

PEMBINGKAIAN DANANTARA PADA BISNIS.COM

**(Analisis Framing Pemberitaan Badan Pengelola Investasi Periode Pra -
Peresmian dan Peresmian)**



**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun :

Desi Adisetti Putri

(22107030049)

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

YOGYAKARTA

2026

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Desi Adissetianti Putri

Nomor Induk : 22107030049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya / penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 07 Juli 2026

Yang menyatakan



Desi Adissetianti Putri

NIM. 22107030049

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : **Desi Adisettianti Putri**
NIM : 22107030049
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PEMBINGKAIAN DANANTARA PADA BISNIS.COM (Analisis Framing Pemberitaan Badan Pengelolaan Investasi Periode Pra-Peresmian dan Peresmian)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 01 Juni 2026
Pembimbing

Alip Kunandar, M. Si
NIP. 19760626 200901 1 010

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4565/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2026

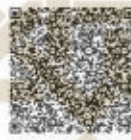
Tugas Akhir dengan judul : PEMBINGKALAN DAN ANTARA PADA BISNIS.COM (Analisis Framing Pemberitaan Badan Pengelola Investasi Periode Pra - Peresmian dan Peresmian)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DESI ADISSETIANTI PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030049
Telah diajukan pada : Rabu, 29 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Skripsi
Alip Komandir, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a85534a-1395



Penguji I
Dr. Rama Kenamukdi, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a855317-7bea3c



Penguji II
KURNIA INDASAH, S.Kom.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a854770-1a9d13

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 29 Juli 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a855e7d-2d834

MOTTO

Rotasikan pandanganmu, ambil sudut yang terbaru. Belum pernah kau coba lihat semua, bukan dari matamu kelak kau kan mengingat yang membawamu ke sini

Perunggu – 33x



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pembingkaian Danantara Pada Bisnis.com (Analisis Framing Pemberitaan Badan Pengelola Investasi Periode pra-peresmian hingga peresmian)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi yang peneliti tempuh.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan keterbatasan. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Bapak Dr. Mokhammad Mahfud, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Ihya' Ulumuddin, M.Sos. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan kepada peneliti selama menempuh studi hingga saat ini.
4. Bapak Alip Kunandar, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.

5. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn selaku dosen penguji 1 dan Kurnia Indasah, S.Kom.I, M.A.selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu sekaligus pengetahuan dan pengalaman berharga selama menjalani masa perkuliahan
7. Bapak Hasimin dan ibu Tugiyem selaku orang tua peneliti yang dengan segala usahanya telah mendidik dan membesarkan peneliti hingga saat ini
8. Zulaihatul Asfia dan Novera Eka selaku orang yang telah membangunkan dan menemani peneliti semasa perkuliahan hingga saat ini.
9. Naila, Fandy dan Syahnaz selaku teman dekat peneliti yang telah menemani peneliti selama masa perkuliahan dan skripsi saat ini.
10. Naifa, Nines, Azza, Ochi, Bila, Imoy dan teman-teman Communibye selaku teman kelas peneliti yang telah menemani peneliti bertumbuh dan berkembang hingga saat ini.
11. Penduduk Kost Ibu Ika yang silih beganti, termikasih tidak terganggu akibat keluh kesah peneliti dalam penelitian perkuliahan dan penelitian ini berlangsung.
12. Sangat berterima kasih terhadap Perunggu atas semua lagu-lagu indah nya yang menemani peneliti selama peneliti berjuang dengan hidup dan penelitian ini.

13. Baskara dan Niki selaku penyanyi yang peneliti idolakan selama ini, terimakasih telah menjadi teman peneliti untuk berkembang dan berbenah.
14. Pada orang yang peneliti tidak bisa sebutkan namanya yang telah mendukung, mendorong, memotivasi dan menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih telah menjadi tempat bertukar cerita dan mimpi yang peneliti harap akan dapatkan lagi.
15. Terhadap film Otto dan Anne with an E terimakasih telah hadir di hidup peneliti sebagai motivator peneliti selama ini

Terakhir, peneliti berterima kasih kepada seluruh pihak dan rekan-rekan yang telah memberi kontribusi yang tidak dapat peneliti sebut satu-persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Tetaplah menjadi orang baik semuanya, selalu.

