

### **BAB III**

#### **PEMBAHASAN RUMUSAN MASALAH**

Jawa Pos sebagai salah satu surat kabar harian nasional yang keberadaannya sudah ada sejak tahun 1949 sampai kini. Jawa Pos memiliki perusahaan yang berada di Graha Pena, jalan Jenderal A. Yani No. 88, Kelurahan Ketingtang, Kecamatan Gayungan, Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan ini menjadi salah satu perusahaan media tertua yang masih aktif sampai kini. Jawa Pos masih terus menerbitkan surat kabar harian dalam bentuk cetak, bahkan juga menerbitkan dalam bentuk daring di *website* dengan alamat [www.jawapos.com](http://www.jawapos.com), serta menjadi salah satu surat kabar harian yang mendapatkan oplah terbesar di Indonesia.<sup>55</sup>

Perusahaan Jawa Pos ketika pertama kali berdiri bernama *Djava-Post* yang didirikan oleh The Chung Shen (Soeseno Tedjo) pada 1 Juni 1949. The Chung Shen adalah seorang pengusaha kelahiran Bangka yang bekerja sebagai akuntan di perusahaan New China di Suikerstraat 2 Surabaya. Dari pekerjaan tersebut, The Chung Shen mendapat banyak pengalaman pekerjaan yang membentuk kemampuan manajerialnya. The Chung Shen juga bekerja di salah satu kantor film di Surabaya. Dia bertugas untuk menghubungi berbagai penerbit pers untuk memasang iklan film pada surat kabar yang dimuat. dari pekerjaannya itu, dia banyak memiliki teman atau berhubungan baik dengan beberapa penerbitan pers.

The Chung Shen mulai tertarik dengan dunia penerbitan surat kabar dan mencoba untuk mendirikan sendiri perusahaan untuk memuat surat kabar harian.

---

<sup>55</sup> “*Jawa Pos*,” Wikipedia, diakses dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jawa-Pos>, pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 10.00 WIB.

Bisnis dalam memuat surat kabar harian yang dipimpin oleh The Chung Shen cukup sukses. Namun, pada tahun 1982, surat kabar harian yang dimuat oleh Jawa Pos hanya mendapatkan oplah hanya 6800 eksemplar per hari. Akhirnya The Chung Shen memutuskan untuk menjual Jawa Pos, karena selain omzet perusahaan yang turun drastis, usianya pun sudah menginjak 80 tahun.

Perusahaan Jawa Pos beralih kepemilikan pada tahun 1982 dan Dahlan Iskan yang menjadi pemimpin dalam keseluruhan bidang di perusahaan. Terbukti Jawa Pos kembali mendapat oplah 300 ribu eksemplar per hari dan bangkitnya kembali perusahaan ini berjalan selama 5 tahun. Sampai saat ini Jawa Pos telah membuktikan dengan menjadi salah satu media terbesar di Indonesia dengan jumlah oplah mencapai 842 ribu per hari.<sup>56</sup>

Pada tahun 2014, Jawa Pos mulai memasuki bisnis digital yang diberi nama JawaPos.com. Jawa Pos dan JawaPos.com berada dalam satu perusahaan yaitu PT. Jawa Pos Group. Jawa Pos yang biasanya memuat berita dengan bentuk media cetak, kali ini berita yang dibuat dipublikasikan secara daring dan pembaca dapat dengan mudah mengaksesnya melalui JawaPos.com. Perkembangan yang ditunjukkan oleh JawaPos.com sangat pesat, karena pada tahun 2016 telah menyediakan beragam fitur *online* dalam format multi-media (teks, foto, dan video) dan *multi-platform* (*website*, *mobile site*, dan *mobile app*). Dengan perkembangan tersebut dapat memudahkan bagi pembaca yang ingin mengetahui berita *ter-update* terutama bagi pengguna digital.

Jawa Pos juga memiliki visi dan misi yang membuat perusahaan menjadi penyedia media informasi terlengkap dan terpercaya di Indonesia sampai saat ini.

---

<sup>56</sup> Ibid, diakses dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jawa-Pos>, pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 10.15 WIB.

Visi yang dimiliki oleh Jawa Pos adalah menjadi perusahaan media cetak maupun *online* dunia yang dihormati disegani dan patut dicontoh. Sedangkan misi yang dimiliki oleh Jawa Pos yaitu:

- Meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui pemuasan pelanggan dan mencerdaskan bangsa dengan adanya informasi yang aktual.
- Menjadi bagian penting dalam mendukung perkembangan nasional melalui media pokok PT. Jawa Pos.<sup>57</sup>

JawaPos.com juga terdapat struktur redaksi yang bertugas di dalamnya, orang-orang itulah yang menjalankan visi dan misi yang dimiliki oleh Jawa Pos sehingga menjadi salah satu media terbesar di Indonesia. Mulai dari pimpinan sampai dengan reporter, semuanya bekerja sama untuk selalu menyajikan berita yang berkualitas dan menambah wawasan pembaca. Di bawah ini terdapat tabel yang berisi struktur redaksi JawaPos.com lengkap dengan nama serta jabatannya.<sup>58</sup>

<b>Jabatan</b>	<b>Nama Anggota</b>
Pemimpin Redaksi / Penanggung Jawab	Dhimas Ginanjar Satria Perdana
Kepala Liputan	Ilham Safutra
Redaktur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ainur Rohman</li> <li>2. Banu Adikara</li> <li>3. Bintang Pradewo</li> <li>4. Candra Kurnia</li> <li>5. Dony Lesmana Eko Putra</li> <li>6. Edy Pramana</li> <li>7. Eko Dimas Ryandi</li> <li>8. Kuswandi</li> <li>9. Lalu Ratri Mubyarsah</li> <li>10. Mohamad Nur Asikin</li> <li>11. M. Dinarsa Kurniawan</li> <li>12. M. Sholahuddin</li> </ol>

<sup>57</sup> Ida Fadilah, “Analisis *Framing* Berita Debat Pemilihan Presiden 2019 pada Surat Kabar Jawa Pos”, (Skripsi, IAIN Salatiga, Salatiga, 2019), 48.

<sup>58</sup> “Redaksi JawaPos.com,” JawaPos.com, diakses dari <https://www.jawapos.com/redaksi/>, pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 10.40 WIB.

Asisten Redaktur	1. Estu Suryowati 2. Nurul Adriyana Salbiah
Reporter	1. Abdul Rahman 2. Marieska Harya Virdhani 3. Muhammad Ridwan 4. Rian Alfianto 5. Sabik Aji Taufan 6. Rafika Rachma Maulidini
Fotografer	Dery Ridwansah
Videografer	Satrio Maulana Maheswara
Desain Grafis	Dimas Pradipta
Creative Content	Ane Herfira
Sekretaris Redaksi	Juwita K. Ginting
Research & Development	1. Fajar Budihartono 2. Ahmad Aan Tory Tonang 3. Renda Eko Riyadi
Mobile Apps	Steven Clinton
AdsOp & Programmatic	Wahyuni
Account Executive Surabaya	1. Karina Kusuma Halim 2. Dwimas Arie Supangkat 3. Garindra Natarizki Ramadhani
Account Executive Jakarta	1. Dessy Indriani 2. Muhammad Nasrullah 3. Netty Herawaty 4. Sanindiana Kusumaramadhanti 5. Rita Sopiana
Programmatic & Partnership	Sanindiana Kusumaramadhanti
Ombudsman	1. Rohman Budijanto 2. Bambang Janu Isnoto

**Tabel 3.1 Struktur Redaksi JawaPos.com**

Surat kabar harian yang dimuat Jawa Pos memiliki wilayah penyebaran yang cukup luas. Walaupun pusatnya terletak di kota Surabaya, Jawa Pos tersebar di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Bali. Setelah Jawa Pos juga terbit dalam bentuk daring, seluruh masyarakat di wilayah Indonesia bisa membaca berita yang dipublikasikan melalui JawaPos.com.

Pada penyajian rubrik di setiap media tentu tidak sama dan memiliki karakteristik yang berbeda. Termasuk Jawa Pos memiliki rubrik tersendiri dalam menyajikan berita-berita yang aktual. Baik dalam bentuk surat kabar (koran)

maupun dalam bentuk daring, sama-sama menyajikan rubrik berita yang tidak jauh berbeda. Berikut beberapa rubrik berita yang terdapat dalam JawaPos.com, di antaranya:

- Berita Utama, salah satu rubrik yang berisi berita-berita yang baru saja terjadi. Biasanya berita yang dibuat memiliki daya tarik yang besar dan bersifat umum, namun memiliki unsur aktual bagi pembaca.
- Opini, rubrik yang berisikan agenda redaksi yang masyarakat bisa ikut berpendapat sesuai dengan tema yang ada.
- Kesehatan, merupakan rubrik berita yang membahas tentang kesehatan yang ada di Indonesia.
- Ekonomi, rubrik berita yang isinya berkaitan dengan ekonomi. Biasanya berita tersebut bisa berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.
- Internasional, merupakan rubrik yang menampilkan berita-berita dari luar negeri untuk diketahui oleh pembaca.
- Nasional, rubrik berita yang berisi informasi peristiwa-peristiwa atau kejadian yang terjadi di dalam negeri.
- *Sport*, rubrik berita yang berisi sekumpulan informasi mengenai olahraga baik dalam negeri maupun luar negeri.
- Wisata dan Kuliner, rubrik berita yang berisi informasi mengenai tempat atau lokasi dan yang bisa atau cocok untuk dijadikan sebagai destinasi wisata.<sup>59</sup>

Akhir-akhir ini, JawaPos.com sering kali membahas pemberitaan tentang naiknya harga minyak goreng. Harga minyak goreng mengalami kenaikan dari akhir tahun 2021. Pada awal tahun 2022 harga minyak goreng semakin tidak

---

<sup>59</sup> Ida Fadilah, "Analisis *Framing* Berita Debat Pemilihan Presiden 2019 pada Surat Kabar Jawa Pos", (Skripsi, IAIN Salatiga, Salatiga, 2019), 48-50.

terkontrol dan terus mengalami kenaikan. Kenaikan harga minyak goreng ini menjadi topik utama pembicaraan antar masyarakat. Oleh karena itu, JawaPos.com turut meliput permasalahan yang terjadi untuk dijadikan sebuah berita.

