

Konstruksi Realitas dan Polarisasi Media: Analisis *Framing* Entman terhadap Pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis CNNIndonesia.com dan Tempo.co

Muhammad Rangga W.H.P ^{1*}, Faris ²

^{1*,2} Universitas Yudharta Pasuruan, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Email: mranggawhp775@gmail.com ^{1*}, faris@yudharta.ac.id ²

Histori Artikel:

Dikirim 27 Mei 2026; *Diterima dalam bentuk revisi* 15 Juni 2026; *Diterima* 30 Juli 2026; *Diterbitkan* 10 September 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STM IK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perbedaan pemberitaan mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang berpotensi membentuk konstruksi realitas dan polarisasi media. Penelitian ini bertujuan menganalisis framing CNNIndonesia.com dan Tempo.co terhadap Program MBG, mengidentifikasi perbedaan konstruksi realitas kedua media, serta menganalisis pola polarisasi framing dan implikasinya terhadap pembentukan opini publik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan metode analisis framing model Robert N. Entman yang mencakup define problems, diagnose causes, make moral judgment, dan treatment recommendation, serta teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann sebagai kerangka interpretatif. Data penelitian terdiri atas 34 artikel berita yang dipublikasikan pada Januari–April 2026, yaitu 16 artikel CNNIndonesia.com dan 18 artikel Tempo.co, yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media menggunakan empat elemen framing Entman secara konsisten, tetapi dengan arah penonjolan yang berbeda. CNNIndonesia.com cenderung menggunakan framing afirmatif dengan menekankan keberhasilan kebijakan, capaian program, dan keberlanjutan MBG, sedangkan Tempo.co lebih dominan menggunakan framing kritis-struktural dan institusional-korektif dengan menyoroti persoalan tata kelola, pengawasan, transparansi, dan risiko implementasi. Perbedaan tersebut menunjukkan terjadinya framing polarization yang dipengaruhi oleh perbedaan penekanan isu, pemilihan aktor, dan pemaknaan fakta. Kondisi ini berpotensi menghasilkan fragmentasi opini publik melalui konstruksi realitas yang berbeda antarmedia.

Kata Kunci: Makan Bergizi Gratis; Analisis Framing; Robert N. Entman; Konstruksi Realitas; Polarisasi Media.

Abstract

This study is motivated by the divergent media coverage regarding the Free Nutritious Meal (MBG) Program, which has the potential to shape the construction of reality and drive media polarization. The study aims to analyze the framing of the MBG Program by CNNIndonesia.com and Tempo.co, identify differences in how each outlet constructs reality, and analyze patterns of framing polarization and their implications for public opinion formation. A qualitative approach within a constructivist paradigm was employed, utilizing Robert N. Entman's framing analysis model—encompassing the definition of problems, diagnosis of causes, moral judgments, and treatment recommendations—alongside Berger and Luckmann's theory of the social construction of reality as an interpretive framework. The data set consists of 34 news articles published between January and April 2026 (16 from CNNIndonesia.com and 18 from Tempo.co), selected via purposive sampling. The findings reveal that both outlets consistently applied Entman's four framing elements but emphasized different aspects. CNNIndonesia.com tended to employ an affirmative frame, highlighting policy successes, program achievements, and the program's sustainability, whereas Tempo.co predominantly utilized critical-structural and institutional-corrective frames, focusing on issues of governance, oversight, transparency, and implementation risks. These differences indicate the presence of framing polarization, driven by varying issue emphases, actor selection, and interpretations of facts. This situation has the potential to fragment public opinion through the divergent construction of reality across media outlets.

Keyword: Free Nutritious Meal; Framing Analysis; Robert N. Entman; Construction of Reality; Media Polarization.

1. Pendahuluan

Isu ketahanan pangan dan pemenuhan gizi anak di Indonesia menjadi perhatian utama dalam agenda pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam kerangka *Sustainable Development Goals* (SDGs), yang mendorong berbagai negara mengembangkan program intervensi gizi berbasis sekolah sebagai strategi peningkatan kualitas SDM jangka panjang. Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan salah satu kebijakan publik strategis dalam lanskap pemerintahan kontemporer Indonesia. Pada tanggal 6 Januari 2025, program ini secara resmi mulai diimplementasikan oleh Presiden dan Wakil Presiden terpilih Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka menurut Mahyuddin, 2025 dalam (Mardiana *et al.*, 2025). Sasaran penerima manfaat dari program ini adalah 82,9 juta jiwa, yang telah meliputi siswa PAUD hingga SD/SMP/SMK, santri pesantren, anak balita dan ibu hamil serta ibu menyusui menurut Priatmojo, 2024 dalam (Devi Triana & Amali, 2024). Berdasarkan hal tersebut, Skala kebijakan ini mencerminkan ambisi negara sebagai fondasi menuju Indonesia Emas 2045, yang diperkuat oleh alokasi anggaran sebesar Rp 71 triliun dalam RAPBN 2025 dan potensi kebutuhan tambahan hingga Rp 100 triliun untuk implementasi penuh, MBG mencakup dimensi publik “berkelas” karena tidak hanya sebagai program sosial, tetapi juga sebagai simbol politik pembangunan yang sarat kepentingan ekonomi, ideologis, dan komunikatif. Namun, tujuan besar tersebut saat ini dihadapkan pada gejala empiris yang lebih kompleks dalam lingkup implementasi awal Program MBG. yang mulai memunculkan respons publik. hingga pertengahan Januari 2025, program telah menjangkau sekitar 650 ribu penerima manfaat, yang dipusatkan di 31 provinsi, didukung oleh 693 SPPG, yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Menurut Pradipta Rahadi, 2025 dalam (Ardiansyah, 2025). Meskipun demikian, menurut Kiftiyah dkk. 2025 dalam (Ardiansyah, 2025) menegaskan bahwa tantangan utama terletak pada besarnya kebutuhan anggaran sehingga ada potensi dampak fiskal yang cukup besar terjadi terhadap APBN dan menyebabkan pemotongan anggaran pada program lain yang sama pentingnya”. Kondisi ini menunjukkan bahwa MBG sejak awal tidak berdiri dalam ruang kebijakan yang netral, tetapi berada dalam perdebatan publik. Sejalan dengan itu, Program MBG memicu kontroversi dalam wacana publik khususnya di media digital. Berdasarkan analisis sentimen di Netray.id, 36.8 ribu unggahan dalam platform X, dengan total potensi jangkauan 159.6 juta akun, isu yang paling dominan dalam percakapan publik berkaitan dengan kata kunci seperti ‘korupsi’, ‘defisit’, ‘dana’, dan ‘sekolah menurut Arimbi, 2024 dalam (Juliani, 2025).

