (31 Desember 2024)	Prabowo: Pemerintah Terus Upayakan Sistem Perpajakan Adil dan Prorakyat (31 Desember 2024)
3.	Uskup Agung Jakarta Ajak Masyarakat Kritis Tanggapi Kebijakan PPN 12 Persen (25 Desember 2024)	Uskup Agung Jakarta Ikuti Kebijakan soal Kenaikan PPN 12% tapi Tetap Kritis (25 Desember 2024)
4.	Miskoordinasi soal PPN 12 Persen jadi Catatan Buruk 100 Hari Pertama Pemerintahan Prabowo (24 Januari 2025)	PPN 12% Hanya Barang Mewah, PAN: Keberpihakan Prabowo ke Rakyat Tak Diragukan (01 Januari 2025)

Sumber: Artikel berita dari Tempo.co dan DetikNews

Pola Framing Tempo.co dan DetikNews

Berdasarkan hasil analisis terhadap empat berita dari Tempo.co dan empat berita dari DetikNews, peneliti menemukan adanya perbedaan dari cara masing masing media dalam menyajikan dan mengarahkan pemahaman publik terhadap isu kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 12%. Tempo.co cenderung membangun *framing* yang kritis terhadap kebijakan tersebut. Tempo.co membingkai isu PPN ini sebagai persoalan yang berdampak pada masyarakat kecil, khususnya UMKM, serta membuka ruang kritik terhadap pemerintah. Fokus utama pemberitaannya berada pada dampak kebijakan, keresahan publik, miskordinasi antar pejabat negara, hingga dorongan untuk mengevaluasi atau bahkan membatalkan kebijakan. Sementara itu, DetikNews lebih sering menampilkan *framing* yang lebih afirmatif terhadap kebijakan pemerintah atau menyampaikan berita dalam bentuk penjelasan resmi dari pemerintah. Pemberitaan diarahkan pada legalitas kebijakan, teknis pelaksanaan, serta klaim keberpihakan pemerintah kepada rakyat melalui stimulus dan pengecualian terhadap barang kebutuhan pokok atau pembatasan dampak hanya pada barang mewah. Bingkai yang digunakan DetikNews cenderung menjelaskan dan bukan mengkritik. Perbedaan tersebut menunjukkan bagaimana media membangun konstruksi realitas sosial yang berbeda meskipun objek peliputannya sama. Ini sejalan dengan pandangan Eriyanto (2012), bahwa *framing* membentuk cara pandang khalayak melalui pilihan tertentu dalam menyusun fakta, menyorot aspek tertentu, dan menyingkirkan bagian yang lain. Untuk memberikan gambaran sistematis, hasil analisis framing dengan menggunakan empat perangkat Robert Entman disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Perbedaan Pola Framing Tempo.co dan DetikNews dalam Pemberitaan Kebijakan PPN 12%

Elemen Framing (Entman)	Tempo.co	DetikNews
Define Problems (Pendefinisian masalah)	PPN dipandang sebagai beban ekonomi dan isu keadilan sosial, terutama bagi kelompok rentan seperti UMKM dan masyarakat kelas menengah bawah.	PPN dipandang sebagai penyesuaian regulasi fiskal yang diarahkan pada kelompok mampu (barang mewah), sehingga masyarakat umum dianggap relatif tidak terdampak.
Diagnose Causes (Penyebab masalah)	Masalah muncul karena pemerintah kurang sensitif, koordinasi antarpejabat lemah, dan keputusan politik minim melibatkan publik.	Masalah disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan mispersepsi publik, termasuk fenomena psikologis seperti <i>expected inflation</i> .
Make Moral Judgement (Penilaian moral)	Kebijakan dinilai tidak adil dan memperparah beban masyarakat; menekankan keberpihakan pada kelompok kecil dan suara publik.	Kebijakan dinilai sah secara hukum dan adil, karena prinsip “yang mampu membayar lebih” diterapkan, kebutuhan pokok tetap bebas PPN.
Treatment Recommendation (Rekomendasi solusi)	Solusi yang ditawarkan adalah evaluasi ulang, penolakan, atau pembatalan kebijakan demi melindungi masyarakat kecil.	Solusi yang ditekankan berupa edukasi publik, sosialisasi kebijakan, dan stimulus fiskal untuk menenangkan masyarakat.