Pada dasarnya sebuah berita dibuat sesuai dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi sebenarnya. Peristiwa atau kejadian yang terjadi saat itu adalah harga minyak goreng naik sampai dua kali lipat dari harga semula. JawaPos.com sudah mulai meliput berita naiknya harga minyak goreng sejak bulan Desember 2021. Sedangkan pada 3 bulan di awal tahun 2022, JawaPos.com semakin sering memuat berita naiknya harga minyak goreng.

Pada tanggal 4 Januari 2022, presiden Jokowi Dodo meminta kepada Menteri Perdagangan (Mendag) untuk segera menstabilkan lagi harga minyak goreng.<sup>60</sup> Hal itu disebabkan naiknya harga minyak goreng telah terjadi dari beberapa bulan yang lalu, dan sampai bulan Januari 2022 belum mengalami penurunan, akan tetapi terus mengalami kenaikan. Bukan hanya saja harganya yang naik, namun ketersediaan minyak goreng di pasaran juga berkurang.

Naiknya harga minyak goreng yang menjadi dua kali lipat membuat masyarakat resah. Terutama bagi pedagang yang berjualan dengan minyak goreng sebagai bahan utama, seperti pedagang kerupuk, pedagang gorengan, pedagang telur gulung, dll. Mereka tetap membeli minyak goreng dengan harga yang mahal agar usahanya bisa terus berjalan, dan pendapatan yang diperoleh juga tidak sebanding dengan harga produksi.

---

60 Mohamad Nur Asikin, "Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng," JawaPos.com, diakses dari <https://www.jawapos.com/?p=2507048>, pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 11.30 WIB.

Kementerian Perdagangan (Kemendag) menjelaskan alasan dari naiknya harga minyak goreng. Dalam pemberitaan yang dimuat oleh JawaPos.com pada tanggal 1 Februari 2022, Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan mengatakan naiknya harga minyak goreng disebabkan tingginya permintaan komoditas kelapa sawit dunia. Tingginya permintaan dunia dikarenakan Indonesia sebagai salah satu produsen kelapa sawit terbesar.<sup>61</sup>

Melonjaknya permintaan komoditas kelapa sawit masih menjadi salah satu penyebab naiknya harga minyak goreng. Penyebab lainnya yang juga dikatakan oleh Menteri Perdagangan adalah peluncuran B30 (biodiesel). B30 sendiri merupakan salah satu jenis bahan bakar nabati yang digunakan untuk kendaraan. Sejak diresmikannya B30 sebagai alternatif energi, sejak itu harga minyak goreng terus bergerak naik, bahkan sampai mencapai dua kali lipatnya.<sup>62</sup>

Pemerintah juga sedang berusaha agar harga minyak goreng bisa kembali normal dan persediaan minyak goreng kembali terpenuhi. Pemerintah juga sudah melakukan bantuan subsidi minyak goreng ke berbagai wilayah untuk mengurangi dampak dari langkanya ketersediaan minyak goreng. Namun, itu semua tidak banyak menolong untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Permasalahan naiknya harga minyak goreng terjadi cukup lama dan rumit. Selain itu, beberapa media termasuk JawaPos.com selalu memuat pemberitaan tentang naiknya harga minyak goreng. Pemberitaan tersebut bisa dianalisis dari segi pbingkaiannya. Kata lain dari pbingkaiian adalah *framing*, dan tujuan

---

61 Edy Pramana, "Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung," JawaPos.com, diakses dari <https://www.jawapos.com/?p=2570342>, pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 11.50 WIB.

62 Ibid, diakses dari <https://www.jawapos.com/?p=2570342>, pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 12.10 WIB.

dari *framing* untuk mengetahui bagaimana sebuah media membingkai peristiwa yang sedang terjadi menjadi sebuah berita yang akan dibaca oleh masyarakat.

Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan adalah melakukan analisis *framing* pada pemberitaan naiknya harga minyak goreng di media daring JawaPos.com. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana media JawaPos.com membingkai peristiwa naiknya harga minyak menjadi sebuah berita. Untuk lebih jelasnya, hasil pemaparan penelitian analisis *framing* terhadap pemberitaan naiknya harga minyak goreng di media daring JawaPos.com ada pada penjelasan berikut.

#### **A. Bentuk Analisis *Framing* Pemberitaan Naiknya Harga Minyak Goreng di Media Daring JawaPos.com dalam Aspek *Framing Device***

Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk *framing* pada pemberitaan naiknya harga minyak goreng di media daring JawaPos.com. Berita yang dianalisis oleh peneliti adalah berita yang dipublikasikan oleh media JawaPos.com saat harga minyak goreng mengalami kenaikan yaitu dari bulan Januari-Maret tahun 2022. Berita yang akan diteliti untuk dianalisis berdasarkan pada aspek *framing device* dari perspektif William A. Gamson yang terdapat dalam berita tersebut.

No.	Judul Berita	Tanggal Publikasi	Link Berita
1.	Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng	4 Januari 2022	<a href="https://www.jawapos.com/?p=2507048">https://www.jawapos.com/?p=2507048</a>
2.	Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang: Semoga	7 Januari 2022	<a href="https://www.jawapos.com/?p=2516246">https://www.jawapos.com/?p=2516246</a>

	ada Kepedulian		
3.	Harga Minyak Goreng Meroket, Tembus Rp 22 Ribu per Liter	10 Januari 2022	<a href="https://www.jawapos.com/?p=2519686">https://www.jawapos.com/?p=2519686</a>
4.	Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung	1 Februari 2022	<a href="https://www.jawapos.com/?p=2570342">https://www.jawapos.com/?p=2570342</a>
5.	Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket	18 Maret 2022	<a href="https://www.jawapos.com/?p=2680802">https://www.jawapos.com/?p=2680802</a>
6.	Relaksasi Harga Minyak Goreng Kemasan Tak Banyak Menolong	30 Maret 2022	<a href="https://www.jawapos.com/?p=2711842">https://www.jawapos.com/?p=2711842</a>

Tabel 3.2 Judul Berita Naiknya Harga Minyak Goreng di Media Daring JawaPos.com

### 1. Analisis Berita 1

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

#### a. *Methapors*

*Methapors* secara pengertian merupakan salah satu perangkat *framing devices* yang memiliki fungsi untuk menunjukkan pengandaian atau perumpaan. *Methapors* umumnya ditemukan di sebuah kalimat untuk mengacu pada sebuah situasi tertentu atau situasi yang berbeda atau justru sejenis berdasarkan situasi

yang diharapkan akan atau sedang terjadi.<sup>63</sup> Pada kasus lain, juga dapat digunakan analogi-analogi untuk menunjukkan sebuah peristiwa di dalam kalimat yang sedang dibuat.

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, peneliti berhasil mengidentifikasi beberapa aspek *methapors*. Adapun *methapors* pertama dapat ditemukan dalam kalimat,

“Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) memerintahkan Kementerian Perdagangan (Kemendag) untuk menjamin stabilitas harga minyak goreng dalam negeri. Sebab kebutuhan rakyat harus diutamakan dan harga minyak goreng harus kembali terjangkau.” (P1)

Melalui aksi Presiden yang memberikan perintah kepada Kemendag, maka kata “menjamin” menandai suatu pengandaian atau kondisi yang diharapkan oleh Presiden Joko Widodo dapat terjadi di masa mendatang. Adapun kondisi yang diharapkan dalam hal ini adalah kestabilan harga minyak goreng dalam negeri. *Methapors* dengan penggunaan kata “menjamin” serta memiliki konteks yang sama seperti pada *methapors* sebelumnya ditegaskan kembali dalam kalimat,

“Saya perintahkan menteri perdagangan untuk menjamin stabilitas harga minyak goreng di dalam negeri dengan harga harus tetap terjangkau,” kata Jokowi secara virtual dikutip Senin (3/1). (P3)

Aspek *methapors* yang terdapat pada kutipan paragraf di atas sama seperti aspek *methapors* sebelumnya. Dalam kutipan paragraf di atas menggunakan kata “menjamin”. Kutipan paragraf di atas merupakan kutipan ucapan langsung dari presiden Joko Widodo yang memerintahkan menteri perdagangan untuk stabilkan harga minyak goreng. Paragraf di atas juga masih

---

63 Rismawati, “Jurnalisme Bencana dalam Pemberitaan Gempa Lombok 2018 pada SindoNews.com (Analisis *Framing* Model W.A Gamson dan A. Modigliani)”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2021), 31.

berhubungan dengan paragraf sebelumnya atau merupakan bentuk lebih jelasnya dari penjabaran di paragraf sebelumnya.

b. *Catchphrases*

*Catchphrases* dapat dipahami sebagai frase yang menggambarkan suatu fakta yang mengacu pada perspektif atau gagasan tertentu dari suatu pihak. Penyajian *catchphrases* pada umumnya ditunjukkan dengan penggunaan kata yang menonjol, kontras, atau menarik dalam sebuah teks berita.<sup>64</sup> Frase yang digunakan biasanya demi mendukung kekuasaan tertentu.