Kekhawatiran publik berpusat pada beban yang signifikan terhadap anggaran negara, potensi ketidak efisienan dan penyalahgunaan dana, serta keraguan mengenai kualitas gizi makanan yang disediakan. Fenomena ini menunjukkan bahwa MBG tidak hanya diperdebatkan sebagai kebijakan teknokratis, tetapi juga sebagai isu politik yang sangat dipengaruhi oleh persepsi dan emosi publik. Kontroversi tersebut semakin diperkuat oleh berbagai isu spesifik seputar Program MBG, seperti penggunaan dana pribadi Presiden Prabowo pada tahap awal inisiatif ini, ketergantungan pada impor susu yang mencapai 80 persen, dan usulan untuk menggunakan dana zakat sebagai sumber pembiayaan program (Devi Triana & Amali, 2024). tetapi diperkuat oleh liputan media massa dan berita online yang menyajikan berbagai perspektif dalam membentuk realitas program MBG. Dalam konteks ini, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berperan sebagai aktor yang membentuk realitas sebagai aktor yang membentuk realitas kebijakan publik. mendorong berkembangnya kajian akademik terkait framing media terhadap kebijakan publik, Fenomena ini tidak hanya menjadi perhatian publik, yang berupaya memahami bagaimana media membingkai kebijakan MBG melalui pendekatan framing. untuk melihat gambaran gap research, novelty dapat terlihat pada gambar 1.

lebih menekankan penyajian data yang bersifat teknokratis (Hidayat & Saputra, 2026). Temuan ini menegaskan bahwa polarisasi framing terhadap Program MBG bukan sekadar asumsi awal penelitian, melainkan fenomena yang telah terdokumentasi secara empiris di berbagai konteks kewilayahan di Indonesia. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan konseptual, empiris, dan analitis, khususnya terkait peralihan fase kebijakan dari konteks elektoral menuju implementasi, serta pergeseran fokus analisis dari dimensi struktural ke dimensi legitimatif dalam framing kebijakan publik. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan analisis framing yang menempatkan framing sebagai mekanisme legitimasi dalam komunikasi kebijakan publik. Secara operasional, penelitian ini menggunakan analisis komparatif framing terhadap Program Makan Bergizi Gratis pada tahap implementasi kebijakan di dua portal berita yang memiliki karakter redaksional berbeda, yaitu CNNIndonesia.com dan Tempo.co. Analisis dilakukan dengan menggunakan model framing Robert N. Entman yang menekankan empat perangkat utama, yaitu pendefinisian masalah (*define problems*), diagnosis penyebab (*diagnose causes*), penilaian moral (*make moral judgments*), serta rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendations*). Melalui kerangka ini, framing dipahami sebagai mekanisme pembentukan makna yang berfungsi secara normatif dalam membangun legitimasi, mengartikulasikan kepentingan, serta memengaruhi persepsi publik terhadap kebijakan sosial. Penelitian ini mengalihkan fokus ke tahap implementasi sekaligus memperluas analisis framing ke dimensi legitimatif, dari dimensi struktural menuju dimensi fungsional dan legitimatif dalam komunikasi kebijakan publik.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan desain deskriptif-komparatif melalui analisis framing. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam bagaimana media mengonstruksi realitas Program Makan Bergizi Gratis (MBG), bukan mengukur fenomena secara statistik. Dalam pendekatan ini, peneliti menjadi instrumen utama yang bertugas mengumpulkan, menyeleksi, menganalisis, dan menafsirkan data berdasarkan konteks alamiah pemberitaan. Paradigma konstruktivis digunakan karena realitas media dipahami sebagai hasil konstruksi melalui proses seleksi informasi, pemilihan narasumber, penggunaan bahasa, dan penonjolan aspek tertentu. Dengan demikian, pemberitaan MBG pada CNNIndonesia.com dan Tempo.co tidak dipandang sebagai gambaran realitas yang sepenuhnya objektif, melainkan sebagai konstruksi makna yang dipengaruhi praktik jurnalistik dan orientasi redaksional masing-masing media. Desain penelitian bersifat deskriptif-komparatif karena penelitian tidak hanya mendeskripsikan pola pembingkai pemberitaan MBG, tetapi juga membandingkan konstruksi realitas yang dibangun CNNIndonesia.com dan Tempo.co. Kedua portal tersebut dipilih secara purposive karena memiliki karakteristik jurnalistik yang berbeda (Miqdad & Priatna, 2026). CNN Indonesia.com merepresentasikan media arus utama dengan orientasi pada kecepatan, aktualitas, dan jangkauan luas, sedangkan Tempo.co memiliki tradisi jurnalistik investigatif, kritis, dan mendalam. Perbedaan karakteristik tersebut menjadi dasar untuk mengidentifikasi kemungkinan munculnya perbedaan framing dan polarisasi media dalam memberitakan kebijakan publik yang sama. Objek penelitian berupa pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis yang diterbitkan oleh kedua media selama Januari hingga April 2026. Periode tersebut dipilih karena merupakan fase implementasi lanjutan program setelah peluncuran pada Januari 2025. Populasi penelitian mencakup seluruh artikel mengenai MBG yang diterbitkan kedua portal selama periode tersebut. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: artikel menjadikan MBG sebagai fokus utama, diterbitkan pada periode penelitian, berbentuk produk jurnalistik faktual seperti *straight news* atau *news feature*, serta dapat diakses secara lengkap. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 34 artikel sebagai sampel, terdiri atas 16 artikel CNNIndonesia.com dan 18 artikel Tempo.co. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelusuri arsip digital CNNIndonesia.com dan Tempo.co menggunakan kata kunci “Makan Bergizi Gratis”, “MBG”, “Prabowo Makan Gratis”, dan

