



Analisis Framing Pemberitaan Pro Dan Kontra Program Makan Bergizi Gratis

Mutiara Syafaatu Azzahra ¹⁾; Siti Nursanti ²⁾; Weni A. Arindawati ³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: ¹⁾2110631190100@student.unsika.ac.id ;²⁾ siti.nursanti@staff.unsika.ac.id

³⁾ weni.adityasning@fisip.unsika.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [01 November 2025]

Revised [14 Desember 2025]

Accepted [21 Desember 2025]

KEYWORDS

Framing Analysis, Online Media, Robert N. Entman, Kompas.com, Bisnis.com, Free Nutritious Meal Program.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi pemberitaan media daring Kompas.com dan Bisnis.com terkait isu pro dan kontra Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang diluncurkan pemerintah pada Januari 2025. Program MBG merupakan kebijakan sosial nasional yang bertujuan meningkatkan gizi anak sekolah dan kelompok rentan, namun implementasinya menimbulkan beragam respons publik yang terekam dalam pemberitaan media massa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis framing Robert N. Entman yang meliputi empat elemen utama: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com membingkai program MBG secara positif dengan menonjolkan aspek sosial dan kemanusiaan. Pada elemen *define problems*, Kompas.com menyoroti pentingnya peningkatan gizi anak; pada *diagnose causes*, mengaitkannya dengan masalah gizi buruk dan ketimpangan sosial; pada *make moral judgment*, memberikan penilaian positif terhadap kebijakan pemerintah; serta pada *treatment recommendation*, mendorong dukungan publik dan keberlanjutan program. Sebaliknya, Bisnis.com membingkai isu MBG dari perspektif ekonomi dan kebijakan fiskal. Pada *define problems*, media ini menekankan masalah efisiensi dan pembengkakan anggaran; pada *diagnose causes*, mengaitkannya dengan lemahnya manajemen dan pengawasan; pada *make moral judgment*, menunjukkan sikap kritis terhadap efektivitas kebijakan; dan pada *treatment recommendation*, menekankan perlunya transparansi serta evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan program. Perbedaan orientasi redaksional antara kedua media menunjukkan bahwa framing media dapat membentuk persepsi publik yang berbeda terhadap kebijakan pemerintah. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi komunikasi massa, khususnya dalam memahami peran media digital dalam mengonstruksi realitas kebijakan publik di Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to analyze the news framing construction of Kompas.com and Bisnis.com regarding the pro and contra issues surrounding the Free Nutritious Meal Program (MBG) launched by the Indonesian government in January 2025. The MBG program is a national social policy designed to improve the nutrition of school children and vulnerable groups; however, its implementation has sparked various public responses reflected in media coverage. This research employs a qualitative descriptive method using Robert N. Entman's framing analysis model, which includes four main elements: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, and *treatment recommendation*. The findings reveal that Kompas.com tends to frame the MBG program positively by emphasizing its social and humanitarian aspects. In the *define problems* element, Kompas.com highlights the importance of improving children's nutrition; in *diagnose causes*, it associates the issue with malnutrition and social inequality; in *make moral judgment*, it portrays the program as a positive and strategic government initiative; and in *treatment recommendation*, it encourages public support and program sustainability. In contrast, Bisnis.com frames the MBG program from an economic and fiscal policy perspective. In *define problems*, the outlet focuses on issues of efficiency and potential budget inflation; in *diagnose causes*, it attributes challenges to weak management and oversight; in *make moral judgment*, it takes a more critical stance on the program's effectiveness; and in *treatment recommendation*, it emphasizes the need for transparency, strict monitoring, and comprehensive evaluation. The contrasting editorial orientations between the two media outlets demonstrate how framing shapes public perceptions of government policies. This study contributes theoretically to mass communication research, particularly in understanding how digital media construct the reality of public policy in Indonesia.

PENDAHULUAN

Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini publik terhadap berbagai isu sosial, politik, dan kebijakan pemerintah (Berger, 2021). Sebagai salah satu pilar demokrasi, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk narasi yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Dalam konteks ini, media sering kali menggunakan teknik framing untuk menyoroti

aspek tertentu dari sebuah isu, sehingga audiens cenderung memahami isu tersebut sesuai dengan sudut pandang yang disajikan oleh media.

Framing dalam pemberitaan merujuk pada cara media mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebabnya, memberikan penilaian moral, dan merekomendasikan solusi. Menurut Robert N. Entman, framing adalah proses memilih beberapa aspek dari realitas untuk ditonjolkan dalam sebuah teks komunikasi (Eriyanto, 2012b). Dengan demikian, analisis framing menjadi alat yang relevan untuk memahami bagaimana media membingkai isu-isu tertentu dan dampaknya terhadap pembentukan opini publik.

Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Ansori & Hidayah, 2024), menunjukkan bahwa framing yang dilakukan oleh media sering kali mencerminkan ideologi atau kepentingan tertentu, yang pada gilirannya memengaruhi opini publik. Tidak hanya berdampak pada opini publik, framing media juga memiliki implikasi lebih luas terhadap keberhasilan implementasi kebijakan.

Salah satu isu yang banyak dibahas oleh media pada tahun 2025 adalah peluncuran Program Makan Bergizi Gratis (MBG) oleh pemerintah Indonesia. Program ini merupakan salah satu langkah strategis dalam mendukung pembangunan sumber daya manusia (SDM) unggul menuju Indonesia Emas 2045. MBG bertujuan menyediakan makanan bergizi secara gratis kepada anak-anak sekolah dan kelompok rentan lainnya di seluruh Indonesia. Dengan harapan meningkatkan kehadiran siswa, mencegah putus sekolah, dan mendukung hasil pembelajaran yang optimal, program ini juga dirancang untuk memberdayakan perekonomian lokal melalui pemanfaatan bahan pangan dari produsen lokal.

Meskipun memiliki tujuan mulia, pelaksanaan program MBG tidak luput dari kritik. Beberapa pihak memuji inisiatif ini sebagai langkah strategis dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat miskin dan rentan. Namun, kritik juga muncul terkait potensi penyalahgunaan anggaran serta tantangan logistik di daerah terpencil. Selain itu, keberlanjutan program ini juga dipertanyakan mengingat besarnya anggaran yang diperlukan setiap tahunnya

Rank	Brand	Domain	Overall ↓	Content	Country	Language
127	Kompas	kompas.com	67.75	General	Indonesia	English
132	Republika	republika.co.id	67.50	General	Indonesia	Indonesian
219	Okezone	okezone.com	64.50	General	Indonesia	Indonesian
502	Bisnis Indonesia	bisnis.com	59.00	Finance	Indonesia	Indonesian
536	Sindo News	sindonews.com	58.50	General	Indonesia	Indonesian
597	Media Indonesia	mediaindonesia.com	57.50	General	Indonesia	English
597	The Jakarta Post	thejakartapost.com	57.50	General	Indonesia	English
629	Kontan News	kontan.co.id	57.00	Finance	Indonesia	Indonesian
808	Jawa Pos	jawapos.com	54.75	General	Indonesia	Indonesian
1055	Bola	bolasport.com	52.50	Sports	Indonesia	Indonesian

Gambar 1. Media Web Reputation Ranking 2025

Sumber: SCImago Media Ranking

Berdasarkan *Media Web Reputation Ranking Summer Edition 2025*, Kompas menempati posisi teratas sebagai media dengan reputasi web terbaik di Indonesia, meraih skor keseluruhan 67,75 dan peringkat global 127. Di bawahnya, Republika berada di posisi kedua dengan skor 67,50, diikuti oleh Okezone di posisi ketiga dengan skor 64,50. Media keuangan tertinggi adalah Bisnis Indonesia yang menempati peringkat keempat dengan skor 59,00. Selain itu, Sindo News, Media Indonesia, The Jakarta Post, Kontan, Jawa Pos, dan Bola juga masuk dalam daftar sepuluh besar. Media-media ini didominasi oleh konten umum dan keuangan, dengan beberapa di antaranya menggunakan bahasa Inggris, seperti Kompas, Media Indonesia, dan The Jakarta Post, sementara sisanya menggunakan bahasa Indonesia.