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, dalam upaya menemukan frase menarik dalam teks berita peneliti mengutip tiga kalimat pemberitaan,

“Selain itu, Jokowi juga mengingatkan bahwa pemerintah mewajibkan perusahaan swasta, BUMN beserta anak perusahaan yang bergerak baik di bidang pertambangan perkebunan maupun pengolahan Sumber Daya Alam (SDA) lainnya untuk mengutamakan kebutuhan dalam negeri terlebih dahulu sebelum melakukan ekspor.” (P5)

“Ini adalah amanat pasal 33 ayat 3 UUD 1945 bahwa bumi air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat,” tuturnya. (P6)

“Ini mutlak, jangan sampai dilanggar dengan alasan apa pun,” pungkasnya. (P8)

Peneliti menilai bahwa frase yang dikutip dalam beberapa kalimat di atas adalah frase yang membuat teks berita menjadi menarik sebab dalam penyampaian Presiden Joko Widodo di hadapan pers, beliau mengingatkan tugas dan kewajiban perusahaan-perusahaan negeri maupun swasta di bidang

---

<sup>64</sup> Conni Ervina Fransiska, “Analisis Pembingkai Media pada Program Bingkai Sumatera Edisode Ranah Minang Negeri Perempuan di DAAI TV”, (Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2015), 57.

pengolahan SDA agar tidak lepas dari tanggung jawabnya. Kemudian pada paragraf berikutnya, Presiden Jokowi mengutip salah satu pasal UUD yang cukup mewakili sikap beliau sebagai sosok presiden yang menomorsatukan kesejahteraan rakyat di atas segala-galanya. Pengucapan kata “mutlak” oleh Presiden Joko Widodo di atas menampakkan bahwa beliau berani bersikap tegas dalam menangani isu negara. *Catchphrases* tersebut memberikan kesan positif pada sosok Presiden Joko Widodo yang ingin rakyat Indonesia khususnya yang berada di kalangan menengah ke bawah tidak mengalami krisis ekonomi lebih mendalam.

### c. *Depiction*

*Depiction* apabila didefinisikan adalah salah satu aspek pembedaan berita yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran terhadap sebuah fenomena. Penggunaan *depiction* sifatnya tidak harfiah dan dapat diwakilkan dengan penggunaan kosakata, yakni leksikon dalam memberikan label atas sebuah gagasan.<sup>65</sup>

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *depiction* dengan menarik paragraf kedua dan ketiga,

“Seperti diketahui, harga minyak goreng yang saat ini melambung tinggi karena naiknya harga komoditas Crude Palm Oil (CPO) dunia sebagai bahan baku minyak goreng. Naiknya harga CPO dunia mendorong kenaikan harga jual minyak goreng hingga mencapai di atas Rp 20 ribu per kilogram.” (P2)

“Saya perintahkan menteri perdagangan untuk menjamin stabilitas harga minyak goreng di dalam negeri dengan harga harus tetap terjangkau,” kata Jokowi secara virtual dikutip Senin (3/1). (P3)

---

65 Rismawati, “Jurnalisme Bencana dalam Pemberitaan Gempa Lombok 2018 pada SindoNews.com (Analisis *Framing* Model W.A Gamson dan A. Modigliani)”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2021), 31.

Dari dua kutipan paragraf di atas, tersaji pemilihan kata “melambung tinggi” alih-alih sekedar kata kenaikan, memberikan kesan yang membuat pembaca merasa prihatin dan khawatir terhadap krisis yang tengah terjadi. Di samping itu terdapat penggunaan kata “perintahkan” dan “menjamin” menandakan bahwa Presiden Joko Widodo sigap dalam mengatasi problematika naiknya harga minyak goreng yang cukup mendukung *framing* terhadap teks berita pertama.

d. *Exemplaar*

*Exemplaar* pada umumnya adalah contoh atau uraian yang berwujud komparasi atau teori yang memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan lanjut terhadap bingkai berita. *Exemplaar* biasanya sebagai pelengkap dalam sebuah wacana atau teks mengenai peristiwa yang terjadi. Dengan adanya *exemplaar* dapat digunakan dalam memperoleh pembenaran terhadap sebuah peristiwa yang dibingkai.<sup>66</sup>

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022. Aspek *exemplar* pada teks berita tersebut dapat diidentifikasi di paragraf keempat,

“Bila diperlukan, Menteri Perdagangan dapat melakukan kembali operasi pasar agar harga tetap terkendali.” (P4)

Pada kutipan paragraf keempat, terdapat kata kunci yaitu “bila diperlukan”. Kata kunci tersebut merupakan gagasan yang memperjelas pernyataan sebelumnya. Pada pernyataan sebelumnya, Presiden Jokowi memerintahkan Mendag untuk menstabilkan harga minyak goreng dalam negeri, sehingga pada

---

66 Conni Ervina Fransiska, “Analisis Pembingkai Media pada Program Bingkai Sumatera Edisode Ranah Minang Negeri Perempuan di DAAI TV”, (Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2015), 57.

*exemplaar* terdapat gagasan berupa strategi yang dapat dilakukan oleh Mendag untuk menangani isu terkait naiknya harga minyak goreng.

e. *Visual Images*



**Gambar 3.1 *Visual Images* Berita 1**

*Visual Images* hakikatnya adalah aspek pembingkaihan berita yang berwujud citra, grafik, dan gambar untuk memberikan gambaran atas pokok pemberitaan dari suatu teks.<sup>67</sup> Dalam upaya memberikan penekanan terhadap *framing* atau pesan yang terkandung, maka pada umumnya digunakan gambar visual seperti grafik, kartun, atau foto.

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, apabila ditinjau berdasarkan teks berita, Presiden Joko Widodo berbicara kepada publik terkait perintahnya kepada Mendag secara virtual alih-alih secara langsung kepada pers. Maka dari itu, *visual images* yang terpampang di bawah judul berita menampilkan Presiden Joko Widodo yang sedang berbicara dengan lawan bicaranya (tidak ditampilkan) di dalam istana negara apabila meninjau dari latar belakang foto yang ditampilkan. Peneliti menangkap bahwa jurnalis

---

<sup>67</sup> Rismawati, “Jurnalisme Bencana dalam Pemberitaan Gempa Lombok 2018 pada SindoNews.com (Analisis *Framing* Model W.A Gamson dan A. Modigliani)”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2021), 32.

menggunakan *visual images* tersebut untuk memberikan gambaran terdekat dengan pembingkai berita yang sesungguhnya.

## 2. Analisis Berita 2

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

### a. *Methapors*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, peneliti menarik kalimat yang diucapkan oleh pedagang kerupuk pada paragraf keenam,

“Sempat kepikiran tutup. Tapi, ada nasib 15 keluarga juga. Jadi tetap bertahan, apa pun kondisinya.” tegasnya. (P6)

Pada kutipan teks berita di atas merumuskan aspek *methapors*. Melalui penulisan kata “Sempat kepikiran tutup” apabila dikaitkan dengan kalimat berikutnya maka akan terjadi pengandaian oleh Lasimin sebagai pengusaha kerupuk yang merujuk pada situasi seperti apakah yang akan terjadi apabila ia melakukan gulung tikar, mengingat bahwa terdapat 15 kepala keluarga yang sedang mencari nafkah.

### b. *Catchphrases*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7

Januari 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *catchphrases* yang ditampilkan pada kalimat pemberitaan,

“Bagi dia, meningkatnya harga minyak curah itu cukup mengagetkan. Pasalnya, harga per kilogramnya bisa meningkat hingga tiga kali dalam sehari. “Naik ya memang pelan-pelan ya. Sebelum naik, harga sekilo curah kisaran Rp 8 ribu–10 ribu. Lah, ini tadi beli sudah naik segitu,” tuturnya.” (P4)

Sebagai aspek *catchphrase*, paragraf di atas adalah satu dari keseluruhan paragraf lain yang tampak menonjol pada rumusan *frame device* dimana pembaca dapat merasakan keresahan yang sama dengan yang dirasakan oleh pengusaha usaha mikro kerupuk dengan melonjaknya harga minyak goreng. Paragraf tersebut cukup menarik sebab berdasarkan informasi narasumber, maka pembaca pun menjadi tahu harga minyak goreng yang dinaikkan oleh pemerintah telah melampaui batas wajar. Fenomena itu tentunya menyadarkan khalayak, bahwa tingginya harga minyak goreng juga memberikan ancaman bagi bisnis para pengusaha kecil yang menjadikan minyak goreng sebagai bahan utama produksinya.