variasi istilah relevan lainnya. Artikel yang ditemukan kemudian diverifikasi berdasarkan kriteria sampel, diunduh atau disimpan dalam format digital, serta dicatat metadata berupa judul, tanggal publikasi, penulis, URL, rubrik, jumlah kata, dan tema utama (Busti, 2019). Data sekunder digunakan sebagai pendukung berupa dokumen kebijakan pemerintah, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, data statistik, laporan kelembagaan, serta informasi mengenai karakteristik redaksional kedua media. Data sekunder tersebut berfungsi memberikan konteks terhadap isu yang diberitakan dan memperkuat kredibilitas interpretasi penelitian. Instrumen penelitian berupa pedoman analisis framing yang disusun berdasarkan model Robert N. Entman. Analisis dilakukan terhadap empat elemen utama, yaitu *define problems* untuk mengidentifikasi bagaimana media mendefinisikan masalah, *diagnose causes* untuk menemukan penyebab dan aktor yang dianggap bertanggung jawab, *make moral judgments* untuk melihat penilaian moral terhadap kebijakan maupun aktor, serta *treatment recommendation* untuk mengidentifikasi solusi atau rekomendasi yang ditawarkan. Setiap artikel dibaca secara mendalam, kemudian bagian teks yang relevan diklasifikasikan berdasarkan keempat elemen tersebut (Fadilla, 2025). Analisis data dilakukan secara kualitatif-komparatif. Tahap pertama adalah membaca seluruh artikel secara menyeluruh dan melakukan kategorisasi awal berdasarkan tema. Tahap kedua adalah mengidentifikasi empat elemen framing Entman pada setiap artikel. Tahap ketiga berupa sintesis dan komparasi untuk menemukan pola framing dominan pada masing-masing media. Selanjutnya, hasil tersebut diinterpretasikan menggunakan perspektif konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann serta konsep polarisasi media. Polarisasi diidentifikasi melalui perbedaan cara kedua media mendefinisikan masalah, menjelaskan penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan penyelesaian terhadap MBG. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan meninjau kembali kesesuaian temuan dengan data primer, kajian pustaka, serta kerangka teoritis. Keabsahan data dijaga melalui penerapan prosedur analisis yang konsisten, pengodean ulang sebagian data, triangulasi teoretis, dan dokumentasi seluruh proses penelitian. Triangulasi dilakukan dengan mempertemukan data pemberitaan dengan teori konstruksi realitas sosial dan teori polarisasi media. Dengan prosedur tersebut, penelitian diharapkan menghasilkan analisis yang kredibel mengenai konstruksi realitas, perbedaan framing, dan pola polarisasi media dalam pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis pada CNNIndonesia.com dan Tempo.co.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Konstruksi Realitas dan Polarisasi Media

Konstruksi realitas merupakan proses ketika media tidak hanya menyampaikan fakta kepada masyarakat, tetapi juga memilih, menyeleksi, menonjolkan, dan memberikan makna tertentu terhadap fakta tersebut. Dalam konteks pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis (MBG), realitas yang ditampilkan kepada publik tidak terbentuk secara netral, melainkan melalui proses jurnalistik yang melibatkan pemilihan isu, narasumber, judul, data, serta sudut pandang pemberitaan. Oleh karena itu, suatu peristiwa yang sama dapat menghasilkan pemahaman yang berbeda ketika diberitakan oleh media yang berbeda. Penelitian ini menunjukkan bahwa CNNIndonesia.com dan Tempo.co sama-sama memberitakan MBG, tetapi membangun konstruksi realitas yang berbeda melalui kecenderungan framing masing-masing. Dalam perspektif konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann, media memiliki peran penting dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pada tahap eksternalisasi, media menuangkan pemahaman dan perspektif tertentu terhadap realitas ke dalam teks berita. Selanjutnya, pada tahap objektivasi, informasi yang telah dipilih dan disusun media ditampilkan seolah-olah sebagai realitas yang objektif melalui data, pernyataan narasumber, maupun fakta yang dianggap relevan (Adityawan *et al.*, 2025). Pada tahap internalisasi, khalayak kemudian menerima dan memahami realitas tersebut berdasarkan informasi yang dikonsumsi secara berulang.

Dalam penelitian mengenai MBG, CNNIndonesia.com lebih banyak melakukan objektivasi melalui data dan pernyataan resmi pemerintah, sedangkan Tempo.co lebih banyak menghadirkan kritik dari lembaga pengawas dan masyarakat sipil. Perbedaan sumber objektivasi tersebut kemudian menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda di antara kedua media. CNNIndonesia.com cenderung mengonstruksi MBG sebagai kebijakan yang berhasil, strategis, dan memiliki manfaat luas bagi masyarakat. Realitas tersebut dibangun melalui penonjolan capaian program, seperti jumlah penerima manfaat, penyerapan anggaran, penciptaan lapangan kerja, dan dampak ekonomi. Ketika terdapat persoalan seperti keracunan makanan atau gangguan distribusi, persoalan tersebut cenderung ditempatkan sebagai kendala teknis yang dapat ditangani oleh pemerintah dan Badan Gizi Nasional. Dengan demikian, realitas yang dibangun CNNIndonesia.com cenderung mempertahankan legitimasi kebijakan pemerintah dan memberikan ruang yang lebih besar terhadap narasi keberhasilan program (Fathilah *et al.*, 2025). Sebaliknya, Tempo.co membangun realitas MBG melalui perspektif yang lebih kritis dan investigatif. Media ini lebih banyak menyoroti persoalan tata kelola, transparansi anggaran, pengawasan, distribusi, serta potensi penyimpangan dalam pelaksanaan program. Narasi juga diperkuat dengan menghadirkan lembaga seperti KPK, ICW, YLKI, dan JPPI sebagai sumber informasi dan kritik. Melalui strategi tersebut, MBG tidak hanya dipahami sebagai program pemenuhan gizi, tetapi juga sebagai kebijakan publik berskala besar yang membutuhkan transparansi, akuntabilitas, dan pengawasan yang ketat. Perbedaan konstruksi tersebut kemudian melahirkan polarisasi media, yaitu keadaan ketika media membangun interpretasi yang berbeda terhadap objek pemberitaan yang sama sehingga menghasilkan kecenderungan persepsi publik yang berlainan. Polarisasi CNNIndonesia.com dan Tempo.co tidak terutama terletak pada fakta dasar yang diberitakan, melainkan pada aspek yang dipilih untuk ditonjolkan, aktor yang diberikan ruang lebih besar, serta cara media memberikan makna terhadap fakta tersebut. Dengan demikian, peristiwa yang sama dapat dipersepsikan sebagai keberhasilan kebijakan oleh satu kelompok pembaca, tetapi dipahami sebagai persoalan tata kelola oleh kelompok pembaca lainnya (Defri Agustina *et al.*, 2026).