Satu-satunya media olahraga yang masuk daftar adalah Bola, yang menempati peringkat kesepuluh dengan skor 52,50.

Media *online* seperti Kompas.com dan Bisnis.com memiliki peran besar dalam membingkai pemberitaan terkait program MBG. Kompas.com, sering dianggap lebih humanis dalam pemberitaan dengan menonjolkan dampak sosial dari kebijakan yang diulas (Ansori & Hidayah, 2024). Pemberitaan di Kompas.com cenderung menekankan pentingnya program MBG dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, terutama bagi kelompok rentan seperti anak-anak dan balita. Pendekatan ini dapat menarik empati pembaca dan mendukung narasi pentingnya kebijakan social. Bisnis.com cenderung fokus pada aspek ekonomi dan kebijakan. Pemberitaannya lebih banyak membahas implikasi finansial dan manajemen anggaran yang diperlukan untuk menjalankan program MBG. Perspektif ini memberikan sudut pandang yang lebih pragmatis, menyoroti tantangan pendanaan dan efisiensi implementasi program dalam konteks ekonomi nasional (Adolph, 2024). Dengan reputasi sebagai media ekonomi yang kredibel dan fokus pada jurnalisme berbasis data, Bisnis.com terus menjadi sumber informasi utama bagi para pelaku bisnis dan masyarakat yang ingin memahami perkembangan ekonomi secara komprehensif. Seiring dengan perkembangan dunia digital dan ekonomi global, Bisnis.com diprediksi akan terus menjadi salah satu media bisnis terdepan di Indonesia.

Penelitian ini berfokus pada analisis framing pemberitaan pro dan kontra terkait program MBG di Kompas.com dan Bisnis.com dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Model ini mencakup empat elemen utama: definisi masalah (*problem definition*), penyebab masalah (*causal interpretation*), penilaian moral (*moral evaluation*), dan rekomendasi solusi (*treatment recommendation*). Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi pola framing yang digunakan oleh kedua media tersebut (Boer dkk., 2020). Dengan memahami bagaimana media membingkai isu program MBG, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang peran media dalam membentuk opini publik terhadap kebijakan pemerintah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih efektif untuk mendukung keberhasilan program-program nasional seperti MBG. Program MBG bukan hanya sekadar inisiatif untuk menyediakan makanan sehat bagi anak-anak sekolah tetapi juga merupakan bagian dari visi besar pembangunan Indonesia yang berkelanjutan. Dengan memahami framing pemberitaan oleh media, diharapkan dapat tercipta sinergi antara pemerintah, media massa, dan masyarakat dalam mendukung pelaksanaan program ini secara transparan dan akuntabel.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana media massa membingkai isu kebijakan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang diluncurkan pemerintah Indonesia tahun 2025. Secara khusus, penelitian ini menyoroti perbedaan pola framing antara Kompas.com dan Bisnis.com yang memiliki orientasi pemberitaan berbeda—Kompas.com dengan pendekatan sosial-humanis dan Bisnis.com dengan fokus ekonomi-pragmatis. Permasalahan muncul karena perbedaan cara media mendefinisikan, menilai, dan memberikan solusi terhadap isu MBG berpotensi membentuk opini publik yang beragam terhadap kebijakan tersebut. Selain itu, belum diketahui sejauh mana reputasi digital media memengaruhi arah framing dan persepsi publik terhadap program ini.

Berdasarkan kajian literatur dan konteks penelitian yang diuraikan dalam pendahuluan, terdapat beberapa kesenjangan (*research gap*) yang melatarbelakangi pentingnya penelitian ini. Kesenjangan dalam kajian sebelumnya yang umumnya berfokus pada framing media terhadap isu politik dan ekonomi, sementara analisis framing terhadap kebijakan sosial baru seperti Program Makan Bergizi Gratis (MBG) masih jarang dilakukan. Selain itu, belum banyak penelitian yang membandingkan dua media dengan orientasi berbeda, yaitu Kompas.com yang bersifat humanis dan Bisnis.com yang berorientasi ekonomi, dalam membingkai isu yang sama. Penelitian terdahulu juga belum banyak menelaah pemberitaan pro dan kontra secara bersamaan, serta mengaitkan framing dengan reputasi digital media yang memengaruhi penerimaan publik. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis framing dua media digital terkemuka terhadap kebijakan MBG menggunakan model Robert N. Entman, dengan meninjau empat elemen utama framing. Selain itu, penelitian ini juga mengintegrasikan reputasi digital media dalam analisis framing, sehingga memberikan kontribusi baru dalam kajian komunikasi publik dan strategi komunikasi pemerintah di era digital. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana konstruksi berita pro dan kontra di kedua media tersebut dapat memengaruhi pemahaman masyarakat terhadap implementasi dan legitimasi Program Makan Bergizi Gratis.

LANDASAN TEORI

Analisis Framing

Analisis framing adalah metode yang digunakan untuk mempelajari bagaimana media menyusun dan menyampaikan pesan dalam pemberitaan, dengan fokus pada cara media memilih, mengutamakan, atau mengabaikan peristiwa tertentu. Berdasarkan paradigma konstruksionis, analisis framing melihat

bagaimana media membentuk realitas melalui sudut pandang tertentu dan bagaimana media merespons audiensnya (Eriyanto, 2012a). Menurut (Sobur, 2001) metode ini digunakan untuk memahami alasan di balik pemberitaan suatu peristiwa, bagaimana media menonjolkan atau mengesampingkan aspek tertentu, serta bagaimana perbedaan sudut pandang dapat memengaruhi cara berita disajikan.

Dalam analisis framing, langkah awal adalah meneliti bagaimana media membentuk persepsi terhadap peristiwa, dengan menyadari bahwa persepsi ini tidak diterima secara inheren. Metode analisis teks melalui framing ini sangat dipengaruhi oleh teori-teori dari sosiologi dan psikologi. Kontribusi utama dari sosiologi, khususnya dari Peter L. Berger dan Erving Goffman, kemudian disempurnakan oleh Robert Entman (Eriyanto, 2012b).

Analisis Framing Robert Entman

Robert Entman, seorang tokoh penting dalam studi komunikasi, mengembangkan model framing yang sangat berpengaruh. Teori ini menjelaskan bagaimana media dan aktor politik membentuk realitas melalui proses seleksi dan penonjolan informasi (Anggraini dkk., 2024). Entman berpendapat bahwa framing adalah proses pemilihan dan penonjolan aspek tertentu dari realitas untuk membentuk pemahaman dan opini publik. Proses ini melibatkan pemilihan isu, penekanan pada interpretasi tertentu, dan penggunaan simbol atau bahasa yang mempengaruhi cara khalayak memahami suatu masalah (Dwi Mutiara, 2020). Entman membagi framing menjadi empat elemen utama (Song, 2024):

1. *Define Problems* (Pendefinisian Masalah): Bagaimana suatu peristiwa atau isu didefinisikan atau diberi label. Misalnya, apakah suatu peristiwa disebut sebagai "kerusuhan" atau "perjuangan hak asasi manusia".
2. *Diagnose causes* (Diagnosis Penyebab): Mengidentifikasi penyebab atau aktor yang bertanggung jawab atas masalah tersebut. Misalnya, apakah kemiskinan disebabkan oleh individu yang malas atau oleh sistem ekonomi yang tidak adil.
3. *Make Moral Judgments* (Penilaian Moral): Memberikan penilaian moral terhadap masalah dan aktor yang terlibat. Misalnya, apakah tindakan tertentu dianggap benar atau salah, adil atau tidak adil.
4. *Propose Solutions* (Pengajuan Solusi): Menawarkan solusi atau tindakan yang dianggap tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

Entman menjelaskan bahwa framing melibatkan tiga proses utama (Suryasuciramadhan dkk., 2024):

1. Seleksi: Memilih informasi atau aspek tertentu dari realitas untuk dimasukkan dalam bingkai.
2. Penonjolan: Memberikan penekanan pada aspek tertentu dari informasi atau isu.
3. Penyusunan: Mengatur informasi atau isu dalam narasi yang koheren dan bermakna.