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2025

Bila dilihat pada Tabel 2, terlihat pola yang konsisten dari masing-masing media. Tempo.co menekankan isu sosial-ekonomi dan dampak kebijakan terhadap kelompok rentan, sedangkan DetikNews memfokuskan pada penjelasan hukum, teknis pelaksanaan, serta mitigasi dampak melalui stimulus. Pendefinisian masalah (*define problems*) oleh Tempo.co menempatkan PPN 12% sebagai persoalan keadilan sosial yang kontroversial, sementara DetikNews menekankan aspek administratif dan fiskal. Dalam hal penyebab masalah (*diagnose causes*), Tempo.co menyoroti ketidaksensitifan pemerintah dan lemahnya koordinasi, sedangkan DetikNews lebih mengaitkannya dengan kurangnya sosialisasi dan persepsi publik. Penilaian moral (*make moral judgement*) juga memperlihatkan perbedaan. Tempo.co menyampaikan kritik melalui kutipan tokoh publik, organisasi sipil, dan masyarakat yang menilai kebijakan memperparah beban hidup. DetikNews menekankan bahwa kebijakan telah dirancang adil, dengan pembebasan PPN untuk kebutuhan pokok dan penekanan pada prinsip “yang mampu membayar lebih”. Terkait solusi (*treatment recommendation*), Tempo.co mendorong evaluasi atau penolakan kebijakan, sedangkan DetikNews menekankan edukasi, sosialisasi, dan klarifikasi untuk menenangkan masyarakat.

Implikasi terhadap Persepsi Publik

Situasi politik saat berita-berita tersebut terbit juga menjadi latar penting dalam membaca pola *framing*. Pemerintahan Presiden Prabowo Subianto baru berjalan kurang dari 100 hari saat implementasi PPN 12% akan diberlakukan. Dalam masa transisi tersebut, ekspektasi dan sensitivitas publik terhadap kebijakan fiskal sangat tinggi, terlebih setelah masa pandemi yang melemahkan daya beli masyarakat. Wacana keadilan sosial juga menguat di tengah tekanan ekonomi terhadap kelompok rentan. Tempo.co menangkap dinamika ini dengan menampilkan suara penolakan publik, sedangkan DetikNews memilih meredam kekhawatiran melalui penjelasan teknis dan legitimasi kebijakan pemerintah. Perbedaan *framing* ini memengaruhi opini publik: Tempo.co mendorong perdebatan dan refleksi kritis, sementara DetikNews memberikan perspektif yang menenangkan dan rasional.

Framing yang berbeda antara kedua media turut mempengaruhi cara masyarakat memahami dan menanggapi kebijakan tersebut. *Framing* yang dilakukan Tempo membuka ruang bagi perdebatan, refleksi kritis, dan mendorong partisipasi sipil dalam proses kebijakan fiskal. Berita-beritanya menyajikan perspektif masyarakat sipil yang mempertanyakan arah kebijakan dan menyuarakan alternatif pandangan. Sebaliknya, *framing* oleh DetikNews justru berperan sebagai kanal informasi penyeimbang yang memperkuat legitimasi kebijakan pemerintah, serta menenangkan opini publik dengan pendekatan rasional dan edukatif.

Dari segi pengaruh terhadap opini publik, kedua *framing* tersebut memunculkan persepsi yang berbeda tentang keadilan kebijakan. Tempo cenderung membentuk persepsi bahwa kebijakan PPN ini tidak berpihak pada rakyat kecil, sementara Detik membentuk narasi bahwa kebijakan ini telah diarahkan secara selektif dan proporsional. Perbedaan ini pada akhirnya berimplikasi pada arah opini

publik yang muncul, apakah mendorong protes dan kritik, atau justru menerima dan menyesuaikan diri dengan kebijakan yang ada.

Kemudian, untuk memperkuat keabsahan hasil analisis dalam penelitian ini, dilakukan validasi data melalui wawancara singkat dengan seorang praktisi media yang berpengalaman di bidang jurnalistik dan komunikasi massa. Wawancara bertujuan untuk memperoleh pandangan reflektif dari pihak yang memahami dinamika pemberitaan media, khususnya dalam membingkai isu-isu kebijakan publik seperti kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 12%. Salah satu poin penting yang disampaikan narasumber adalah bahwa perbedaan gaya pemberitaan kedua media tidak bisa dilepaskan dari latar belakang kepemilikan dan visi redaksional masing-masing. Tempo.co yang tidak memiliki afiliasi kuat dengan pemerintah lebih berani mengambil posisi kritis, sedangkan DetikNews yang dalam sejarahnya berada di bawah konglomerasi media dengan latar belakang pemilik yang pernah menjadi pejabat negara cenderung lebih moderat dalam menyampaikan kritik. Narasumber menjelaskan bahwa netralitas absolut dalam media adalah utopis, dan independensi redaksional lebih memungkinkan media membingkai isu sesuai visi dan nilai yang dianut. Selain itu, narasumber menegaskan pentingnya literasi media. Mahasiswa dan peneliti harus mampu menelusuri afiliasi pemilik media, rekam jejak editorial, dan kecenderungan keberpihakan untuk memahami framing secara akurat. Validasi ini memperkuat kesimpulan bahwa framing tidak hanya dipengaruhi oleh teks berita, tetapi juga oleh struktur media, konteks sosial-politik, dan pertimbangan redaksional yang ideologis.