### c. *Depiction*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, dalam merumuskan aspek *depiction* peneliti menarik paragraf pemberitaan,

“Dia mengaku harga minyak curah mulai naik dalam empat bulan terakhir. Rata-rata per hari, Lasimin mampu memproduksi 1–2 kuintal kerupuk yang melibatkan 15 pekerja. Untuk itu, dia lebih memilih bertahan di tengah-tengah ketidakpastian harga minyak. “Cari untung 200 ribu saja cukup sulit,” lanjutnya sembari menggoreng kerupuk.” (P5)

Aspek *depiction* dalam paragraf dari teks berita kedua adanya beberapa penggunaan kata yaitu “rata-rata” dan “mampu memproduksi” menyiratkan bahwa Lasimin sebagai pengusaha kerupuk setiap harinya dapat memproduksi kerupuk dengan kuantitas atau rata-rata yang sama meskipun harga minyak goreng terus melonjak selama empat bulan terakhir. Kemudian pemilihan kata “bertahan” dan kalimat “cari untung 200 ribu saja cukup sulit” memberikan artian bahwa produksi kerupuk dengan jumlah yang nyaris sama setiap harinya di tengah kenaikan harga minyak sama saja dengan terus mempersempit keuntungan yang diperoleh pengusaha. Kalimat yang dituturkan oleh Lasimin diikuti oleh frasa “sembari menggoreng kerupuk” menggambarkan kepasrahan yang dirasakan pengusaha kerupuk yang sudah tidak mampu berbuat apa-apa selain tetap melakukan produksi dan menunggu harga minyak kembali normal.

d. *Exemplaar*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, melalui teks berita peneliti menemukan *exemplaar* yang terdapat pada paragraf ketujuh,

“Meski keuntungan tak sebanding dengan biaya produksi, pria 70 tahun itu memilih tetap bertahan. “Apalagi dari 15 orang itu ada yang korban PHK sebelumnya,” lanjutnya.” (P7)

Dari kutipan paragraf di atas, sudah cukup memberikan uraian lebih lanjut terhadap pemberitaan yang sedang dibingkai. Dimana Lasimin sebagai pengusaha kerupuk menyampaikan salah satu alasan mengapa ia tetap mempertahankan bisnisnya meskipun pendapatan yang diperolehnya nyaris tidak bisa menutupi biaya produksi yang diperlukan setiap harinya.

e. *Visual Images*



**Gambar 3.2** *Visual Images* Berita 2

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, *visual images* yang diperlihatkan adalah dua orang pekerja sedang menggoreng kerupuk di kediaman Lasimin sebagai pemilik usaha kerupuk yang nantinya akan didistribusikan kepada para konsumen. Aktivitas pekerja tersebut yang tetap melakukan produksi besar-besaran seperti biasanya di tengah-tengah kelonjakan harga minyak goreng demi kepentingan memenuhi nafkah sehari-hari telah mewakili *frame* terhadap berita yang telah dikaji sebelumnya.

3. Analisis Berita 3

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

a. *Methapors*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10

Januari 2022, identifikasi aspek *methapors* dapat ditinjau pada kalimat pemberitaan,

“Memasuki awal tahun, harga sejumlah kebutuhan pokok di pasar belum menunjukkan penurunan. Masih melambung. Salah satunya, minyak goreng. Harga komoditas utama itu masih berkisar Rp 19.500 hingga Rp 22.000 per liter.” (P1)

Berdasarkan kutipan di atas maka frasa “belum menunjukkan penurunan” adalah sebuah aspek *methapors* yang merujuk pada situasi dimana kebutuhan pokok tidak menunjukkan tanda-tanda penurunan harga sama seperti harga minyak goreng yang terus mengalami peningkatan.

b. *Catchphrases*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, dari keseluruhan teks berita peneliti menarik paragraf kedua sebagai aspek *catchphrases*,

“Kenaikan harga minyak goreng terpantau di sejumlah pasar tradisional. Salah satunya di Pasar Gresikan, Tambaksari. Rukmini, salah seorang pedagang, menyatakan, harga minyak goreng terus berubah. Pekan lalu masih berkisar Rp 20 ribu per liter. Kemarin naik menjadi Rp 22 ribu per liter. “Naik terus,” ucapnya saat ditemui Minggu (9/1).” (P2)

Dalam kutipan paragraf di atas terdapat frase yang cukup menonjol disebabkan karena adanya ucapan seorang narasumber yaitu “naik terus”. Kalimat itu diucapkan oleh Rukmini sebagai salah satu pedagang bahan pokok di Pasar Gresikan, mengartikan bahwa kedepannya terdapat kemungkinan ia akan menaikkan kembali harga minyak goreng yang sudah tinggi dalam rangka memperoleh keuntungan yang sebanding dengan harga minyak goreng yang dijual oleh produsen. Sebagai distributor, tindakan yang dilakukannya terkesan tidak

begitu mementingkan kebutuhan konsumen sebab ia tidak ingin mengalami penurunan laba dengan cara menaikkan harga minyak goreng.

c. *Depiction*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, aspek *depiction* dalam pembedaan berita terkait peneliti identifikasi melalui kutipan paragraf berita,

“Kondisi serupa ditemukan di Pasar Wonokromo. Harga minyak goreng masih meroket. Yakni, Rp 21 ribu per liter. Yang paling rendah di Pasar Tambakrejo dan Pasar Balongsari. Di sana harganya Rp 19.500 per liter. Meski rendah, harga itu masih jauh dari harapan pemerintah. Sebab, Kementerian Perdagangan (Kemendag) berharap harga jual minyak goreng berada di kisaran Rp 14 ribu per liter.” (P3)

Berlandaskan pada kutipan paragraf di atas, peneliti merumuskan adanya aspek *depiction* dengan teks berita yang menyebutkan kata “meroket” dan variasi harga minyak goreng di antaranya “Rp 21 ribu per liter” dan “Rp 19 ribu liter” di dua pasar tradisional yang berbeda. Kedua harga tersebut masih masuk ke dalam kategori mahal, sebab pada kalimat berikutnya penggunaan frasa “masih jauh” menunjukkan harga-harga minyak goreng itu tidak sejalan dengan apa yang menjadi “harapan” pemerintah. Isitlah, angka, dan kata yang digunakan dalam teks berita memberikan label terkait perbedaan harga jual minyak goreng di beberapa pasar tradisional yang tergolong tinggi bagi para konsumen yang selanjutnya terdapat label bahwa harga-harga tersebut berada jauh dari apa yang diharapkan oleh Kemendag. Hal itu disebabkan Kemendag memiliki target harga jual minyak goreng di pasar yang jauh lebih murah dibandingkan dengan yang saat ini diperdagangkan.

d. *Exemplaar*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, peneliti menarik paragraf kedua dan ketiga sebagai aspek *exemplaar*,

“Kenaikan harga minyak goreng terpantau di sejumlah pasar tradisional. Salah satunya di Pasar Gresikan, Tambaksari. Rukmini, salah seorang pedagang, menyatakan, harga minyak goreng terus berubah. Pekan lalu masih berkisar Rp 20 ribu per liter. Kemarin naik menjadi Rp 22 ribu per liter. “Naik terus,” ucapnya saat ditemui Minggu (9/1).” (P2)

“Kondisi serupa ditemukan di Pasar Wonokromo. Harga minyak goreng masih meroket. Yakni, Rp 21 ribu per liter. Yang paling rendah di Pasar Tambakrejo dan Pasar Balongsari. Di sana harganya Rp 19.500 per liter. Meski rendah, harga itu masih jauh dari harapan pemerintah. Sebab, Kementerian Perdagangan (Kemendag) berharap harga jual minyak goreng berada di kisaran Rp 14 ribu per liter.” (P3)

Dari dua kutipan paragraf di atas, mampu memberikan perincian atas pembedaan berita terkait. Pada paragraf kedua terdapat uraian penjelasan tentang perubahan harga minyak goreng yang signifikan dari pekan ke pekan di Pasar Gresikan. Adapun pada paragraf selanjutnya adalah perincian mengenai variasi harga minyak goreng di pasar tradisional yang berbeda. Berdasarkan kedua aspek *exemplaar* tersebut cukup mewakili *frame* berita yang menggambarkan situasi kenaikan harga minyak goreng.

e. *Visual Images*



**Gambar 3.3 *Visual Images* Berita 3**

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, terpampang *visual images* yang menampilkan sosok Rukmini sebagai salah satu pedagang sembako di Pasar Gresik sedang menjaga lapak dagangannya. Ia tengah memegang salah satu botol minyak goreng literan yang diungkapkannya kini telah mencapai harga Rp 22 ribu per liter. Apa yang ditampilkan pada foto tersebut adalah representasi yang menguatkan *frame* berita terkait.