Framing memiliki pengaruh yang kuat terhadap cara khalayak memahami dan merespons suatu isu atau peristiwa. Dengan menekankan aspek tertentu dan menggunakan bahasa yang mempengaruhi emosi, framing dapat membentuk opini publik, mempengaruhi kebijakan, dan memobilisasi dukungan untuk tindakan tertentu (Eriyanto, 2012a). Teori framing Robert Entman memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami bagaimana media dan aktor politik membentuk realitas melalui proses seleksi dan penonjolan informasi. Dengan memahami elemen-elemen dan proses framing.

Media Online

Menurut Romli (2002), media *online*, yang juga dikenal sebagai cybermedia, internet media, atau media baru, adalah media yang menyajikan elemen secara dalam jaringan via situs web internet. Media ini diinterpretasikan sebagai "generasi ketiga" media, sesudah media konvensional, seperti koran, tabloid, majalah, maupun buku, dan setelah media elektronik seperti radio, televisi, dan film/video (Yuniar dkk., 2022).

Secara praktis, media *online* dapat aktif menggunakan teknologi telekomunikasi dan multimedia, yang melibatkan komputer dan internet. Beberapa contoh media *online* meliputi berita digital, situs web (blog dan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram), radio *online*, TV *online*, dan email (Lestari, 2020). Media *online* memiliki beragam jenis yang terkait dengan publikasi informasi.

Jurnalistik Online

Jurnalistik *online* adalah bentuk jurnanisme yang menggunakan internet sebagai platform utama dalam menyampaikan informasi kepada publik (Romli, 2020). Berbeda dengan jurnalistik konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi, jurnalistik *online* memungkinkan berita disampaikan secara *real-time*, interaktif, dan multimodal (menggunakan teks, gambar, audio, dan video).

Perkembangan jurnalistik *online* tidak terlepas dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dimulai pada akhir 1990-an, banyak media cetak mulai beralih ke versi digital untuk menjangkau lebih banyak pembaca. Di Indonesia, portal berita seperti Kompas.com, Detik.com, dan Bisnis.com menjadi



pelopor dalam dunia jurnalistik *online*, menawarkan berita yang cepat dan mudah diakses. Saat ini, jurnalistik *online* berkembang pesat dengan hadirnya berbagai format baru, seperti jurnalisme data, *live streaming*, *podcast*, dan berita berbasis media sosial. Dengan perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) dan Big Data, jurnalisme digital semakin personal dan berbasis preferensi pembaca.

Beberapa karakteristik utama jurnalistik *online* antara lain kecepatan dan *real-time*, di mana berita dapat disajikan dalam hitungan detik setelah peristiwa terjadi. Selain itu, jurnalistik *online* memiliki unsur interaktivitas, yang memungkinkan pembaca memberikan komentar, berbagi berita, atau berpartisipasi dalam diskusi. Keunggulan lainnya adalah penggunaan multimedia, di mana berita tidak hanya disajikan dalam bentuk teks, tetapi juga dalam format video, *podcast*, infografis, dan elemen visual lainnya yang membuat informasi lebih menarik dan mudah dipahami.

Dengan terus berkembangnya teknologi dan perubahan pola konsumsi informasi, jurnalistik *online* menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Media digital harus terus berinovasi agar tetap relevan, sekaligus menjaga prinsip dasar jurnalisme seperti akurasi, objektivitas, dan independensi dalam menyampaikan berita.

Berita

Seluruh konten yang disajikan oleh media pada dasarnya merupakan realitas yang telah dikonstruksi menjadi berita yang bermakna. Berita bukan hanya sekadar laporan, melainkan juga interpretasi dari fakta-fakta yang terjadi di masyarakat. Berita berfungsi untuk mengemas sekumpulan informasi dalam bentuk teks yang menggambarkan kejadian-kejadian penting dan relevan yang sedang hangat diperbincangkan oleh publik (Cabucci & Maulina, 2021). Dengan demikian, berita memiliki peran krusial dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap isu-isu terkini.

Berita dapat didefinisikan sebagai pembaruan tercepat mengenai fakta tertentu atau ide terbaru yang disampaikan secara bertanggung jawab, menarik, dan penting bagi audiens massa (Nur, 2021). Hal ini disampaikan melalui berbagai media yang selalu diperbarui, seperti surat kabar, radio, televisi, dan media *online*. Fungsi utama berita adalah memberikan informasi yang akurat dan relevan kepada masyarakat, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi tersebut.

Dalam proses penyampaian informasi, para pembuat berita memiliki tanggung jawab besar terhadap keakuratan dan kevalidan isi berita. Kualitas informasi adalah faktor penting yang dipertimbangkan masyarakat saat memilih sumber berita (Simanjuntak et al., 2022). Oleh karena itu, jurnalis harus memastikan bahwa setiap laporan yang mereka buat memenuhi standar jurnalistik yang tinggi, termasuk keakuratan fakta, keseimbangan sudut pandang, dan etika dalam pelaporan.

Secara keseluruhan, berita merupakan elemen vital dalam kehidupan masyarakat modern. Dengan memahami berbagai jenis berita serta tanggung jawab dalam penyampaian informasi, jurnalis dapat berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan masyarakat yang terinformasi dengan baik. Melalui pelaporan yang akurat dan bertanggung jawab, media tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun kepercayaan dan pemahaman di antara publik.

Portal Berita Online

Portal berita *online* adalah situs web yang dirancang khusus untuk menyediakan berbagai jenis informasi dan berita kepada publik. Secara umum, portal ini berfungsi sebagai "pintu" untuk mengakses informasi yang lebih luas, memungkinkan pembaca untuk melihat, membaca, dan berinteraksi dengan konten yang tersedia. Dalam konteks teknis, portal berita dapat dibedakan menjadi dua jenis: portal berita vertikal, yang fokus pada topik tertentu seperti kesehatan atau teknologi, dan portal berita horizontal, yang menyajikan informasi umum dari berbagai bidang tanpa batasan akses.

Salah satu keunggulan portal berita *online* adalah kemampuannya untuk menyajikan informasi secara *real-time*, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan berita terkini dengan cepat. Selain itu, portal ini juga menawarkan format multimedia yang menggabungkan teks, gambar, dan video untuk meningkatkan pengalaman pembaca. Dengan akses global melalui internet, portal berita dapat menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan media cetak tradisional.

Realitas Program Makan Bergizi Gratis (MBG)

Program MBG adalah inisiatif pemerintah Indonesia yang diluncurkan pada 6 Januari 2025 di bawah kepemimpinan Presiden Prabowo Subianto. Program ini memiliki tujuan untuk memfasilitasi makanan bergizi secara gratis kepada anak-anak sekolah dan kelompok rentan guna meningkatkan gizi, mencegah stunting, serta mendukung pengembangan karakter generasi muda (Lastiana & Mayra, 2024). Pada tahap awal, program ini menasar 600.000 penerima manfaat di 26 provinsi, meskipun target awalnya adalah 3 juta orang dalam tiga bulan pertama pelaksanaan.

Pelaksanaan MBG melibatkan 190 Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) yang bertugas sebagai dapur umum untuk memasak dan mendistribusikan makanan. Setiap titik SPPG mampu

memproduksi hingga 3.000 porsi makanan per hari, dengan menu yang dirancang oleh ahli gizi guna mengakomodasikan kebutuhan karbohidrat, protein, lemak, vitamin, dan mineral. Kedepannya, program ini akan diperluas hingga mencapai 15 juta penerima manfaat pada akhir tahun 2025 (Suryana & Researcher, 2025).

Anggaran per porsi makanan ditetapkan sebesar Rp10.000, meskipun sebelumnya direncanakan Rp15.000 per anak. Pemerintah mengklaim bahwa efisiensi biaya dicapai melalui pembelian bahan baku langsung dari produsen dalam jumlah besar. Namun, beberapa pengamat menilai bahwa anggaran tersebut masih menjadi tantangan untuk memastikan kualitas gizi yang optimal (Lastiana & Mayra, 2024).