Polarisasi tersebut dapat dilihat melalui perbedaan aktor yang ditampilkan oleh kedua media. CNNIndonesia.com lebih banyak memberikan ruang kepada pemerintah, Presiden, dan Badan Gizi Nasional dalam menjelaskan perkembangan serta keberhasilan MBG. Sebaliknya, Tempo.co memberikan perhatian lebih besar kepada lembaga pengawas, organisasi masyarakat sipil, ahli, dan kelompok yang mengalami dampak kebijakan. Perbedaan konfigurasi aktor tersebut menunjukkan bahwa media tidak hanya memilih informasi, tetapi juga membangun struktur legitimasi tertentu untuk mengarahkan cara khalayak menilai suatu kebijakan. Polarisasi media juga dipengaruhi oleh faktor struktural. Perbedaan kepemilikan media, orientasi editorial, segmentasi audiens, serta kompetisi pasar media daring dapat membentuk kecenderungan pemberitaan masing-masing media. CNNIndonesia.com yang menasar audiens arus utama cenderung menyajikan perkembangan kebijakan secara ringkas dan mudah dipahami, sedangkan Tempo.co memiliki kecenderungan lebih analitis, investigatif, dan evaluatif. Perbedaan orientasi tersebut menyebabkan kedua media memiliki *positioning* yang berbeda dan pada akhirnya menghasilkan pola framing yang relatif konsisten sepanjang periode penelitian. Implikasi konstruksi realitas dan polarisasi media terhadap opini publik menjadi sangat penting. Pembaca yang secara konsisten mengonsumsi CNNIndonesia.com berpotensi menginternalisasi pandangan bahwa MBG merupakan program yang berhasil, humanis, dan didukung kepemimpinan pemerintah. Sebaliknya, pembaca yang lebih sering mengakses Tempo.co berpotensi memahami MBG sebagai kebijakan yang masih memiliki persoalan struktural, terutama dalam aspek pengawasan, transparansi, dan akuntabilitas. Perbedaan tersebut dapat memperkuat *selective exposure* dan *echo chamber*, karena masyarakat cenderung memilih sumber informasi yang sesuai dengan keyakinan atau perspektif yang telah dimiliki. Dengan demikian, konstruksi realitas dan polarisasi media menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk cara masyarakat memahami suatu kebijakan publik. CNNIndonesia.com dan Tempo.co tidak sekadar menyampaikan informasi mengenai MBG, tetapi turut memproduksi makna sosial mengenai keberhasilan, kelemahan, manfaat, dan persoalan program tersebut.

Namun, polarisasi yang ditemukan tidak bersifat mutlak karena masing-masing media tetap dapat menampilkan perspektif yang berbeda pada isu tertentu. (Firdaus & Abu Bakar, 2025) Oleh sebab itu, masyarakat perlu memiliki literasi media yang kuat dengan membandingkan berbagai sumber, memahami konteks pemberitaan, mengidentifikasi kepentingan dan sudut pandang media, serta membedakan fakta dengan interpretasi. Sikap kritis tersebut penting agar publik tidak terjebak pada satu konstruksi realitas saja, tetapi mampu memperoleh pemahaman yang lebih utuh dan berimbang mengenai Program Makan Bergizi Gratis.

3.1.2 Panduan Analisis Framing Model Robert N. Entman

Analisis framing model Robert N. Entman merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana media membentuk dan mengonstruksi realitas melalui pemberitaan. Framing tidak hanya berkaitan dengan fakta apa yang disampaikan kepada khalayak, tetapi juga bagaimana fakta tersebut dipilih, disusun, ditonjolkan, dan diberikan makna tertentu oleh media. Dalam proses pemberitaan, media memiliki kemampuan untuk menentukan aspek tertentu dari suatu peristiwa agar lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya. Oleh karena itu, sebuah peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda oleh masyarakat ketika diberitakan melalui media yang berbeda. Perbedaan tersebut terjadi karena setiap media memiliki kecenderungan dalam memilih sudut pandang, narasumber, data, serta bahasa yang digunakan dalam mengonstruksi sebuah realitas. Robert N. Entman menjelaskan framing melalui empat elemen utama, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Keempat elemen tersebut menjadi perangkat analisis untuk mengetahui bagaimana media mendefinisikan sebuah masalah, menentukan penyebab, memberikan penilaian, dan menawarkan penyelesaian. Melalui empat elemen tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi kecenderungan pemberitaan secara lebih sistematis. Model Entman juga memungkinkan peneliti membandingkan pemberitaan dari beberapa media sehingga dapat diketahui apakah media memiliki kecenderungan framing yang afirmatif, kritis, netral, atau bahkan menunjukkan polarisasi dalam mengonstruksi suatu isu (Wijoyo, 2023). Elemen pertama, yaitu *define problems*, berkaitan dengan bagaimana media mendefinisikan suatu peristiwa sebagai sebuah masalah. Media pada dasarnya berhadapan dengan realitas yang kompleks dan memiliki banyak aspek. Namun, tidak semua aspek tersebut dapat dimasukkan secara bersamaan ke dalam sebuah berita. Media kemudian melakukan proses seleksi dengan menentukan aspek mana yang dianggap penting dan layak ditonjolkan.

Dalam pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis (MBG), misalnya, sebuah media dapat mendefinisikan program tersebut sebagai kebijakan pemerintah yang berhasil meningkatkan pemenuhan gizi masyarakat. Media lainnya dapat melihat persoalan yang sama sebagai kebijakan yang menghadapi permasalahan dalam tata kelola, anggaran, distribusi, pengawasan, maupun kualitas pelaksanaan. Perbedaan dalam mendefinisikan masalah tersebut menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan realitas, tetapi turut menentukan cara realitas tersebut dipahami oleh khalayak. Elemen kedua adalah *diagnose causes*, yaitu bagaimana media memperkirakan atau menjelaskan penyebab dari masalah yang telah didefinisikan sebelumnya. Setelah suatu peristiwa ditetapkan sebagai masalah, media kemudian menentukan siapa atau faktor apa yang dianggap menjadi penyebab munculnya persoalan tersebut. Penyebab dapat diarahkan kepada individu, lembaga, kebijakan, sistem, maupun kondisi sosial tertentu. Dalam pemberitaan MBG, misalnya, keberhasilan program dapat dikaitkan dengan kepemimpinan pemerintah, Presiden, Badan Gizi Nasional, peningkatan anggaran, serta perluasan pelaksanaan program. Sebaliknya, apabila media menyoroti persoalan MBG, penyebabnya dapat dikaitkan dengan lemahnya pengawasan, persoalan tata kelola, distribusi makanan, sentralisasi kewenangan, atau lemahnya sistem pengendalian. Oleh karena itu, elemen *diagnose causes* sangat penting karena penentuan penyebab akan memengaruhi cara masyarakat melihat pihak yang dianggap bertanggung jawab atas suatu peristiwa (Hafidli *et al.*, 2023). Elemen ketiga adalah *make moral judgment*, yaitu bagaimana media memberikan penilaian moral terhadap peristiwa, kebijakan, maupun aktor yang terlibat. Penilaian moral dapat muncul melalui pilihan kata, pernyataan narasumber, judul berita, maupun penekanan terhadap nilai tertentu.