4. Analisis Berita 4

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

a. *Methapors*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa,

1 Februari 2022, peneliti berhasil mengidentifikasi aspek *methapors*. Adapun *methapors* dari teks berita dapat ditemukan dalam kalimat,

“Namun, kata Lutfi, pemerintah juga sudah melakukan intervensi stabilisasi minyak goreng dilakukan secara bertahap untuk menjaga harga pasar tidak menyebabkan kekacauan di pasar. “Maka kalau mau tindakan kita itu pelan-pelan. Kami coba intervensi pasar sedemikian rupa supaya nggak kacaukan harga,” ucapnya.” (P6)

Kata “kalau” yang tersisip pada kalimat yang diucapkan oleh Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan, mengacu pada tindakan apa yang kemungkinan dapat terjadi apabila dari pihak kementerian perdagangan melaksanakan strategi intervensi pasar untuk mengamankan harga minyak goreng yang sedang melambung tinggi.

#### b. *Catchphrases*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, dalam upaya menemukan frasa menarik dalam teks berita peneliti mengutip dua kalimat pemberitaan,

“Menurutnya, selama sebelum memproduksi B30, harga minyak goreng cenderung mendatar. Namun, setelah B30 digunakan sebagai alternatif energi, harga komoditas minyak kelapa sawit langsung bergerak liar.” (P2)

“Yang membuat tinggi, RI sebagai penghasil kelapa sawit terbesar dunia. Kita bikin namanya B30, harganya loncat,” kata Lutfi dalam rapat kerja dengan Komisi VI DPR, Senin (31/1). (P3)

Peneliti menilai bahwa frase yang dikutip dalam beberapa kalimat di atas adalah frase yang membuat teks berita menjadi menarik sebab dalam penyampaian Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan di hadapan pers, beliau menjabarkan situasi yang menjadi penyebab kenaikan harga minyak goreng dalam negeri dengan menggunakan pilihan majas kata. *Catchphrases* tersebut

memberikan kesan kepada Muhammad Lutfi bahwa ia adalah seorang politikus yang gemar bermain kata tanpa mengubah makna kalimat yang disampaikan. Hal ini mencerminkan fungsi *cacthphrases* yang memberikan gambaran fakta melalui penyajian bahasa yang menarik.

*c. Depiction*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *depiction* dengan menarik kalimat pemberitaan,

“Kementerian Perdagangan (Kemendag) menyebut lonjakan harga minyak goreng yang sempat terjadi beberapa waktu lalu hingga menyentuh di atas Rp 20.000 per liter dipengaruhi oleh permintaan komoditas kelapa sawit dunia. Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi berpendapat, lonjakan permintaan kelapa sawit tersebut lantaran Indonesia menjadi salah satu produsen besar kelapa sawit. Apalagi, Indonesia telah meluncurkan B30 alias biodiesel yang merupakan salah satu jenis bahan bakar nabati untuk kendaraan.” (P1)

Tersaji penulisan frasa “dipengaruhi oleh permintaan komoditas kelapa sawit dunia” memberikan dua kesan positif dan negatif. Kesan positif yang dapat diterima adalah bahwa melalui kalimat itu artinya hampir seluruh negara lain bergantung pada negara Indonesia atas ketersediaan kepala sawit, dan merepresentasikan kekayaan alam Indonesia yang tidak ada habisnya. Adapaun kesan negatif yang diterima adalah, terjadi peningkatan permintaan ekspor yang membuat pedagang minyak goreng meningkatkan harga minyak goreng sehingga situasi itu menyengsarakan rakyat Indonesia.

Terdapat juga pada kalimat “meluncurkan B30 alias biodiesel” menunjukkan bahwa Indonesia cukup hebat dengan menciptakan inovasi yang

pada akhirnya menjadi ketertarikan dunia, namun langkah tersebut membawa dampak ekonomi yang membuat harga minyak goreng jauh dari angka stabil.

d. *Exemplaar*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, aspek *exemplaar* pada teks berita tersebut dapat diidentifikasi di kalimat dalam paragraf,

“Menurutnya, selama sebelum memproduksi B30, harga minyak goreng cenderung mendatar. Namun, setelah B30 digunakan sebagai alternatif energi, harga komoditas minyak kelapa sawit langsung bergerak liar.” (P2)

Dari kutipan di atas, dalam paragraf kedua terdapat ungkapan fakta yang mana selain disebutkan penyebab utama kenaikan harga minyak goreng, juga diutarakan bahwa harga minyak goreng sebelumnya normal dan tidak mengalami kenaikan apapun. Fakta yang diucapkan oleh Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan itu, sudah cukup memberikan perbandingan terhadap peristiwa yang terjadi saat ini dengan sebelumnya.

e. *Visual Images*



Gambar 3.4 *Visual Images* Berita 4

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, apabila ditinjau berdasarkan teks berita, Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan berbicara kepada pers dan juga para anggota komisi VI DPR terkait alasan melonjaknya harga minyak goreng dalam negeri. *Visual images* tersebut untuk memberikan gambaran terdekat dengan pembingkai berita yang sesungguhnya, hanya saja di dalam foto tidak diperlihatkan kehadiran anggota-anggota komisi VI DPR yang dapat mendukung latar tempat pemberitaan itu terjadi.

## 5. Analisis Berita 5

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

### a. *Methapors*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, peneliti menarik paragraf dalam pemberitaan,

“Kalaupun ada, tidak sampai 10 kemasan untuk 1 liter. Malah, yang sering terlihat adalah migor curah yang diwadahi botol air mineral. Merek-merek terkenal yang biasa dijual di toko ritel pun tidak terlihat di sana. Yang ada hanya merek-merek standar.” (P3)

Dari kutipan di atas, kalimat pertama pada paragraf ketiga teks berita merumuskan aspek *methapors*. Melalui penulisan kata “kalaupun” apabila dikaitkan dengan konteks kalimat maka akan terjadi pengandaian bahwa

sekalipun masih ada ruko-ruko yang menjual minyak goreng, total minyak goreng yang diperdagangkan tidak mungkin hingga 10 kemasan 1 liter dikarenakan situasi naiknya harga minyak goreng.

*b. Catchphrases*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *catchphrases* yang ditampilkan pada kalimat pemberitaan,

“Saat terdapat penetapan HET migor beberapa waktu lalu, dia menjualnya dengan harga Rp 15 ribu. Yakni, sesuai subsidi dari pemerintah yang diterima sebesar Rp 13 ribu.” (P5)

Sebagai aspek *catchphrases*, paragraf di atas adalah satu dari keseluruhan paragraf lain yang tampak menonjol pada rumusan *framing device*. Walaupun tidak ada penyampaian secara tersurat, namun secara tersirat peneliti menangkap bahwa penetapan HET minyak goreng dari yang sebelumnya hingga yang terakhir ditetapkan sangat tidak masuk akal. Hal ini dibuktikan pada penjualan minyak goreng yang dijatuhkan harga sekitar Rp 25.000, adalah hasil kenaikan yang besar sebab sebelumnya hanya dijual dengan harga Rp 15.000. Maka dari itu kalimat ini menjadi sebuah *catchphrases* yang dapat memunculkan rasa terkejut bagi para pembaca sekaligus mendukung bingkai berita yang tengah dianalisis.

*c. Depiction*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, dalam merumuskan aspek *depiction* peneliti menarik paragraf pemberitaan,

“Menurut dia, adanya penghapusan HET itu membuat para pembelinya kaget. Tidak jarang para pembeli yang berniat membeli 2 liter mengurungkannya menjadi 1 liter. Betapa tidak, untuk 2 liter migor, masyarakat harus merogoh kantong sebesar Rp 50 ribu. “Banyak pembeli yang lari (tidak jadi beli, Red) karena harganya melambung tinggi,” katanya.” (P6)

Aspek *depiction* dalam paragraf dari teks berita kelima adanya beberapa penggunaan kata yaitu “penghapusan HET”, “lari”, “melambung tinggi” menyiratkan bahwa tindakan penghapusan HET yang menyebabkan harga minyak goreng melonjak tinggi membuat konsumen berpikir dua kali untuk membeli, bahkan, pada akhirnya urung untuk membeli. Alasan pembeli memutuskan untuk “lari”, sebab tingginya harga minyak goreng akhirnya mendorong pembeli untuk mencari minyak goreng dengan harga yang lebih murah di toko-toko manapun yang bisa ditemukan. Disamping itu pemilihan kata “kaget” merupakan bagian respon dari masyarakat bahwa aksi menaikkan harga minyak goreng kali ini sudah melampaui batas kemampuan masyarakat menengah ke bawah untuk membelinya.

#### d. *Exemplaar*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, melalui teks berita peneliti menemukan *exemplaar* dalam paragraf,

“Namun, Hadi mengaku, hingga kemarin siang, pihaknya juga tidak memiliki banyak stok migor. Satu minggu hanya dijatah dua karton. “Biasanya itu saya minta berapa pun dikasih. Biasanya saya menstok 10 karton,” ucapnya.” (P8)

Dari kutipan di atas, aspek *exemplaar* terdapat pada paragraf kedelapan dimana Hadi sebagai pengusaha sembako menyebutkan keadaannya yang mulai sulit untuk melakukan stok banyak seperti di hari-hari sebelumnya. Tentu saja

aspek *exemplaar* tersebut mempertegas rincian fakta bahwa tidak hanya konsumen saja yang dirugikan dalam isu naiknya harga minyak goreng, namun juga bagi para distributor utamanya para pedagang sembako.

e. *Visual Images*



Gambar 3.5 *Visual Images* Berita 5

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, *visual image* yang diperlihatkan adalah sosok Hadi sebagai seorang pedagang sembako sedang menjaga lapak dagangannya di tengah pasar. Terlihat ia sedang memegang minyak goreng kemasan 2 liter, dengan di sekitarnya hanya tersisa satu kemasan menunjukkan bahwa Hadi memang tidak memperdagangkan banyak minyak goreng berkenaan dengan kenaikan harga yang drastis. *Visual images* tersebut telah mewakili *frame* terhadap berita yang telah dikaji sebelumnya.