Selain aspek gizi, program ini juga bertujuan membentuk karakter anak melalui kebiasaan seperti berdoa sebelum makan dan menjaga kebersihan. Meski demikian, pelaksanaan program menghadapi kritik terkait kesiapan teknis, distribusi logistik, dan keterlibatan mitra penyedia makanan seperti UMKM dan koperasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Metode ini bertujuan memahami makna dan pengalaman individu atau kelompok terhadap fenomena sosial secara mendalam. Data dikumpulkan melalui observasi, dan analisis dokumen, kemudian dianalisis secara induktif untuk menemukan tema dan makna. Peneliti berperan sebagai instrumen utama, dan hasil penelitian diharapkan menggambarkan realitas sosial secara komprehensif dan bermakna.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis framing model Robert N. Entman untuk memahami bagaimana media mengonstruksi realitas sosial melalui seleksi dan penonjolan makna tertentu. Analisis dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan selama proses pengumpulan hingga setelah data terkumpul.

Proses analisis dimulai dengan pengumpulan berita secara purposive sampling, kemudian dilakukan pembacaan menyeluruh dan ideologis terhadap teks untuk mengidentifikasi empat elemen framing Entman, yaitu:

1. *Define Problems* yaitu mendefinisikan isu atau masalah utama yang diangkat media.
2. *Diagnose Causes* yaitu mengidentifikasi penyebab atau pihak yang dianggap bertanggung jawab atas masalah.
3. *Make Moral Judgement* yaitu menemukan penilaian moral atau nilai yang dilekatkan pada isu.
4. *Treatment Recommendation* – menganalisis solusi atau langkah yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah.

Selanjutnya, peneliti menelusuri pola pengulangan (redundansi framing) untuk melihat konsistensi cara media membingkai isu, kemudian melakukan interpretasi makna guna mengungkap pesan ideologis dan arah pemberitaan. Dengan demikian, analisis framing ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media membentuk persepsi publik melalui struktur teks dan pilihan narasi dalam pemberitaan, khususnya mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG) tahun 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Framing

Bagian ini menguraikan hasil analisis framing terhadap pemberitaan program Makan Bergizi Gratis (MBG) di dua media daring nasional yang memiliki karakteristik berbeda, yaitu Kompas.com dan Bisnis.com. Pemilihan kedua media ini didasarkan pada orientasi dan fokus pemberitaan yang kontras; Kompas.com dikenal luas dengan cakupan isu yang beragam dan orientasi pada kepentingan publik serta sosial politik, sedangkan Bisnis.com lebih mengarahkan perhatian pada aspek ekonomi, kebijakan fiskal, dan dinamika bisnis nasional. Perbedaan karakter ini menciptakan perspektif yang kaya dan beragam dalam memahami bagaimana kebijakan pemerintah terhadap MBG dibingkai dari sudut pandang sosial dan ekonomi.

Analisis menggunakan model framing Robert N. Entman menyoroti empat dimensi utama: pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi solusi. Kompas.com cenderung memberikan framing yang dinamis dan multiaspek. Media ini tidak hanya menghadirkan pemberitaan yang positif dan mendukung kebijakan pemerintah, tetapi juga menyajikan kritik dan sorotan terkait legalitas serta tantangan pelaksanaan program. Hal ini menggambarkan pendekatan jurnalistik yang berusaha memberikan gambaran lebih menyeluruh dan kritis terhadap kebijakan MBG dari sudut sosial dan politik. Sementara itu, Bisnis.com lebih fokus pada konsekuensi ekonomi dari program MBG, seperti pembiayaan program, efektivitas penggunaan anggaran, dan dampaknya terhadap sektor



ekonomi nasional. Media ini lebih menitikberatkan pemberitaan pada bagaimana MBG mempengaruhi ekonomi makro dan mikro, termasuk implikasi kebijakan fiskal dan keberlanjutan program dari sisi ekonomi.

Dengan demikian, perbandingan framing di antara kedua media ini menampilkan kontras yang signifikan, dimana Kompas.com lebih menyoroti nilai sosial dan politik serta dampak kebijakan secara menyeluruh, sementara Bisnis.com mengedepankan aspek ekonomi dan efektivitas finansial. Perbedaan pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih kompleks terhadap pemberitaan MBG dan bagaimana media mempengaruhi opini publik dari perspektif yang berbeda atas isu yang sama. Subbab berikutnya akan membahas secara mendalam hasil analisis framing masing-masing media, dimulai dari Kompas.com, yang diikuti oleh Bisnis.com, sehingga pembaca dapat melihat perbedaan fokus pemberitaan dan interpretasi kebijakan MBG antara media umum dan media ekonomi secara lebih jelas dan kontekstual.

Kompas.com

Kompas.com merupakan salah satu portal berita daring nasional yang memiliki reputasi tinggi dalam menyajikan informasi dengan gaya penulisan yang moderat dan berimbang. Sebagai bagian dari kelompok Kompas Gramedia, media ini sering dianggap mewakili perspektif mainstream dan cenderung berorientasi pada kepentingan publik secara luas, terutama dalam konteks sosial, pendidikan, dan kebijakan pemerintah.

Dalam konteks pemberitaan mengenai program MBG, Kompas.com menampilkan bingkai yang relatif netral namun tetap kritis. Pemberitaannya berfokus pada aspek implementasi, dampak sosial, dan nilai-nilai karakter yang ingin ditanamkan melalui kebijakan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Kompas.com berupaya membangun narasi yang tidak hanya menyoroti kebijakan sebagai isu politik, tetapi juga sebagai upaya pemerintah dalam memperkuat kesejahteraan masyarakat. Melalui pendekatan model framing Robert N. Entman, analisis berikut akan menjelaskan bagaimana Kompas.com membingkai isu program Makan Bergizi Gratis (MBG)—mulai dari bagaimana masalah didefinisikan, penyebab diidentifikasi, nilai moral dibentuk, hingga solusi yang ditawarkan kepada publik. Berikut adalah analisis framing dari lima berita Kompas terkait program Makan Bergizi Gratis (MBG) berdasarkan data yang dikumpulkan, menggunakan elemen model Robert N. Entman:

Berita “Kemenag Sebut Program Makan Bergizi Gratis Juga Tanamkan Nilai Karakter”

Tanggal Publikasi: 6 Januari 2025

Penulis: Singgih Wiryono

Sumber: Kompas.com.

[Tautan: Kemenag Sebut Program Makan Bergizi Gratis Juga Tanamkan Nilai Karakter](#)

Gambar 2. Tampilan Berita Kompas.com



Sumber: Kompas.com

Tabel 1. Perangkat Framing Robert N Entman Berita Kompas.com

Seleksi Isu	fokus pada program MBG yang tidak hanya soal penyediaan gizi tetapi juga pendidikan nilai karakter di pesantren.
Penonjolan Aspek	Menonjolkan dimensi sosial kemanusiaan dan nilai pendidikan dalam pelaksanaan MBG.

Berdasarkan perangkat framing pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa Kompas.com menyeleksi isu program Makan Bergizi Gratis (MBG) dengan menonjolkan sisi sosial dan pendidikan karakter yang

melekat dalam kebijakan tersebut. Fokus pemberitaan tidak hanya pada pemenuhan gizi, tetapi juga pada pembentukan nilai moral dan karakter peserta didik, terutama di lingkungan pesantren. Pilihan fokus ini menunjukkan kecenderungan media untuk membingkai MBG sebagai program yang memiliki dimensi kemanusiaan dan nilai edukatif, bukan sekadar kebijakan teknis pemerintah.

Penonjolan aspek sosial dan nilai-nilai pendidikan juga mengindikasikan bahwa Kompas.com berusaha menghadirkan narasi yang lebih mendalam tentang makna program MBG bagi generasi muda. Dengan cara ini, media membentuk persepsi bahwa kebijakan tersebut merupakan bagian dari upaya pembangunan karakter bangsa, sejalan dengan visi pemerintahan Prabowo-Gibran yang menekankan nilai moral dan kemandirian.

Untuk memahami bagaimana makna dan pesan dibangun dalam teks berita secara lebih rinci, analisis kemudian dilanjutkan menggunakan model framing Robert N. Entman. Model ini digunakan untuk mengurai bagaimana media mendefinisikan masalah (*Define Problems*), menafsirkan penyebabnya (*Diagnose Causes*), memberikan penilaian moral terhadap kebijakan atau aktor yang terlibat (*Make Moral Judgment*), serta menawarkan solusi atau arah kebijakan yang dianggap ideal (*Treatment Recommendation*).