Pada tahap ini, media dapat menampilkan suatu kebijakan sebagai sesuatu yang baik, bermanfaat, strategis, dan layak mendapatkan dukungan. Sebaliknya, media juga dapat memberikan penilaian kritis terhadap kebijakan dengan menekankan persoalan transparansi, akuntabilitas, keadilan, efektivitas, atau perlindungan masyarakat. Dalam pemberitaan MBG, misalnya, media yang menggunakan bingkai afirmatif dapat memberikan penilaian bahwa MBG merupakan program strategis dan humanis yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Sementara media yang lebih kritis dapat menilai bahwa keberhasilan program tidak cukup diukur berdasarkan jumlah penerima manfaat, tetapi harus dilihat dari aspek keamanan pangan, transparansi anggaran, pengawasan, dan akuntabilitas penyelenggara (Rahmat & Prasetyo, 2023). Elemen keempat adalah *treatment recommendation*, yaitu bagaimana media menawarkan penyelesaian terhadap masalah yang telah didefinisikan dan dijelaskan sebelumnya. Elemen ini menunjukkan bahwa framing tidak hanya berhenti pada proses menggambarkan suatu masalah, tetapi juga dapat mengarahkan khalayak mengenai solusi yang dianggap tepat. Apabila suatu media mendefinisikan MBG sebagai program yang berhasil dan strategis, rekomendasi yang diberikan cenderung mengarah pada keberlanjutan, perluasan cakupan penerima manfaat, peningkatan anggaran, serta penguatan pelaksanaan program. Sebaliknya, apabila MBG didefinisikan sebagai kebijakan yang menghadapi persoalan tata kelola, rekomendasi yang muncul dapat berupa audit, evaluasi, penguatan pengawasan, transparansi anggaran, perbaikan distribusi, dan reformasi kelembagaan. Dengan demikian, rekomendasi penyelesaian menjadi bagian penting dalam melihat arah framing yang dibangun oleh media. Dalam penerapannya pada penelitian pemberitaan MBG, keempat elemen tersebut dapat digunakan untuk membaca berita secara menyeluruh. Peneliti perlu memperhatikan judul, *lead*, isi berita, pemilihan narasumber, data yang digunakan, aktor yang paling sering ditonjolkan, serta solusi yang ditawarkan. Setelah itu, informasi yang ditemukan dapat dikelompokkan berdasarkan empat elemen framing Entman. Proses tersebut memungkinkan peneliti melihat kecenderungan tertentu dalam setiap berita dan selanjutnya membandingkan pola pemberitaan antarmedia. Dengan cara tersebut, peneliti tidak hanya mengetahui isi berita, tetapi juga dapat memahami bagaimana media membangun makna terhadap suatu peristiwa. Dalam penelitian mengenai CNNIndonesia.com dan Tempo.co, model Entman menjadi penting karena kedua media memberitakan objek yang sama, yaitu Program Makan Bergizi Gratis, tetapi memiliki kecenderungan konstruksi realitas yang berbeda. CNNIndonesia.com lebih cenderung menampilkan keberhasilan, capaian, dan legitimasi kebijakan pemerintah, sedangkan Tempo.co lebih banyak memberikan perhatian terhadap persoalan tata kelola, pengawasan, transparansi, dan dampak kebijakan (Indiarti *et al.*, 2025). Perbedaan tersebut dapat ditelusuri melalui keempat elemen framing Entman, mulai dari bagaimana masalah didefinisikan, bagaimana penyebab ditentukan, bagaimana penilaian diberikan, hingga bagaimana solusi ditawarkan. Dengan demikian, analisis framing model Robert N. Entman memberikan kerangka yang sistematis untuk memahami proses konstruksi realitas dalam pemberitaan media. Keempat elemennya tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dalam membentuk keseluruhan makna sebuah berita. *Define problems* menentukan persoalan utama yang harus diperhatikan khalayak, *diagnose causes* menentukan pihak atau faktor yang dianggap bertanggung jawab, *make moral judgment* memberikan penilaian terhadap persoalan dan aktor, sedangkan *treatment recommendation* mengarahkan khalayak pada solusi tertentu. Melalui analisis tersebut, peneliti dapat mengungkap kecenderungan framing, membandingkan karakter pemberitaan antarmedia, serta memahami bagaimana perbedaan konstruksi media dapat berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi dan opini publik mengenai suatu kebijakan.

3.1.3 Analisis Framing Komparatif CNNIndonesia.com dan Tempo.co dalam Pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan salah satu kebijakan prioritas pemerintah yang mulai dilaksanakan pada 6 Januari 2025. Program ini tidak hanya diposisikan sebagai kebijakan pemenuhan kebutuhan pangan, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pemenuhan gizi anak, penurunan stunting, serta peningkatan kesehatan ibu hamil dan menyusui. Sasaran program mencakup peserta didik dari pendidikan anak usia dini