6. Analisis Berita 6

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memamparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan

tak Banyak Menolong” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

*a. Metaphors*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, identifikasi aspek *methapors* dapat ditinjau pada kalimat pemberitaan,

“Kalau kemudian masalah ada pada distribusi, mudah bagi pemerintah untuk bisa menelusuri jika dilakukan secara serius karena jalur distribusi Indonesia mudah diketahui jalur-jalurnya,” terang Atang. (P7)

Berdasarkan kutipan di atas maka penggunaan kata “kalau” berfungsi sebagai pengandaian yang menunjukkan kemungkinan atas tindakan apa yang akan dilakukan oleh pemerintah apabila pihak pemerintah menemukan bukti bahwa isu lonjakan harga minyak disebabkan oleh ulah para distributor. Hal ini adalah rujukan terhadap fenomena yang berbeda dari aspek bingkai berita yang dibahas.

*b. Catchphrases*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, dari keseluruhan teks berita peneliti menarik paragraf pemberitaan,

“Menurut Atang, jika benar data Kementerian Perdagangan (Kemendag) stok minyak goreng melimpah, tidak mungkin harga akan melonjak tajam dalam waktu hitungan hari memasuki Ramadan. Apalagi, minyak goreng curah yang kini disubsidi juga kosong di pasar tradisional.” (P3)

“Pedagang dan agen yang dibatasi stok tidak mampu menyediakan bebas minyak goreng bagi masyarakat umum, melainkan hanya untuk langganannya,” tutur Atang. (P4)

Kedua paragraf pemberitaan itu ditetapkan sebagai aspek *catchphrases* disebabkan ucapan menganalisa Atang Trisnanto sebagai ketua DPRD Kota

Bogor cukup menarik untuk dibaca. Pada kedua paragraf di atas Atang menunjukkan teori-teori yang ia duga menjadi penyebab naiknya harga minyak goreng. Sebagai seorang ketua DPRD, beliau berhasil membangun citra baik sebagai pribadi yang kritis dalam mengamati perkembangan situasi krisis minyak goreng dikarenakan adanya kenaikan harga.

*c. Depiction*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, aspek *depiction* dalam pemingkasan berita terkait peneliti identifikasi melalui kutipan paragraf berita,

“Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Bogor menilai, relaksasi harga minyak goreng kemasan yang dilakukan pemerintah pusat agar dapat ditentukan pasar tidak banyak menolong ketersediaan bahan pokok pangan masyarakat itu jelang Ramadan.” (P1)

Berlandaskan pada kutipan paragraf di atas, peneliti merumuskan adanya aspek *depiction* dengan teks berita yang menyebutkan kata “relaksasi harga” dan berkolerasi dengan kalimat “tidak banyak menolong ketersediaan bahan pokok” menunjukkan bahwa untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan dari adanya kenaikan harga minyak, maka pemerintah pusat melakukan relaksasi harga minyak goreng kemasan. Taktik itu dinilai dapat sedikit mengatasi masalah rendahnya ketersediaan bahan pokok, ditandai dengan penekanan pada kata “tidak banyak”. Artinya, upaya tersebut tidak dapat diandalkan untuk mengatasi isu yang sedang terjadi.

d. *Exemplaar*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, peneliti menarik kutipan paragraf pada pemberitaan,

“Kalau kemudian masalah ada pada distribusi, mudah bagi pemerintah untuk bisa menelusuri jika dilakukan secara serius karena jalur distribusi Indonesia mudah diketahui jalur-jalurnya,” terang Atang. (P7)

“Hal ini menjadi ironis untuk negeri penghasil CPO terbesar di dunia, tapi bermasalah dalam pemenuhan minyak goreng warganya,” tambah dia. (P8)

Dari dua kutipan paragraf di atas, paragraf ketujuh dan kedelapan sebagai aspek *exemplaar* yang mampu memberikan perincian atas pembingkai berita terkait. Pada paragraf ketujuh teks berita menguraikan langkah pemerintah apabila akar masalah naiknya minyak goreng dapat terdeteksi, dan pada paragraf kedelapan menunjukkan ironi yang dialami negeri karena tidak mampu memberikan kecukupan sumber daya bagi rakyatnya ketika negara lain justru merasa berkecukupan dengan ekspor dari Indonesia. Berdasarkan kedua aspek *exemplaar* tersebut cukup mewakili *frame* berita yang menggambarkan situasi kenaikan harga minyak goreng.

e. *Visual Images*



**Gambar 3.6** *Visual Images* Berita 6

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, terpampang *visual images* yang menampilkan sosok Atang Trisnanto sebagai ketua DPRD Kota Bogor yang sedang mengunjungi Pasar Baru Bogor dan tampak berbincang-bincang dengan salah satu pedagang sembako. Meskipun berada di balik masker wajah, Atang tampak serius dalam berinteraksi dengan pedagang tersebut. Hal ini menunjukkan tekad Atang untuk mencari akar permasalahan isu naiknya harga minyak goreng dengan terjun langsung menuju lapangan di tengah-tengah masyarakat. Apa yang ditampilkan pada foto tersebut adalah representasi yang menguatkan *frame* berita terkait.

## **B. Bentuk Analisis *Framing* Pemberitaan Naiknya Harga Minyak Goreng di Media Daring JawaPos.com dalam Aspek *Reasoning Device***

### 1. Analisis Berita 1

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *Reasoning Device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

#### *a. Roots*

*Roots* secara pengertian merupakan salah satu perangkat *reasoning device* yang menunjukkan hubungan sebab akibat atau kasualitas melalui sebuah penggunaan kalimat atau kata yang termuat dalam teks berita. Adanya aspek *roots* bertujuan dalam membrikan alasan pembenaran dalam penyimpulan mengenai

sebuah peristiwa yang terjadi akibat peristiwa lain dalam bentuk penalaran atau penjabaran berita.<sup>68</sup>

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, peneliti berhasil mengidentifikasi aspek *roots* yang terapat di dalam berita. Dikutip sebuah kalimat,

“Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) memerintahkan Kementerian Perdagangan (Kemendag) untuk menjamin stabilitas harga minyak goreng dalam negeri. Sebab kebutuhan rakyat harus diutamakan dan harga minyak goreng harus kembali terjangkau.” (P1)

Kalimat pemberitaan di atas telah mendukung judul berita yang telah membingkai berita terkait dengan jelas. Berdasarkan judul berita, dalam mengantisipasi dampak-dampak yang akan terus melebar akibat kenaikan harga minyak goreng dalam negeri, maka Presiden Joko Widodo memberikan perintah kepada Menteri Perdagangan untuk menstabilkan harga minyak goreng. Tindakan Presiden Jokowi didorong oleh kepeduliannya terhadap keadaan rakyat yang ingin memastikan bahwa seluruh kebutuhan rakyat dapat terpenuhi dengan harga yang terjangkau. Disamping itu, penggunaan kata “sebab” merupakan kata kunci yang menunjukkan aspek *roots* melalui hubungan antara judul berita dengan paragraf pertama.

#### b. *Appeals to Principle*

*Appeals to principle* dapat dipahami sebagai klaim atau premis awal yang mendasari munculnya sebuah kebenaran yang ditampilkan melalui penyusunan kata hingga kalimat dalam teks berita. Adanya aspek *appeals to principle*

---

68 Conni Ervina Fransiska, “Analisis Pembingkai Media pada Program Bingkai Sumatera Edisode Ranah Minang Negeri Perempuan di DAAI TV”, (Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2015), 58.

bertujuan untuk memperkuat pembingkaiian dan penalaran berita mengenai sebuah peristiwa yang terjadi.<sup>69</sup>

Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, dalam upaya menemukan klaim yang menjadi aspek *appeals to principle* dalam teks berita peneliti mengutip tiga paragraf pemberitaan,

“Saya Perintahkan menteri perdagangan untuk menjamin stabilitas harga minyak goreng di dalam negeri dengan harga harus tetap terjangkau,” kata Jokowi secara virtual dikutip Senin (3/1). (P3)

“Bila diperlukan, Menteri Perdagangan dapat melakukan kembali operasi pasar agar harga tetap terkendali.” (P4)

“Selain itu, Jokowi juga mengingatkan bahwa pemerintah mewajibkan perusahaan swasta, BUMN beserta anak perusahaan yang bergerak baik di bidang pertambangan perkebunan maupun pengolahan Sumber Daya Alam (SDA) lainnya untuk mengutamakan kebutuhan dalam negeri terlebih dahulu sebelum melakukan ekspor.” (P5)

Peneliti menilai bahwa paragraf yang dikutip di atas tepatnya pada paragraf keempat menyatakan bahwa Presiden Jokowi menyarankan Menteri Perdagangan untuk melakukan operasi pasar agar harga minyak goreng tetap stabil dan juga memastikan perusahaan-perusahaan swasta dan non swasta di bidang pengolahan SDA untuk tidak melupakan kewajibannya dalam mementingkan kebutuhan rakyat. Maknanya, Presiden Jokowi telah melakukan klaim bahwa tindakannya dengan memantau lembaga-lembaga di bawahnya yang terkait adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan rakyat dengan menjaga stabilitas harga jual minyak goreng. Selanjutnya pada paragraf berikutnya yaitu,

---

69 Rismawati, “Jurnalisme Bencana dalam Pemberitaan Gempa Lombok 2018 pada SindoNews.com (Analisis *Framing* Model W.A Gamson dan A. Modigliani)”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2021), 32.