Melalui empat elemen tersebut, dapat diketahui bagaimana Kompas.com membentuk citra positif terhadap program MBG sebagai kebijakan sosial yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan gizi, tetapi juga pembangunan moral dan karakter peserta didik di Indonesia

Tabel 2. Analisis Framing Berita 1 Kompas.com

Elemen Framing	Poin Utama
<i>Problem Definition</i>	Masalah gizi, pendidikan karakter santri & peserta didik
<i>Diagnose Causes</i>	Belum ada program gizi nasional sebelumnya; kebutuhan pendidikan karakter praktis; dorongan politik Prabowo-Gibran
<i>Moral Evaluation</i>	Program positif, bersejarah, dan mengandung nilai moral (disiplin, toleransi, kebersamaan)
<i>Treatment Recommendation</i>	Implementasi sesuai jadwal, dukungan pesantren & lembaga pendidikan, serta dukungan publik secara nasional

Berdasarkan analisis framing model Entman terhadap pemberitaan *Kompas.com*, media ini menyoroti pentingnya penguatan moral dan karakter peserta didik di Indonesia melalui kebijakan program pemerintah, khususnya Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Pada elemen *Problem Definition*, isu utama yang diangkat tidak hanya menyangkut masalah gizi, tetapi juga pendidikan karakter bagi santri dan peserta didik. Hal ini menunjukkan bahwa media melihat program gizi bukan semata urusan kesehatan, tetapi juga bagian dari pembentukan karakter bangsa.

Pada bagian *Diagnose Causes*, *Kompas.com* menyoroti akar permasalahan berupa belum adanya program gizi nasional yang terintegrasi sebelumnya, kebutuhan pendidikan karakter yang lebih praktis di lingkungan pendidikan, serta adanya dorongan politik dari pasangan Prabowo-Gibran sebagai inisiator program. Framing ini menggambarkan konteks politik dan sosial yang melatarbelakangi kebijakan tersebut. Selanjutnya, pada elemen *Moral Evaluation*, pemberitaan menampilkan MBG sebagai program yang positif dan bersejarah karena mengandung nilai-nilai moral seperti disiplin, toleransi, dan kebersamaan. Media menekankan bahwa inisiatif ini bukan hanya intervensi gizi, tetapi juga sarana pembentukan karakter dan moral peserta didik secara komprehensif.

Pada elemen terakhir, *Treatment Recommendation*, *Kompas.com* menyoroti pentingnya pelaksanaan program secara tepat waktu, dukungan aktif dari pesantren dan lembaga pendidikan, serta keterlibatan masyarakat secara luas agar tujuan pembentukan moral dan karakter anak bangsa dapat tercapai. Secara keseluruhan, framing *Kompas.com* memperlihatkan dukungan terhadap kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada aspek fisik (gizi), tetapi juga aspek moral dan karakter peserta didik, dengan penekanan pada sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat.

Bisnis.com

Setelah melakukan analisis terhadap pemberitaan Kompas.com, bagian ini beralih untuk membahas konstruksi framing yang dilakukan oleh Bisnis.com dalam memberitakan program Makan Bergizi Gratis (MBG). Media Bisnis.com dipilih sebagai pembanding karena memiliki karakteristik pemberitaan yang lebih berorientasi pada aspek ekonomi, kebijakan publik, dan respons pemerintah, sehingga pendekatan framing-nya cenderung berbeda dari Kompas.com yang lebih menonjolkan sisi sosial dan politik.

Dalam konteks liputan program MBG, Bisnis.com menghadirkan narasi yang lebih faktual, teknokratis, dan berfokus pada respons resmi dari pihak pemerintah maupun lembaga terkait. Pemberitaan Bisnis.com secara umum menampilkan MBG sebagai kebijakan strategis nasional yang



memerlukan pengawasan, kesiapan teknis, dan evaluasi berkelanjutan, tanpa terlalu menonjolkan aspek kontroversi politik. Dengan demikian, media ini berperan dalam menjaga citra stabilitas dan kredibilitas pemerintah melalui penyajian informasi yang menekankan pada dimensi administratif dan solusi praktis. Untuk memahami bagaimana Bisnis.com membingkai isu MBG dalam sejumlah pemberitaannya, analisis dilakukan menggunakan model framing Robert N. Entman

Keempat elemen tersebut menjadi kerangka analisis untuk mengidentifikasi arah pembingkaiannya Bisnis.com terhadap program MBG. Setiap berita akan disajikan dengan dua tabel: Tabel Perangkat Framing Robert N. Entman untuk menunjukkan fokus isu dan aspek penonjolan, serta Tabel Analisis Framing untuk menjabarkan isi framing secara rinci berdasarkan empat elemen utama.

Melalui pendekatan ini, dapat dipahami bagaimana Bisnis.com membentuk narasi tentang MBG — apakah cenderung mendukung, netral, atau kritis terhadap pemerintah — serta bagaimana pilihan diksi, fokus isu, dan kutipan narasumber berperan dalam membangun citra program tersebut di hadapan publik.

Berita “*Wakil Ketua DPR Soroti Komponen Susu MBG: Dasco, Gula Semua*”

Tanggal: 7 Januari 2025.”

Media: Bisnis.com

Penulis: Rika Anggraeni

Tautan: [Wakil Ketua DPR Soroti Komponen Susu MBG, Dasco: Gula Semua](#)

Gambar 3. Tampilan Berita Bisnis.com



Sumber: Bisnis.com

Tabel 3. Perangkat Framing Robert N Entman Berita Bisnis.com

Seleksi Isu	Berita ini fokus pada kualitas komponen susu dalam program MBG, khususnya kandungan gula dan produk Dasco yang dikritik anggota DPR.
Penonjolan Aspek	Menonjolkan risiko kesehatan anak akibat penggunaan bahan rendah kualitas dan gula tinggi.

Berdasarkan hasil identifikasi perangkat framing pada tabel sebelumnya, Bisnis.com dalam berita pertamanya menyoroti aspek kualitas bahan pangan dalam program Makan Bergizi Gratis (MBG), khususnya terkait komponen susu yang menjadi perdebatan publik. Fokus isu pada pemberitaan ini tidak lagi sebatas pelaksanaan teknis program, melainkan bergeser pada persoalan kualitas dan keamanan gizi yang diberikan kepada anak-anak penerima manfaat. Berita ini juga menampilkan ketegangan antara pemerintah dan anggota DPR yang mengkritisi komponen susu dalam MBG, terutama mengenai kandungan gula yang tinggi dan potensi risiko kesehatan anak.

Penonjolan aspek risiko kesehatan akibat penggunaan bahan rendah kualitas menunjukkan bahwa Bisnis.com membingkai isu ini dari sudut pandang kesehatan publik dan efisiensi kebijakan anggaran. Dengan menyoroti kritik dari anggota DPR, media berusaha menampilkan dinamika pengawasan legislatif terhadap implementasi kebijakan pemerintah, sekaligus menggambarkan adanya kekhawatiran bahwa pengurangan anggaran dari Rp15.000 menjadi Rp10.000 per porsi dapat berdampak pada mutu gizi yang diterima anak-anak. Dalam konteks ini, Bisnis.com tidak menampilkan MBG sebagai kebijakan bermasalah, melainkan sebagai program yang menghadapi dilema antara idealisme pemenuhan gizi dan keterbatasan sumber daya.