hingga sekolah menengah atas, satuan pendidikan keagamaan dan pesantren, balita, serta perempuan hamil dan menyusui. Dalam pelaksanaannya, MBG dikoordinasikan oleh Badan Gizi Nasional (BGN) melalui Satuan Pelayanan Pemenuhan Gizi (SPPG) yang tersebar di berbagai daerah. Kompleksitas program tersebut kemudian menjadikannya sebagai objek pemberitaan yang memiliki nilai politik, sosial, ekonomi, dan kemanusiaan yang tinggi. Pemberitaan mengenai MBG sepanjang Januari hingga April 2026 menunjukkan bahwa kebijakan yang sama dapat dikonstruksi secara berbeda oleh media. Penelitian ini menganalisis 34 artikel berita, yang terdiri atas 16 artikel CNNIndonesia.com dan 18 artikel Tempo.co (Brylyani & Suksmawati, 2025). Seluruh berita dianalisis menggunakan empat elemen framing Robert N. Entman, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Melalui keempat elemen tersebut, penelitian berusaha melihat bagaimana media mendefinisikan persoalan, menentukan penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan penyelesaian terhadap persoalan yang diberitakan. CNNIndonesia.com dalam pemberitaan MBG cenderung membangun konstruksi realitas yang afirmatif terhadap kebijakan pemerintah. Media ini lebih banyak menonjolkan capaian kuantitatif, seperti peningkatan jumlah penerima manfaat, penyerapan anggaran, penciptaan lapangan kerja, serta kontribusi program terhadap pertumbuhan ekonomi. Bahkan ketika memberitakan persoalan seperti dugaan keracunan makanan atau gangguan distribusi, pemberitaan cenderung menempatkan persoalan tersebut sebagai masalah teknis yang dapat dikendalikan melalui respons pemerintah dan BGN. Dengan demikian, orientasi pemberitaan CNNIndonesia.com lebih menekankan keberhasilan implementasi dan kemampuan pemerintah dalam menangani berbagai persoalan yang muncul (Ja'is & Andhita Risko, 2024). Kecenderungan tersebut terlihat dalam hasil sintesis 16 artikel CNNIndonesia.com. Sekitar sembilan artikel atau 56 persen menunjukkan pola framing afirmatif yang menonjolkan capaian, legitimasi, dan optimisme terhadap kebijakan, sedangkan tujuh artikel atau 44 persen menunjukkan pola *crisis-containment*, yaitu pemberitaan mengenai persoalan negatif yang tetap mempertahankan citra pemerintah sebagai pihak yang mampu mengendalikan krisis. Artinya, ketika terdapat kasus negatif, CNNIndonesia.com tidak serta-merta mendefinisikan MBG sebagai kebijakan yang gagal, tetapi lebih sering menempatkan persoalan tersebut sebagai insiden atau kendala teknis yang dapat diselesaikan melalui tindakan cepat pemerintah. Pada elemen *define problems*, CNNIndonesia.com cenderung mendefinisikan MBG sebagai kebijakan yang berhasil, strategis, dan memberikan manfaat luas. Masalah utama sering kali dikaitkan dengan persoalan gizi masyarakat, kebutuhan lapangan kerja, peningkatan daya beli, serta pertumbuhan ekonomi.

Dengan kerangka tersebut, MBG ditempatkan sebagai jawaban atas berbagai persoalan sosial dan ekonomi. Sementara itu, persoalan seperti keracunan makanan lebih banyak ditempatkan sebagai krisis lokal atau teknis yang tidak secara langsung menggugurkan keberhasilan program secara keseluruhan (Subarkah & Arviani, 2026). Pada elemen *diagnose causes*, CNNIndonesia.com banyak menempatkan pemerintah dan Presiden Prabowo sebagai aktor penting dalam menjelaskan keberhasilan program. Keberhasilan MBG dikaitkan dengan kepemimpinan, keseriusan pemerintah, perluasan SPPG, peningkatan jumlah penerima manfaat, dan pengalokasian anggaran. Dengan demikian, konstruksi penyebab yang dibangun bersifat *personalized institutional agency*, yaitu keberhasilan kebijakan dipahami sebagai hasil perpaduan antara kepemimpinan personal Presiden dan kemampuan institusional pemerintah dalam menjalankan kebijakan. Pada elemen *make moral judgment*, CNNIndonesia.com cenderung memberikan legitimasi positif terhadap MBG. Program diposisikan sebagai kebijakan humanis, berpihak kepada masyarakat, mendorong pemerataan, menciptakan lapangan kerja, dan menjadi investasi bagi sumber daya manusia. Sementara pada elemen *treatment recommendation*, solusi yang ditawarkan lebih banyak berupa keberlanjutan, perluasan cakupan, peningkatan anggaran, pembangunan SPPG, dan penguatan rantai pasok. Dengan demikian, penyelesaian persoalan bukan diarahkan pada penghentian program, melainkan pada perbaikan teknis dan perluasan implementasi (Fauzi & Fianamalia, 2025). Berbeda dengan CNNIndonesia.com, Tempo.co memperlihatkan kecenderungan framing yang lebih kritis dan investigatif. Tempo.co lebih banyak menyoroti efektivitas implementasi, transparansi anggaran, kualitas tata kelola, pengawasan, potensi penyimpangan, serta dampak negatif yang dirasakan penerima manfaat. Media ini juga

menghadirkan lembaga pengawas dan organisasi masyarakat sipil seperti KPK, ICW, YLKI, dan JPPI sebagai sumber penting dalam pemberitaan. Kecenderungan kritis tersebut terlihat dari analisis terhadap 18 artikel Tempo.co. Pada elemen *define problems*, Tempo.co lebih sering mendefinisikan MBG sebagai kebijakan yang menghadapi persoalan tata kelola, potensi penyimpangan anggaran, lemahnya pengawasan, serta ancaman terhadap keselamatan dan hak penerima manfaat. Pada elemen *diagnose causes*, penyebab persoalan tidak semata-mata diletakkan pada kesalahan teknis pelaksana, tetapi dikaitkan dengan kelemahan struktural, sentralisasi kewenangan BGN, serta kemungkinan persoalan pada hubungan antara pemerintah dan vendor. Pada elemen *make moral judgment*, Tempo.co lebih menonjolkan nilai transparansi, akuntabilitas, perlindungan masyarakat, dan tanggung jawab publik. Keberhasilan suatu kebijakan tidak hanya diukur melalui jumlah penerima manfaat atau besarnya anggaran yang terserap, tetapi juga melalui kualitas tata kelola dan dampaknya terhadap masyarakat. Pada elemen *treatment recommendation*, Tempo.co lebih banyak mengarah pada penguatan regulasi, audit independen, reformasi pengawasan, serta evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan MBG. Pola tersebut memperlihatkan posisi Tempo.co sebagai media *watchdog* yang menempatkan pengawasan sebagai bagian penting dalam menilai kebijakan publik. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa polarisasi framing antara CNNIndonesia.com dan Tempo.co tidak terutama terletak pada fakta dasar yang diberitakan. Kedua media dapat memberitakan peristiwa yang sama, tetapi memberikan penekanan, memilih aktor, dan memberikan interpretasi yang berbeda. CNNIndonesia.com lebih menonjolkan keberhasilan makro, kepemimpinan pemerintah, dan optimisme pembangunan, sedangkan Tempo.co lebih menonjolkan kerentanan sistemik, persoalan tata kelola, dan kebutuhan pengawasan. Dengan kata lain, perbedaan terjadi pada konstruksi makna terhadap fakta yang sama (Aswad *et al.*, 2025). Jika dikaitkan dengan teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann, kedua media melakukan proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dengan cara berbeda. CNNIndonesia.com melakukan eksternalisasi melalui reproduksi narasi keberhasilan pemerintah, kemudian mengobjektivasikannya melalui angka penerima manfaat, realisasi anggaran, penciptaan lapangan kerja, dan pernyataan resmi pemerintah. Selanjutnya, melalui proses internalisasi, pembaca diarahkan untuk memahami MBG sebagai kebijakan berhasil, humanis, dan strategis.