“Ini adalah amanat pasal 33 ayat 3 UUD 1945 bahwa bumi air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat,” tuturnya. (P6)

Paragraf tersebut adalah klaim kedua oleh Presiden bahwa ia memegang amanat yang terkandung dalam UUD 1945 tentang kegunaan SDA Indonesia agar menteri perdagangan dan perusahaan-perusahaan di bawahnya dapat menjalankan tugas Presiden dengan benar.

### c. *Consequence*

*Consequences* mengacu terhadap konsekuensi atau akibat yang timbul dari apa yang ada dalam bingkai berita.<sup>70</sup> Pada berita pertama yang memiliki judul “Jokowi Minta Mendag Stabilkan Harga Minyak Goreng” dan dipublikasikan pada Selasa, 4 Januari 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *consequences* dengan menarik paragraf pemberitaan di bagian,

“Jokowi menegaskan, bagi perusahaan yang tidak dapat melaksanakan kewajibannya untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri bisa diberikan sanksi. Bahkan, bukan hanya tidak diberikan izin ekspor tapi juga pencabutan izin usahanya.” (P7)

“Ini mutlak, jangan sampai dilanggar dengan alasan apapun,” pungkasnya. (P8)

Berdasarkan kutipan di atas maka sudah cukup jelas bahwa akan ada pemberian sanksi kepada perusahaan yang melalaikan perintah Presiden Joko Widodo untuk menstabilkan harga minyak goreng dalam negeri dengan rincian jenis sanksi yang dipaparkan pada kutipan di atas.

## 2. Analisis Berita 2

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *reasoning device* teks berita kenaikan harga minyak goreng

---

70 Conni Ervina Fransiska, “Analisis Pembingkai Media pada Program Bingkai Sumatera Edisode Ranah Minang Negeri Perempuan di DAAI TV”, (Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2015), 58.

di media daring JawaPos.com yang berjudul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

*a. Roots*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, peneliti menetapkan rumusan aspek *roots* berupa harga minyak goreng naik, namun pengusaha kerupuk tidak ikut menaikkan harga. Berdasarkan judul yang menjadi bingkai berita adanya keluhan pengusaha kerupuk atas kenaikan harga minyak goreng, maka didukung oleh kalimat pemberitaan di paragraf ketiga bahwa tidak mungkin bagi pengusaha kerupuk untuk turut menaikkan harga produksi mereka.

*b. Appeals to Principle*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *appeals to principle* yang ditampilkan pada paragraf pemberitaan,

“Bagi dia, meningkatnya harga minyak curah itu cukup mengagetkan. Pasalnya, harga per kilogramnya bisa meningkat hingga tiga kali dalam sehari “Naik ya memang pelan-pelan ya. Sebelum naik, harga sekilo curah kisaran Rp 8 ribu–10 ribu. Lah, ini tadi beli sudah naik segitu,” tuturnya.” (P4)

Berdasarkan kutipan paragraf di atas, *appeals to principle* yang dapat diidentifikasi bisa ditinjau terhadap pemilihan kalimat atau kata yang menngambarkan sebuah klaim kondisi dalam hal ini adalah pihak pengusaha kerupuk. Klaim di sini digambarkan dalam wujud argumentasi yang memberikan

premis dasar bahwa pengusaha kerupuk amat terkejut dengan perubahan harga minyak goreng yang naik drastis.

“Dia mengaku harga minyak curah mulai naik dalam empat bulan terakhir. Rata-rata per hari, Lasimin mampu memproduksi 1–2 kuintal kerupuk yang melibatkan 15 pekerja. Untuk itu, dia lebih memilih bertahan di tengah-tengah ketidakpastian harga minyak. “Cari untung 200 ribu saja cukup sulit,” lanjutnya sembari menggoreng kerupuk.” (P5)

Dilanjutkan pada paragraf kelima, Lasimin sebagai pengusaha kerupuk mengklaim bahwa di tengah krisis harga minyak goreng ia masih tetap memproduksi kerupuk dengan jumlah yang sama meskipun aktivitasnya mempersempit laba yang diperoleh.

### c. *Consequences*

Pada berita kedua yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Melangit, Pedagang Kerupuk: Semoga Ada Kepedulian” dan dipublikasikan pada Jumat, 7 Januari 2022, dalam merumuskan aspek *consequences* peneliti menarik paragraf pemberitaan,

“Meski keuntungan tak sebanding dengan biaya produksi, pria 70 tahun itu memilih tetap bertahan. “Apalagi dari 15 orang itu ada yang korban PHK sebelumnya,” lanjutnya.” (P7)

Aspek *consequences* pada paragraf di atas adalah meskipun harga minyak goreng yang terus meningkat cukup menyulitkan kondisi pengusaha kerupuk, Lasimin sebagai pemilik usaha akan tetap meneruskan produksinya dan bertahan mengingat ia merasa bertanggung jawab atas kesejahteraan para pekerjanya.

### 3. Analisis Berita 3

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *reasoning device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Harga Minyak Goreng Masih

Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

*a. Roots*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, identifikasi aspek *roots* dalam penalaran berita dapat ditinjau pada kalimat pemberitaan,

“Kondisi serupa ditemukan di Pasar Wonokromo. Harga minyak goreng masih meroket. Yakni, Rp 21 ribu per liter. Yang paling rendah di Pasar Tambakrejo dan Pasar Balongsari. Di sana harganya Rp 19.500 per liter. Meski rendah, harga itu masih jauh dari harapan pemerintah. Sebab, Kementerian Perdagangan (Kemendag) berharap harga jual minyak goreng berada di kisaran Rp 14 ribu per liter.” (P3)

Pada paragraf yang dikutip di atas, menunjukkan hubungan kasualitas dengan judul teks berita bahwa meskipun di pasar tradisional lainnya para pedagang sembako menjual minyak dengan harga yang sedikit lebih murah, kenyataannya angka tersebut masih jauh dari harapan pemerintah menuju harga terjangkau. Dalam kasus ini, di beberapa pasar tradisional menjual minyak goreng dengan harga mencapai angka Rp 22 ribu per liternya.

*b. Appeals to Principle*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, dari keseluruhan teks berita peneliti menarik paragraf pertama hingga kedua sebagai aspek *appeals to principle*. Perhatikan kutipan berikut,

“Memasuki awal tahun, harga sejumlah kebutuhan pokok di pasar belum menunjukkan penurunan. Masih melambung. Salah satunya, minyak goreng. Harga komoditas utama itu masih berkisar Rp 19.500 hingga Rp 22.000 per liter.” (P1)

“Kenaikan harga minyak goreng terpantau di sejumlah pasar tradisional. Salah satunya di Pasar Gresikan, Tambaksari. Rukmini, salah seorang pedagang, menyatakan, harga minyak goreng terus berubah. Pekan lalu masih berkisar Rp 20 ribu per liter. Kemarin naik menjadi Rp 22 ribu per liter. “Naik terus,” ucapnya saat ditemui Minggu (9/1).” (P2)

Berdasarkan bagian pemberitaan yang telah terpapar di atas, terdapat sebuah klaim yang menyatakan bahwa para pedagang pasar pun hingga saat ini masih terpantau menaikkan harga minyak goreng meskipun terdapat variasi harga yang ditemukan di beberapa pasar tradisional yang berbeda.

### c. *Consequences*

Pada berita ketiga yang memiliki judul “Harga Minyak Goreng Masih Meroket, Tembus Rp 22 Ribu Per Liter” dan dipublikasikan pada Senin, 10 Januari 2022, tidak ditemukan aspek *consequences* dalam teks berita yang dapat teridentifikasi oleh peneliti.