Untuk melihat lebih dalam bagaimana konstruksi makna dibangun, analisis menggunakan model Robert N. Entman diterapkan dengan empat elemen utama, yaitu *Define Problems*, *Diagnose Causes*, *Make Moral Judgement*, dan *Treatment Recommendation*.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel berikut, *Bisnis.com* mendefinisikan masalah utama dalam berita ini sebagai polemik keberadaan susu dalam menu MBG yang dinilai mengandung gula tinggi dan sulit didistribusikan secara merata (*Define Problems*). Penyebab utama dikaitkan dengan keterbatasan anggaran, kendala distribusi, dan ketersediaan bahan baku di luar sentra sapi perah (*Diagnose Causes*). Dalam penilaian moral, *Bisnis.com* menampilkan dua sudut pandang: DPR yang menilai kebijakan susu harus realistis dan sehat, serta pemerintah yang menegaskan tanggung jawab gizi tetap harus dijalankan (*Make Moral Judgement*). Adapun rekomendasi yang diberikan adalah penyesuaian frekuensi pemberian susu menjadi 1–3 kali per minggu, dengan bentuk UHT atau bubuk bagi wilayah yang sulit distribusi, serta evaluasi berkala terhadap pelaksanaan program (*Treatment Recommendation*).

Tabel 4. Analisis Framing Berita *Bisnis.com*

Elemen Entman	Framing dalam Berita <i>Bisnis.com</i>
<i>Define Problems</i>	Program MBG menghadapi polemik terkait keberadaan susu dalam menu, disebabkan oleh kandungan gula yang tinggi, keterbatasan distribusi, serta penurunan anggaran dari Rp15.000 menjadi Rp10.000 per porsi.
<i>Diagnose Causes</i>	Susu dianggap bermasalah karena: (1) mengandung gula dalam kadar tinggi, (2) sulit didistribusikan ke luar wilayah sentra sapi perah, dan (3) keterbatasan anggaran membuat tidak semua anak dapat menerima susu segar setiap hari.
<i>Make Moral Judgment</i>	Kritik dari DPR menilai bahwa menu MBG harus realistis dan tidak sekadar memasukkan susu yang berpotensi tidak sehat. Pemerintah berpendapat bahwa susu tetap penting diberikan, meskipun tidak setiap hari, sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pemenuhan gizi anak.
<i>Treatment Recommendation</i>	Pemberian susu direkomendasikan hanya 1–3 kali seminggu, sebagian besar dalam bentuk bubuk atau UHT untuk wilayah yang jauh dari sentra produksi. Evaluasi lebih lanjut akan dilakukan setelah program berjalan, dengan menyesuaikan kondisi lapangan dan kemampuan anggaran.

Berdasarkan analisis framing model Entman terhadap pemberitaan *Bisnis.com* mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG), terlihat bahwa media ini menyoroti secara kritis persoalan keberadaan susu dalam menu program tersebut. Pada elemen *Define Problems*, masalah utama yang diangkat adalah polemik kandungan susu yang dinilai memiliki kadar gula tinggi, kendala distribusi ke berbagai wilayah, serta penurunan anggaran per porsi yang memengaruhi kualitas penyediaan gizi anak.

Pada bagian *Diagnose Causes*, media menegaskan bahwa permasalahan tersebut bersumber dari aspek teknis dan kebijakan, seperti kesulitan distribusi di luar sentra sapi perah serta keterbatasan dana yang menghambat pemerataan pemberian susu segar. Dengan demikian, akar persoalan tidak hanya pada unsur nutrisi, tetapi juga efisiensi kebijakan dan keterjangkauan logistik.

Sementara itu, dalam elemen *Make Moral Judgment*, *Bisnis.com* menampilkan adanya perbedaan pandangan antara DPR dan pemerintah. DPR menganggap perlu adanya kebijakan yang lebih realistis agar program tidak sekadar simbolik, sementara pemerintah tetap mempertahankan pentingnya susu sebagai bagian dari tanggung jawab gizi nasional, meski dengan penyesuaian frekuensi.

Terakhir, pada elemen *Treatment Recommendation*, media menyoroti solusi kompromistis berupa pemberian susu 1–3 kali seminggu, sebagian besar dalam bentuk susu bubuk atau UHT. Rekomendasi ini menunjukkan upaya pemerintah untuk menyeimbangkan antara keterbatasan anggaran dan kebutuhan gizi, sembari membuka ruang evaluasi kebijakan di masa mendatang. Secara keseluruhan, framing *Bisnis.com* menunjukkan pendekatan yang berimbang namun tetap kritis, dengan menyoroti tantangan implementasi program MBG dari sisi kesehatan, distribusi, dan kebijakan anggaran.

Perbandingan Media Online

Perbedaan ini mencerminkan orientasi redaksional dan karakter masing-masing media serta target audiens. *Kompas.com* cenderung meringkai isu dengan narasi yang mendukung keberhasilan dan manfaat sosial program, sementara *Bisnis.com* lebih menyoroti tantangan dan risiko pengelolaan program dari perspektif ekonomi dan kebijakan public. Analisis ini memberikan gambaran bagaimana framing media dapat membentuk opini publik yang berbeda terkait program kebijakan sosial nasional seperti MBG.

Tabel 5. Perbandingan Media Online *Kompas.com* dan *Bisnis.com*

Aspek	<i>Kompas.com</i>	<i>Bisnis.com</i>
Fokus Utama	Sosial, pendidikan karakter, kemanusiaan	Ekonomi, anggaran, kualitas, risiko
Suara Berita	Mendukung dan positif	Kritik dan skeptis



Penekanan Nilai	Nilai moral, etika, dan sosial	Transparansi, efisiensi, keamanan
Pilihan Isu	Dampak sosial, narasi positif anak dan komunitas	Masalah teknis, kritik anggaran dan kesehatan
Gaya Bahasa	Empatik dan membangun	Analitis dan kritis

Temuan menunjukkan karakter media yang konsisten dengan reputasinya. Kompas.com, yang dikenal sebagai media dengan fokus kuat pada isu sosial, sering membingkai program MBG dari sudut sosial kemanusiaan, pendidikan karakter, dan dampak positif untuk masyarakat, terutama anak-anak. Misalnya, Kompas menekankan bahwa “program ini tidak hanya memenuhi kebutuhan gizi tetapi juga mengajarkan nilai-nilai karakter seperti toleransi dan doa sebelum makan,” menggambarkan karakter media yang berpihak pada isu sosial dan kemanusiaan. Sementara itu, Bisnis.com lebih fokus pada aspek fiskal dan ekonomi, memprioritaskan berita tentang pengelolaan anggaran, efisiensi, serta kontroversi terkait dana publik. Kritik terhadap “komponen susu MBG yang mengandung gula dan produk Dasco” dan pembengkakan anggaran disorot dengan tajam untuk mendorong pengawasan. Karakter media ini mencerminkan orientasi bisnis dan ekonomi yang menjadi kekuatan portal Bisnis.com.

Framing humanis yang diangkat oleh Kompas.com cenderung menumbuhkan empati dan dukungan moral di kalangan pembaca. Dengan menekankan nilai karakter dan dampak sosial, pembaca terdorong untuk memahami program sebagai sesuatu yang bermakna dan bermanfaat secara luas. Sebaliknya, framing Bisnis.com yang menekankan aspek ekonomi dan pengawasan mendorong pembaca bersikap rasional, kritis, dan menuntut transparansi. Kritik yang tajam terhadap manajemen bahan makanan, risiko kesehatan, serta pembengkakan anggaran membangun opini publik yang menyadari perlunya pengawasan dan evaluasi efektif. Dengan dua framing ini, opini publik dapat terbagi antara dukungan penuh dan sikap skeptis, yang pada akhirnya menggerakkan debat dan perhatian lebih terhadap program MBG.

Dari perspektif kebijakan, pemerintah dapat mengambil pelajaran untuk menggabungkan kedua perspektif framing tersebut. Pemerintah disarankan untuk terus menonjolkan manfaat sosial dan pendidikan karakter program MBG untuk menjaga dukungan moral masyarakat. Di sisi lain, meningkatkan kontrol dan pengawasan ketat atas anggaran dan kualitas pelaksanaan sangat penting untuk mencegah penyalahgunaan dan memperkuat kepercayaan publik. Seperti disampaikan dalam berita Bisnis.com tentang pemblokiran anggaran: “Langkah blokir anggaran menegaskan kontrol ketat pemerintahan terhadap penggunaan dana publik.” Dengan mengintegrasikan dua perspektif ini, kebijakan MBG dapat berjalan efektif, berkelanjutan, dan mendapat dukungan luas, baik dari masyarakat maupun pengawas publik.