Sebaliknya, Tempo.co melakukan eksternalisasi melalui kritik masyarakat sipil dan lembaga pengawas, kemudian mengobjektivasikannya melalui data mengenai persoalan anggaran, dugaan penyimpangan, dan dampak sosial. Realitas tersebut selanjutnya berpotensi diinternalisasi pembaca sebagai gambaran mengenai kerentanan struktural MBG. Polarisasi framing tersebut juga dipengaruhi oleh faktor struktural media. Perbedaan kepemilikan, orientasi jurnalistik, segmentasi audiens, dan kompetisi pasar media menjadi faktor yang turut membentuk strategi pemberitaan. CNN Indonesia.com cenderung menyasar audiens arus utama melalui penyajian informasi yang ringkas dan berorientasi pada perkembangan kebijakan, sedangkan Tempo.co lebih menonjolkan analisis mendalam, investigasi, dan evaluasi. Persaingan media kemudian mendorong masing-masing media mempertahankan *positioning* yang berbeda. Dampak dari perbedaan framing tersebut terlihat dalam pembentukan opini publik. Pembaca yang lebih sering memperoleh informasi dari CNNIndonesia.com berpotensi memandang MBG sebagai program yang berhasil, humanis, dan didukung kepemimpinan pemerintah, sedangkan pembaca Tempo.co berpotensi memandang MBG sebagai kebijakan yang masih menghadapi persoalan tata kelola, transparansi, pengawasan, dan akuntabilitas. Perbedaan tersebut dapat memperkuat *selective exposure* dan *echo chamber*, ketika masyarakat cenderung memilih informasi yang sesuai dengan pandangan yang telah dimiliki (Dhuha *et al.*, 2026). Analisis framing komparatif menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial mengenai kebijakan publik. CNNIndonesia.com lebih dominan menghadirkan realitas afirmatif-institusional, sedangkan Tempo.co lebih dominan menghadirkan realitas kritis-investigatif. Meskipun demikian, polarisasi tersebut tidak bersifat mutlak karena masing-masing media tetap dapat menampilkan sudut pandang yang berbeda pada isu tertentu. Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki kemampuan literasi media yang memadai agar tidak menerima satu konstruksi pemberitaan sebagai satu-satunya kebenaran. Pembaca perlu membandingkan berbagai

sumber, memahami konteks pemberitaan, memperhatikan pemilihan narasumber, serta membedakan antara fakta, interpretasi, dan opini. Dalam penelitian ini, keberadaan dua konstruksi media yang berbeda justru menunjukkan pentingnya sikap kritis dalam memahami kebijakan MBG secara lebih objektif, komprehensif, dan berimbang.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa kedua media, CNNIndonesia.com dan Tempo.co, membangun konstruksi realitas yang berbeda melalui framing pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis (MBG). CNNIndonesia.com cenderung menampilkan keberhasilan, capaian, dan legitimasi kebijakan pemerintah dengan menggunakan data resmi dan narasi positif, sehingga membangun realitas yang afirmatif dan mendukung keberlanjutan program. Sebaliknya, Tempo.co lebih banyak menyoroti aspek kritis, seperti tata kelola, transparansi, pengawasan, dan potensi penyimpangan, dengan mengutip lembaga pengawas dan organisasi masyarakat sipil sebagai sumber utama. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hermawan, Zulkarnain, dan Lubis (2026), yang membandingkan dua media dan menemukan bahwa media dengan orientasi berbeda cenderung membangun realitas yang berbeda pula, meskipun keduanya membahas isu yang sama. Penelitian mereka menunjukkan bahwa perbedaan orientasi media memengaruhi cara media menampilkan aktor, menyoroti aspek tertentu, dan memberikan makna terhadap fakta yang sama. Selain itu, penelitian Juditha dan Darmawan (2025) juga menegaskan bahwa framing media tidak hanya berfokus pada fakta dasar, melainkan pada penekanan isu dan interpretasi yang dipilih, sehingga dapat memperkuat polarisasi persepsi publik. Pola framing yang berbeda ini tidak hanya memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan, tetapi juga berpotensi memperkuat echo chamber dan selective exposure, sebagaimana diungkapkan oleh Dhuha *et al.* (2026). Hal ini menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk konstruksi sosial realitas dan opini publik, terutama dalam kebijakan sosial yang kontroversial seperti MBG.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada BAB IV, penelitian ini menghasilkan tiga simpulan yang menjawab tiga rumusan masalah. Pertama, berdasarkan empat elemen framing Robert N. Entman, CNNIndonesia.com dan Tempo.co sama-sama menggunakan *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*, tetapi menghasilkan bingkai yang berbeda. CNNIndonesia.com cenderung menggunakan bingkai afirmatif-kebijakan, dengan menampilkan MBG sebagai program pemerintah yang berhasil, strategis, dan layak dilanjutkan. Pola ini ditemukan pada 9 dari 16 artikel (56%). Sementara itu, Tempo.co lebih dominan menggunakan bingkai kritis-struktural dan institusional-korektif, dengan menyoroti persoalan tata kelola, pengawasan, distribusi, dan kelembagaan. Pola tersebut ditemukan pada 14 dari 18 artikel (78%). Kedua, perbedaan konstruksi realitas kedua media terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi sebagaimana dijelaskan Berger dan Luckmann. CNNIndonesia.com lebih banyak menggunakan data resmi pemerintah sebagai dasar objektivasi sehingga MBG dipahami sebagai keberhasilan kebijakan negara. Sebaliknya, Tempo.co lebih banyak menghadirkan data dan kritik dari lembaga pengawas seperti KPK, ICW, YLKI, dan JPPI sehingga MBG dikonstruksi sebagai kebijakan yang memiliki kerentanan sistemik. Perbedaan tersebut berimplikasi pada pembentukan opini publik dan berpotensi memperkuat echo chamber serta selective exposure. Ketiga, polarisasi pemberitaan tidak terutama terletak pada perbedaan fakta, tetapi pada perbedaan penekanan isu, pemilihan aktor, dan pemaknaan terhadap fakta yang sama. Polarisasi tersebut dipengaruhi oleh kepemilikan media, orientasi editorial, segmentasi audiens, dan kompetisi pasar media. Dengan demikian, *framing polarization* kedua media berlangsung secara konsisten dan berpengaruh terhadap terbentuknya opini publik yang berbeda mengenai Program MBG.