Meskipun telah disusun dengan menggunakan model teoritis yang jelas, penelitian ini tidak lepas dari sejumlah keterbatasan. Pertama, jumlah berita yang dianalisis dibatasi hanya delapan artikel, yang meskipun telah dipilih secara representatif, namun mungkin belum mencerminkan keseluruhan pola pemberitaan kedua media. Kedua, cakupan media juga terbatas pada dua portal berita besar, sehingga belum mencakup spektrum media lain yang lebih beragam. Ketiga, interpretasi *framing* dilakukan oleh peneliti berdasarkan teks tanpa konfirmasi langsung dari jurnalis redaksi, meskipun telah divalidasi oleh praktisi media. Kendati demikian, keterbatasan tersebut diharapkan tidak mengurangi nilai dari temuan yang diperoleh. Melalui keterbatasan inilah, penelitian ini dapat menjadi pijakan awal bagi penelitian lanjutan dengan pendekatan yang lebih luas atau metode yang lebih kompleks. Penelitian ini juga memberikan sumbangan pemikiran terhadap bagaimana media membentuk persepsi ekonomi rakyat, serta membuka diskusi tentang peran etika jurnalistik dalam menyampaikan kebijakan publik kepada masyarakat luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa Tempo.co dan DetikNews menggunakan pendekatan framing yang berbeda dalam memberitakan kebijakan kenaikan PPN 12%, yang mencerminkan sikap redaksional, kepemilikan media, dan nilai-nilai yang mereka usung. Tempo.co

menekankan isu sosial-ekonomi dan keadilan bagi kelompok rentan, menghadirkan perspektif kritis, serta menampilkan suara publik yang menolak kebijakan. Sementara itu, DetikNews memfokuskan pada legitimasi kebijakan, aspek teknis pelaksanaan, dan penjelasan pemerintah, sehingga membangun narasi yang lebih afirmatif dan menenangkan opini publik. Implikasi penelitian ini menyoroti pentingnya literasi media bagi masyarakat, karena framing media dapat memengaruhi persepsi publik terhadap kebijakan publik. Selain itu, temuan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori framing dalam komunikasi massa, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait peran media dalam membentuk opini publik dan etika jurnalistik dalam penyampaian isu kebijakan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex Sobur. (2009). *Analisis Teks Media. Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Aulia, A., Maisaroh, S., Ananta, A. F., & Pangestoeti, W. (2025). *Dampak kenaikan PPN 12% terhadap pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat*. *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia*, 2(1), 192–201. <https://doi.org/10.62383/amandemen.v2i1.773>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah), 2022-2024*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA3MCMY/realisasi-pendapatan-negara--milyar-rupiah-.html>. Diakses pada 22 April 2025
- DetikNews. (2024). *Waka DPR Nilai Kenaikan PPN 12% Pemerintah UU: Prabowo Tak Mau Bebani Rakyat*. <https://news.detik.com/berita/d-7708267/waka-dpr-nilai-kenaikan-ppn-12-pemerintah-uu-prabowo-tak-mau-bebani-rakyat>.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik*. Yogyakarta: LKis.
- Hanafi, N. S., Sugiarta, N., Reza, F., Ilham, Y., & Lestari, A. (2023). *Peningkatan pemberitaan mengenai omnibus law (RUU Cipta Kerja) studi framing Robert N. Entman di media online detik.com dan tirto.id*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 7(2), 1761-1770. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i2.5038>.
- Palupi, R., Rahmansyah, M., Arasta, G., & Irhamdhika, G. (2023). *Isu LGBT Dalam Bingkai Media Online (Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan RKUHP LGBT Pada Tempo.co Dan BBCIndonesia.com)*. *Jurnal Media Penyiaran*. <https://doi.org/10.31294/jmp.v2i2.1483>.
- Saputra, D., Rahmasari, F., Asmarani, A., & Santoso, N. I. (2024). *Analisis framing Robert N. Entman pada pemberitaan Ferdy Sambo saat divonis hukuman mati di media online Kompas.com periode 13 Februari 2023*. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 6(1), 164–178. <https://doi.org/10.38204/komversal.v6i1.1837>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tempo.co. (2024). *Ini Alasan Pemerintah Naikkan PPN Naik Jadi 12 Persen*.
<https://www.tempo.co/ekonomi/ini-alasan-pemerintah-naikkan-ppn-naik-jadi-12-persen-1168587>

Widyaya, I., & Setiawan, W. (2024). *Analysis of Robert N. Entman's framing model in public representation of political figures: 'Anies' sins' episode on Metro TV's 'Kick Andy' program*. *Kajian Jurnalisme*, 8(1). <https://doi.org/10.24198/jkj.v8i1.55562>