## 4. Analisis Berita 4

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *reasoning device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

### a. *Roots*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, peneliti berhasil mengidentifikasi aspek *roots*. Adapun *roots* dari teks berita dapat diidentifikasi dengan melakukan analisa dalam kalimat,

“Kementerian Perdagangan (Kemendag) menyebut lonjakan harga minyak goreng yang sempat terjadi beberapa waktu lalu hingga menyentuh di atas

Rp 20.000 per liter dipengaruhi oleh permintaan komoditas kelapa sawit dunia. Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi berpendapat, lonjakan permintaan kelapa sawit tersebut lantaran Indonesia menjadi salah satu produsen besar kelapa sawit. Apalagi, Indonesia telah meluncurkan B30 alias biodiesel yang merupakan salah satu jenis bahan bakar nabati untuk kendaraan.” (P1)

Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan mengetahui bahwa akar masalah adanya kenaikan harga minyak disebabkan oleh peluncuran biodiesel B30. Maka dari itu agar segenap rakyat Indonesia mengetahui fakta dibalik lonjakan harga yang drastis tersebut, Menteri Perdagangan pada akhirnya mengungkapkan penyebab utama terjadinya krisis harga minyak goreng. Kutipan di atas dan hubungannya dengan judul yang membingkai berita mendukung aspek *roots* dalam penalaran berita.

b. *Appeals to Principle*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, dalam upaya menemukan aspek *appeals to principle* dalam teks berita peneliti mengutip paragraf pemberitaan,

“Menurutnya, selama sebelum memproduksi B30, harga minyak goreng cenderung mendatar. Namun, setelah B30 digunakan sebagai alternatif energi, harga komoditas minyak kelapa sawit langsung bergerak liar.” (P2)

Peneliti menilai bahwa klaim yang terdapat pada kutipan di atas adalah harga minyak goreng di pasaran meningkat dengan tiba-tiba dan cukup drastis sebab negara menciptakan B30 yang merupakan alternatif energi yang dipasok hingga ke luar negeri. Diperjelas kembali pada kalimat pertama, sebelum adanya B30 harga minyak goreng tidak mengalami kenaikan apa pun.

### c. *Consequences*

Pada berita keempat yang memiliki judul “Mendag Ungkap Penyebab Harga Minyak Goreng di Indonesia Melambung” dan dipublikasikan pada Selasa, 1 Februari 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *consequences* dengan menarik kalimat pemberitaan,

“Yang membuat tinggi, RI sebagai penghasil kelapa sawit terbesar dunia. Kita bikin namanya B30, harganya loncat,” kata Lutfi dalam rapat kerja dengan Komisi VI DPR, Senin (31/1). (P3)

Berdasarkan kutipan di atas diketahui bahwa negara menciptakan sebuah biodiesel sebagai alternatif energi bernama B30. Penciptaan biodiesel tersebut tentu dimaksudkan agar penggunaan minyak bumi sebagai bahan bakar dapat diminimalisir, dan mencegah terjadinya kepunahan SDA yang tidak dapat diperbarui. Namun seiring dengan peluncuran B30 rupanya membawa dampak besar bagi harga pasar minyak goreng yang naik dengan drastis.

## 5. Analisis Berita 5

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *reasoning device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

### a. *Roots*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, peneliti menarik kalimat pertama pada paragraf pertama teks berita untuk merumuskan aspek *roots*.

“Pemerintah pusat mengeluarkan kebijakan penghapusan harga eceran tertinggi (HET) untuk minyak goreng (migor) kemasan. Sebab, para produsen mengalami kerugian yang cukup banyak lantaran mengikuti HET.” (P1)

Terdapat hubungan kasualitas pada paragraf di atas dengan judul berita yang sedang diangkat. Adanya penetapan HET di tengah isu naiknya harga minyak goreng menyebabkan produsen mengalami kerugian yang tidak sedikit. Sehingga pada akhirnya HET pun dihapus oleh pemerintah, dan para produsen mematok harga yang sangat tinggi untuk satu liter minyak saja. Hal ini berefek pada distributor yang masih menambahkan harga jual, dan berakibat pada turunnya jumlah pembeli.

*b. Appeals to Principle*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, peneliti mengidentifikasi aspek *appeals to principle* yang ditampilkan pada paragraf pemberitaan,

“Namun, meski HET dihapus, stok minyak goreng di Gresik masih langka. Kemarin siang, Jawa Pos mengunjungi Pasar Baru Gresik. Sejumlah ruko yang menjual migor itu biasanya berada di deretan paling depan. Namun, di antara sekian banyak ruko yang biasanya menjual migor itu, tidak terlihat barang tersebut.” (P2)

Peneliti mengidentifikasi aspek *appeals to principle* dalam kutipan paragraf di atas dengan adanya klaim situasi bahwa minyak goreng sudah mulai tidak banyak diperjualkan oleh para pedagang, Hal ini ditandai dengan pernyataan tidak mulai terlihat lagi minyak goreng yang dijual oleh beberapa ruko semenjak HET dihapus oleh pemerintah.

### c. *Consequence*

Pada berita kelima yang memiliki judul “Banyak Pembeli Lari, Harga Minyak Goreng Kemasan di Gresik Meroket” dan dipublikasikan pada Jumat, 18 Maret 2022, dalam merumuskan aspek *depiction* peneliti menarik paragraf pemberitaan,

“Perlu diketahui, penghapusan HET migor itu disebabkan para produsen melaporkan kerugian karena kewajiban menjual produk sesuai HET. Padahal, bahan baku sesuai *domestic price obligation* (DPO) tidak berjalan efektif. Hal itu diduga memicu suplai migor di ritel tersendat hingga mengakibatkan kelangkaan.” (P7)

Konsekuensi yang ditimbulkan dengan larinya para pembeli mengetahui kenaikan harga minyak goreng, disebabkan oleh kelangkaan produksi dan penjualan minyak goreng bahkan hingga ke toko ritel. Adanya HET menyebabkan produsen terdesak oleh kerugian sehingga produsen minyak goreng membatasi bahkan menghentikan sementara produksi minyak goreng.

## 6. Analisis Berita 6

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti memaparkan analisis *framing device* teks berita kenaikan harga minyak goreng di media daring JawaPos.com yang berjudul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dengan menggunakan model dan perspektif William A. Gamson sebagai berikut:

### a. *Roots*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, identifikasi aspek *roots* dapat ditinjau pada kalimat pemberitaan,

“Soleh menjelaskan, tetap sulit mendapatkan stok, karena terbatas dan sering kali tidak kebagian stok. Kondisi itu menyebabkan kekosongan stok

bagi masyarakat umum yang ingin berbelanja di pasar tradisional. Sebab, pedagang hanya diberi stok per 1 dirigen dengan kapasitas 16 kilogram per pembelian setiap hari.” (P17)

Berdasarkan kutipan di atas dibatasinya pedagang untuk melakukan stok minyak goreng, dengan hanya jumlah 1 dirigen, maka pemerintah daerah pun akhirnya melakukan relaksasi harga minyak kemasan walaupun aksi tersebut tidak banyak menolong para pedagang. Aspek tersebut cukup mendukung judul berita yang membingkai teks berita tersebut.

b. *Appeals to Principle*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022, dari keseluruhan teks berita peneliti menarik paragraf pemberitaan,

“Pada 16 Maret 2022 telah terbit Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2022 tentang Penetapan Harga Eceran Tertinggi Minyak Goreng Curah. Harga ditetapkan Rp 14.000 per liter atau Rp 15.500 per kilogram yang sebelumnya HET minyak goreng curah Rp 11.500 per liter.” (P5)

“Sementara itu, Surat Edaran Nomor 9 Tahun 2022 tentang Relaksasi Penerapan Harga Minyak Goreng Sawit Kemasan Sederhana dan Kemasan Premium juga telah diterbitkan. Kini harga kedua jenis minyak goreng itu diserahkan pada mekanisme pasar yang berarti mencabut HET sebelumnya yakni premium Rp 14.000 dan kemasan sederhana Rp 13.500 per liter.” (P6)

Kedua paragraf pemberitaan itu didalamnya terdapat klaim yang menyatakan bahwan pemerintah pusat pernah menerbitkan peraturan terkait pembaharuan Harga Eceran Tertinggi (HET), namun selanjutnya pada paragraf keenam pemerintah mencabut HET sehingga produsen pun memproduksi minyak goreng dengan harga yang melebihi HET sebelumnya.

c. *Consequences*

Pada berita keenam yang memiliki judul “Relaksasi Harga Minyak Kemasan tak Banyak Menolong” dan dipublikasikan pada Rabu, 30 Maret 2022,

aspek *consequences* dalam pemingkalian berita terkait peneliti identifikasi melalui kutipan paragraf berita,

“Soleh menjelaskan, tetap sulit mendapatkan stok, karena terbatas dan sering kali tidak kebagian stok. Kondisi itu menyebabkan kekosongan stok bagi masyarakat umum yang ingin berbelanja di pasar tradisional. Sebab, pedagang hanya diberi stok per 1 dirigen dengan kapasitas 16 kilogram per pembelian setiap hari.” (P15)

“Minyak goreng kemasan juga mengalami kenaikan lebih tinggi sebesar 14 persen atau naik Rp 3.000 dari harga Rp 22.000 menjadi Rp 25.000 per liter. Stok yang tersedia pun terbatas antara lain merek Resto,” terang Soleh. (P16)

Berlandaskan pada kutipan paragraf di atas, peneliti merumuskan adanya aspek *consequences* dengan teks berita yang menyatakan bahwa masyarakat terkadang menjadi urung untuk membeli minyak goreng disebabkan oleh harganya yang tinggi, namun juga masyarakat justru tidak menemukan minyak goreng karena keterbatasan stok. Kondisi tersebut terjadi sebab pedagang sembako pun sulit untuk mendapatkan jatah stok minyak goreng.