5. Daftar Pustaka

- A. Malik Haramain, & Latif Ahmad Fauzan. (2025). Analisis framing pemberitaan program makan siang gratis Prabowo Gibran di Kumparan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 7(7), 2019–2034. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v7i7.8178>.
- Adityawan, J., Reyhan, I. E., & Christianto, A. (2025). Konstruksi realitas politik dalam media sosial: Studi perilaku pemilih di era informasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(3), 1220–1227. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i3.1472>.
- Aradiansyah, R. (2025). Analisis framing etika jurnalisme Islam pada pemberitaan makan bergizi gratis di media Republika.co.id. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, 5(2), 10173–10184. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.1121>.
- Aswad, M., Mau, M., & Ismail, A. (2025). Analisis framing CNN Indonesia terhadap figur Purbaya: Representasi teknopolitik dalam pemberitaan ekonomi nasional (10 September–6 November 2025). *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04).
- Brylyani, D. A., & Suksmawati, H. (2025). Framing media dalam isu pengangkatan Ifan Seventeen sebagai direktur utama PFN: Analisis komparatif Tempo.co dan CNN Indonesia. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(9), 10319–10325. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i9.9032>.
- Busti, F. I. (2019). Memahami pendekatan positivistis, konstruktivistis, dan kritis dalam metode penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi COMMUNIQUE*, 2(1), 421–427.
- Defri Agustina, A., Andre Wijaya, H., Attalah, F., Santoso, R., Syariah, F., & Raden Intan Lampung, U. (2026). Rekonstruksi politik untuk menganalisis polarisasi dan gangguan demokrasi di media sosial Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(2), 7–16.
- Devi Triana, F. R., & Amali, M. T. (2024). Analisis framing pemberitaan program kerja makan siang gratis Prabowo-Gibran dalam media online Liputan6.com dan Republika.co.id. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(3), 603–614. <https://doi.org/10.33366/jisip.v13i3.3231>.
- Dhuha, N. S., Basith, A. A., & Supriadi, D. (2026). Indikasi pelanggaran kode etik jurnalistik dalam pemberitaan *Indonesia Gelap* pada media CNNIndonesia.com periode 21–22 Februari 2025. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(4), 12951–12960.
- Fadilla, Z. (2025). Konstruktivisme sebagai paradigma baru dalam manajemen pembelajaran di era transformasi pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(01), 1–14.
- Fathilah, S. A., Fitrayani, A., & Bahtiar, S. (2025). Konstruksi realitas sosial melalui algoritma media digital dalam perspektif ilmu sosial modern Indonesia. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(4), 174–182. <https://doi.org/10.70716/perseptif.v3i4.453>.
- Fauzi, A., & Fianamalia, D. (2025). Studi komparatif pemberitaan konflik kemanusiaan Palestina-Israel (Republika online dan CNN Indonesia). *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 9(1), 118–126. <https://doi.org/10.32487/jshp.v9i1.2159>.
- Firdaus, N. F., & Abu Bakar, M. Y. (2025). Analisis moderasi beragama melalui pendekatan teori konstruksi realitas sosial. *Jurnal Penelitian Agama*, 26(2), 269–286. <https://doi.org/10.24090/jpa.v26i2.2025.pp269-286>.

- Hafidli, M. N., Nur, R., Lestari Sasmita, D., Nurazhari, L., Rahisa, N., & Putri, G. (2023). Analisis framing model Robert Entman tentang kasus Kanjuruhan di Detik.com dan BBC News. *JIS: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 2548–4893.
- Imelda Dwi Putri Nainggolan, D. C. (2024). Analisis framing portal berita Kompas.com dan Media Indonesia.com atas pemberitaan program makan siang gratis oleh paslon 02 (Prabowo-Gibran) periode 28 November 2023–10 Februari 2024. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Jurnal*, 6(10), 5867–5878. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i10.3038>.
- Indiarti, I., Juanda, J., & Mahmudah, M. (2025). Pemberitaan fasilitas kampus dalam media daring estetika pers: Analisis framing Robert N. Entman. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(2), 428–441. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v5i2.1277>.
- Ja'is, J., & Andhita Risko, F. (2024). Analisis framing model Robert N. Entman pada pemberitaan larangan paham Wahabi di media CNN Indonesia dan Detik.com. *Jurnal Al Nahyan*, 1(1), 54–70. <https://doi.org/10.58326/jan.v1i1.125>.
- Juditha, C., & Darmawan, J. J. (2025). Program makan bergizi gratis: Framing pemberitaan di portal berita dan sentimen netizen di media sosial. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 29(2), 165–180.
- Juliani, D. (2025). Analisis framing pemberitaan media online CNN Indonesia mengenai program makan siang gratis Prabowo-Gibran periode Maret–Mei 2024. [Repository.unsri.ac.id](https://repository.unsri.ac.id)
- Mardiana, A. C., Putri, K. Y. S., & Prananingrum, E. N. (2025). Analisis kerangka berita tentang program “Makanan Bergizi Gratis (MBG)” di media online. *Jurnal Internasional Komunitas Global*, VIII, 137–154.
- Miqdad, & Priatna, W. B. (2026). Framing Robert N. Entman pada isu kebijakan publik global dan lokal: Studi komparatif pada konten Mata Rakyat YouTube Astronacci. *Journal of Creative Student Research*, 4(2), 127–141. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v4i2.6107>.
- Rahmat, H., & Prasetyo, F. H. (2023). Analisis framing Robert N. Entman pada berita larangan mudik 2021 di media Detik.com dan Kompas.com. *Communication Lens*, 2(2), 17.
- Subarkah, A. A., & Arviani, H. (2026). Analisis framing pemberitaan ijazah palsu Jokowi di CNN Indonesia dan Republika (periode April–Mei 2025). *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 12(1), 411–427.
- Vanti, M. E. D., Octaviani, V., & Maryaningsih, M. (2024). Analisis framing pemberitaan program makan gratis Prabowo Subianto di media online. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 11(1), 427–436. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6396>.
- Wijoyo, S. G. (2023). Analisis framing Robert Entman tentang kasus kejahatan anak di bawah umur. *Esensi Daruna: Jurnal Komunikasi*, 2(1), 47–53.