Berita dari Kompas.com lebih banyak menekankan pada legitimasi pemerintah dalam melaksanakan program Makan Bergizi Gratis (MBG). Kompas menyoroti klaim Presiden Prabowo bahwa kasus keracunan akibat program MBG hanya 0,00017 persen, sehingga dianggap tidak signifikan dan tidak mengurangi manfaat besar dari program tersebut. Kutipan langsung Prabowo seperti, “Angka itu sangat kecil dibandingkan jumlah penerima manfaat MBG yang mencapai jutaan anak” menjadi bagian dari framing untuk menekankan keberhasilan dan membangun kepercayaan publik.

Sementara itu, Bisnis.com cenderung menghadirkan analisis yang lebih kritis. Media ini tetap mengutip klaim pemerintah, namun menambahkan sudut pandang berbeda dengan menyajikan komentar ahli gizi, ekonom, atau oposisi politik yang mempertanyakan efektivitas dan pengelolaan anggaran. Bisnis menekankan bahwa meskipun program ini memiliki niat baik, tetap ada risiko dalam implementasi, terutama terkait transparansi anggaran dan kesiapan distribusi di lapangan. Dengan begitu, framing Bisnis.com lebih seimbang antara mendukung ide program sekaligus mengingatkan adanya potensi masalah.

Tabel 6. Matriks Analisis Framing

Elemen Framing (Entman)	Kompas.com	Bisnis.com
Definisi Masalah	Menampilkan MBG sebagai program unggulan pemerintah untuk anak-anak. Fokus pada klaim keracunan hanya 0,00017% sehingga dianggap tidak signifikan.	Menampilkan MBG sebagai program penting, tetapi berpotensi bermasalah bila tidak dikelola dengan baik. Masalah dilihat dari sisi efektivitas dan transparansi anggaran.

Diagnosa Penyebab	Keracunan hanya insiden kecil, penyebab teknis, bukan kegagalan program	Penyebab bisa dari lemahnya manajemen, distribusi makanan, dan kontrol kualitas di lapangan.
Penilaian Moral	Program dianggap positif dan patut didukung. Narasi memperkuat kepercayaan publik pada pemerintah.	Program dinilai baik secara ide, namun menuntut pemerintah lebih transparan dan akuntabel.
Rekomendasi Penyelesaian	Melanjutkan program, memperkuat kepercayaan bahwa MBG berjalan baik	Melanjutkan program, tetapi perlu evaluasi ketat, pengawasan, dan transparansi anggaran.

Dari perbandingan di atas, terlihat bahwa Kompas.com lebih condong melakukan framing yang menguatkan citra positif pemerintah, dengan menekankan data yang menunjukkan keberhasilan program MBG dan meminimalkan persoalan teknis. Media ini berfungsi memperkuat legitimasi pemerintah di mata publik. Sebaliknya, Bisnis.com menempatkan diri sebagai media yang lebih kritis dengan mengangkat sudut pandang lain, termasuk potensi kelemahan dalam pelaksanaan program. Bisnis.com tidak semata menolak program, tetapi memberi penekanan bahwa keberhasilan MBG harus disertai dengan tata kelola anggaran yang jelas dan distribusi yang tepat. Dengan demikian, framing Kompas.com dan Bisnis.com menunjukkan perbedaan sikap: Kompas.com cenderung pro-pemerintah (positif), sedangkan Bisnis.com cenderung kritis (netral-konstruktif). Perbedaan framing ini berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat: pembaca Kompas.com akan lebih percaya bahwa program MBG sukses, sementara pembaca Bisnis.com akan lebih waspada terhadap potensi masalah program ini.

Pembahasan

Media online membingkai program MBG dengan dua kutub framing, yakni pro dan kontra. Media seperti Kompas.com cenderung membingkai pro dengan menekankan manfaat sosial, pendidikan karakter, dan dampak positif program terhadap kesejahteraan anak-anak dan masyarakat. Sebaliknya, media seperti Bisnis.com lebih banyak menyoroti aspek kontra seperti kritik atas kualitas bahan, pengelolaan anggaran, potensi risiko kesehatan, serta kendala implementasi yang menimbulkan kontroversi. Dengan demikian, media online menyediakan ruang pembingkai yang beragam yang mencerminkan sudut pandang yang berbeda atas program MBG.

Aspek utama framing ditentukan berdasarkan karakteristik dan orientasi redaksional media. Kompas.com lebih menonjolkan aspek sosial, nilai moral, dan pembentukan karakter sebagai fokus pemberitaan, sehingga framing pro lebih dominan dengan narasi dukungan dan humanis. Sedangkan Bisnis.com lebih menekankan aspek teknis, ekonomi, dan pengawasan anggaran, serta isu keamanan dan tata kelola, sehingga framing kontra lebih terasa lewat narasi kritis dan evaluatif. Pilihan aspek framing juga dipengaruhi oleh target audiens dan tujuan jurnalistik masing-masing media.

Teori framing Robert N. Entman dapat digunakan untuk memahami bagaimana media memilih aspek realitas tertentu untuk ditonjolkan, baik pendefinisian masalah, penyebab, penilaian moral, maupun rekomendasi solusi. Dengan demikian membentuk cara pemahaman publik terhadap program MBG. Pada kasus ini, media pro menggunakan empat elemen framing untuk membangun realitas program sebagai solusi sosial yang sukses dan bermoral, sedangkan media kontra menggunakan elemen framing yang sama untuk menyoroti permasalahan dan mengekspresikan keraguan atau kritik terhadapnya. Proses seleksi, penonjolan, dan penyusunan narasi ini menunjukkan bahwa realitas yang disajikan media adalah konstruksi yang dipengaruhi tujuan editorial dan ideologi media.

Pembahasan ini menegaskan bahwa pemberitaan di media online bukan hanya penyajian fakta objektif, tetapi proses konstruksi realitas melalui framing yang berorientasi pada kepentingan dan karakter media. Framing menentukan bagaimana publik memahami dan menanggapi isu kebijakan penting seperti program MBG.

Media Online dalam Membingkai Pro Kontra Program MBG

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan adanya perbedaan pola framing antara Kompas.com dan Bisnis.com dalam membingkai pro kontra MBG. Kompas.com menghadirkan MBG secara lebih berimbang dengan menampilkan narasi positif sekaligus kritik. Berita-beritanya menekankan MBG sebagai program yang tidak hanya menyehatkan, tetapi juga membangun karakter peserta didik. Presiden Prabowo digambarkan sebagai pemimpin yang bertanggung jawab, rendah hati, dan berkomitmen terhadap kesejahteraan rakyat. Namun, Kompas.com juga memberi ruang bagi kritik, misalnya Kontras yang menilai keterlibatan TNI ilegal, Megawati yang menyoroti ketidakrealistisan



anggaran Rp10.000 per porsi, serta survei publik yang menunjukkan potensi korupsi. Dengan demikian, framing Kompas.com membangun realitas bahwa MBG merupakan program penting, tetapi sarat dengan tantangan dan membutuhkan evaluasi.

Berbeda dengan itu, Bisnis.com lebih menekankan aspek teknis dan fiskal. Kritik yang muncul tidak diarahkan pada kegagalan kebijakan, melainkan pada hal-hal praktis, seperti kualitas susu yang dianggap tinggi gula, kasus keracunan yang diposisikan sebagai insiden teknis, hingga pembengkakan anggaran menjadi Rp100 triliun. Media ini juga menyoroti langkah pemerintah menyiapkan tambahan anggaran serta pengelolaan fiskal oleh Sri Mulyani sebagai bukti komitmen negara. Dengan demikian, framing Bisnis.com cenderung mempertahankan legitimasi pemerintah, menekankan bahwa kendala yang muncul hanyalah bagian dari proses evaluasi teknis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kompas.com lebih plural dalam menampilkan pro dan kontra, sedangkan Bisnis.com lebih menekankan legitimasi pemerintah dan solusi teknis-fiskal.

Aspek Utama yang Membentuk Framing Pemberitaan MBG

Analisis menggunakan perangkat Entman menunjukkan perbedaan aspek utama yang ditekankan oleh masing-masing media. Kompas.com menonjolkan aspek sosial-politik dan moral. Masalah MBG didefinisikan tidak hanya dari sisi gizi, tetapi juga legalitas, keterbatasan anggaran, serta risiko penyimpangan. Penyebab masalah diarahkan pada faktor teknis dan politik. Penilaian moral muncul melalui penggambaran Prabowo sebagai pemimpin yang bertanggung jawab dan Megawati sebagai tokoh kritis. Rekomendasi solusi mencakup revisi anggaran, transparansi, hingga partisipasi publik.

Bisnis.com menonjolkan aspek teknis dan fiskal. Masalah didefinisikan sebagai keterbatasan dana, insiden keracunan, dan polemik menu. Penyebab masalah diarahkan pada target ambisius pemerintah dan lemahnya SOP teknis. Penilaian moral menegaskan komitmen pemerintah terhadap rakyat. Solusi yang ditawarkan lebih teknokratis, seperti evaluasi distribusi, tambahan anggaran, dan efisiensi antar-kementerian. Perbedaan aspek ini menunjukkan bahwa konstruksi realitas MBG dipengaruhi oleh orientasi editorial masing-masing media. Kompas.com menghadirkan keberagaman perspektif, sementara Bisnis.com menekankan legitimasi pemerintah dengan pendekatan fiskal.

Teori Entman dalam Memahami Konstruksi Realitas (Pro Kontra) MBG

Teori framing Robert N. Entman menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan dalam mendefinisikan masalah, menentukan penyebab, membuat penilaian moral, dan memberikan rekomendasi solusi. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa teori Entman dapat menjelaskan perbedaan konstruksi realitas MBG yang dibentuk oleh Kompas.com dan Bisnis.com. Kompas.com membangun konstruksi realitas bahwa MBG adalah program penting yang perlu didukung, namun masih menyisakan banyak persoalan yang menuntut evaluasi publik. Dengan menampilkan kritik dari tokoh oposisi, lembaga masyarakat sipil, dan survei, media ini mendorong masyarakat bersikap kritis.

Sebaliknya, Bisnis.com membangun konstruksi realitas bahwa MBG adalah program ambisius yang wajar mendapat dukungan penuh. Masalah yang muncul tidak ditempatkan sebagai ancaman terhadap legitimasi kebijakan, melainkan sebagai kendala teknis yang bisa diperbaiki dengan SOP, distribusi, dan anggaran. Dengan framing ini, Bisnis.com memperkuat persepsi publik bahwa MBG tetap kredibel meski menghadapi tantangan besar. Dengan demikian, teori Entman membantu memperlihatkan bahwa pemberitaan MBG bukanlah cermin fakta, melainkan hasil konstruksi realitas yang berbeda sesuai orientasi media. Bab ini menunjukkan bahwa framing media terhadap program MBG tidak bersifat netral, melainkan hasil konstruksi realitas yang dipengaruhi oleh pilihan isu, aspek yang ditonjolkan, serta orientasi media. Perbedaan framing antara Kompas.com dan Bisnis.com pada akhirnya memengaruhi cara publik memahami pro dan kontra MBG. Temuan ini menjadi dasar untuk menarik kesimpulan dan saran yang akan dibahas pada Bab selanjutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis framing terhadap pemberitaan *Program Makan Bergizi Gratis (MBG)* di Kompas.com dan Bisnis.com selama Januari 2025, dapat disimpulkan bahwa kedua media daring memiliki peran penting dalam membentuk konstruksi realitas mengenai pro dan kontra kebijakan tersebut. *Kompas.com* cenderung menampilkan framing yang berimbang dengan menonjolkan dimensi sosial, politik, dan moral, di mana program MBG digambarkan sebagai kebijakan strategis dalam meningkatkan gizi sekaligus membangun karakter bangsa, namun tetap dikritisi dari aspek anggaran, pelibatan TNI, dan potensi korupsi. Sementara itu, *Bisnis.com* menekankan aspek teknis dan fiskal dengan fokus pada efisiensi anggaran, distribusi, serta kualitas pelaksanaan program, menampilkan

MBG sebagai kebijakan realistik yang dapat dijalankan meskipun menghadapi kendala implementasi. Berdasarkan teori framing Robert N. Entman, kedua media melakukan seleksi dan penonjolan isu sesuai orientasi redaksionalnya, yang berpengaruh terhadap cara publik memahami dan menilai kebijakan MBG. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa framing media online tidak bersifat netral, melainkan memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik—di mana *Kompas.com* mendorong sikap publik yang lebih kritis terhadap kebijakan, sedangkan *Bisnis.com* cenderung memperkuat legitimasi pemerintah melalui pendekatan rasional dan teknokratis.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran penting. Bagi pemerintah, perlu meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan pemerataan distribusi program MBG melalui pengawasan terpadu serta komunikasi publik yang terbuka. Bagi media massa, diharapkan menghadirkan pemberitaan yang seimbang, berbasis data, dan tetap menjalankan fungsi kontrol sosial secara objektif. Bagi masyarakat, perlu berpartisipasi aktif dalam pengawasan pelaksanaan MBG dan membangun kesadaran kritis terhadap informasi yang diterima. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan memperluas cakupan media, menggunakan metode campuran, serta menganalisis respons publik agar hasil penelitian lebih komprehensif. Dengan demikian, saran ini diharapkan memperkuat efektivitas, keadilan, dan keberlanjutan program MBG.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Kriyantono, R., & Wulandari, M. P. (2024). Analysis of Framing in Stunting News at Prokopim Ponorogo and Madiun. 8090, 277–287. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v10i2.33957>
- Ansori, S., & Hidayah, J. (2024). ATTITUDE AND IDEOLOGY IN MEDIA REPORTING : A CASE STUDY OF KOMPAS ' S COVERAGE OF THE FREE NUTRITION MEALS PROGRAM. 2069(10), 181–196. <https://doi.org/10.29300/ling.v10i2.4616>
- Berger, C. R. (2021). Efek Media Massa: Handbook Ilmu Komunikasi. Nusa Media.
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 4(1), 85–104. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.8277>
- Cabucci, M. O., & Maulina, P. (2021). Analisis framing pemberitaan kebakaran hutan dan lahan PT. Argo Sinergi Nusantara pada media online lokal dan nusantara. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 5(2), 205–216.
- Dwi Mutiara, E. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Kasus Kekerasan. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(September 2019).
- Eriyanto. (2012a). Analisis framing eriyanto (hlm. 354).
- Eriyanto. (2012b). ANALISIS FRAMING Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media (Nomor 0274).
- Lastiana, V., & Mayra, Z. (2024). Penyiapan Menu Makanan Bergizi Seimbang dan Pembiasaan Pola Hidup Sehat di TK Islam Al Iman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 11841–11858.
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja Digital. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 159–174.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online the Role of Mass Media in Facing Online Media Attacks. *MAJALAH SEMI ILMIAH POPULER KOMUIKASI MASSA Section*, 2(1), 51–64.
- Romli, A. S. M. (2020). *JURNALISTIK ONLINE: Panduan Mengelola Media Online* (Irwan;Mathori, Ed.; Terbit Dig). Nuansa Cendekia.
- Sobur, A. (2001). Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik dan analisis framing. Remaja Rosdakarya.
- Song, Q. (2024). Framing in media and communication studies: A bibliometric analysis. 7(1), 1–16.
- Suryana, E. A., & Researcher, I. (2025). PROGRAM MAKAN BERGIZI: MEMBANGUN MANUSIA UNGGUL UNTUK INDONESIA EMAS 2045 Kebijakan Publik Berkelanjutan untuk Tata Kelola yang Lebih Baik | i. January.
- Suryasuciramadhan, A., Dwi Mulyani, A., Fitriyaningsih, I., & Alfayeed, M. (2024). Analisis Framing Film Vina: Sebelum 7 Hari dalam Media Sosial Tiktok dan X. 1(3), 26–33.
- Yuniar, D., Sugiarti, D. H., & Maspuroh, U. (2022). Analisis Penggunaan Afiksasi pada Berita Hardnews di Media Daring Kompas.com. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 1126–1133. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1971>