Yogyakarta, 22 Juni 2026

Peneliti,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Desi Adissetianti Putri

NIM: 22107030049

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT.....	xiv
Keywords: Framing Analysis, Danantara, Bisnis.com, <i>Online</i> Media, Social Construction Theory, Policy Legitimacy.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
Analisis Framing Pemberitaan Danantara oleh Media Detik.com.....	9
F. Landasan Teori.....	10
G. Kerangka Pemikiran.....	16
H. Metode Penelitian.....	17
I. Jadwal Penelitian.....	21
BAB II GAMBARAN UMUM.....	22
A. Danantara	22
B. Media <i>Online</i> <i>Bisnis.com</i>	28

BAB III PEMBAHASAN	33
A. Temuaan Data	35
B. Hasil Analisis Zhongdan pan and Geralnd M. Koscki.....	109
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	9
Tabel 2. Kerangka Penelitian	16
Tabel 3. Perangkat Analisis skema Zhong pan dan GERALD M. Kosicki.....	20
Tabel 4. No List Berita Danantara pada Media <i>Online Bisnis.com</i>	34
Tabel 5. Struktur Sintaksis Berita 1	35
Tabel 6. Struktur Skrip Berita 1	37
Tabel 7. Struktur Tematik Berita 1	38
Tabel 8. Struktur Retoris Berita 1	39
Tabel 9. Struktur Sintaksis Berita 2	42
Tabel 10. Struktur Skrip Berita 2	43
Tabel 11. Struktur Tematik Berita 2	44
Tabel 12. Struktur Retoris Berita 2	45
Tabel 13. Struktur Sintaksis Berita 3	48
Tabel 14. Struktur Skrip Berita 3	49
Tabel 15. Struktur Tematik Berita 3	50
Tabel 16. Struktur Retorik Berita 3	51
Tabel 17. Struktur Sintaksis Berita 4	53
Tabel 18. Struktur Skrip Berita 4	55
Tabel 19. Struktur Tematik Berita 4	56
Tabel 20. Analisis struktur retorik Berita 4	57
Tabel 21. Struktur Sintaksis Berita 5	59
Tabel 22. Struktur Skrip Berita 5	60
Tabel 23. Struktur Tematik Berita 5	62
Tabel 24. Struktur Retoris Berita 5	62
Tabel 25. Struktur Sintaksis Berita 6	65
Tabel 26. Struktur Skrip Berita 6	67
Tabel 27. Struktur Tematik Berita 6	68
Tabel 28. Struktur Retoris Berita 6	69
Tabel 29. Struktur Sintaksis Berita 7	72

Tabel 30. Struktur Skrip Berita 7	74
Tabel 31. Struktur Tematik Berita 7	75
Tabel 32. Struktur Retoris Berita 7	76
Tabel 33. Struktur Sintaksis Berita 8	78
Tabel 34. Struktur Skrip Berita 8	80
Tabel 35. Struktur Tematik Berita 8	81
Tabel 36. Struktur Retoris Berita 8	82
Tabel 37. Struktur Sintaksis Berita 9	84
Tabel 38. Struktur Skrip Berita 9	86
Tabel 39. Struktur Tematik Berita 9	87
Tabel 40. Struktur Retoris Berita 9	88
Tabel 41. Struktur Sintaksis Berita 10	91
Tabel 42. Struktur Skrip Berita 10	92
Tabel 43. Struktur Tematik Berita 10	94
Tabel 44. Struktur Retoris Berita 10	94
Tabel 45. Struktur Sintaksis Berita 11	97
Tabel 46. Struktur Skrip Berita 11	98
Tabel 47. Struktur Tematik Berita 11	99
Tabel 48. Struktur Retoris Berita 11	100
Tabel 49. Struktur Sintaksis Berita 12	103
Tabel 50. Struktur Skrip Berita 12	104
Tabel 51. Struktur Tematik Berita 12	106
Tabel 52. Struktur Retoris Berita 12	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Nilai Aset.	2
Gambar 2. Komentar Warganet X	2
Gambar 3. Struktur Danantara	27



ABSTRACT

The establishment of Daya Anagata Nusantara Investment Management Agency (Danantara) became a major government policy that attracted extensive media attention. As a national business news portal, *Bisnis.com* intensively reported Danantara from its planning stage to its inauguration. This study examines how *Bisnis.com* framed Danantara-related news during the pre-inauguration and inauguration periods. Using a qualitative approach, the research applied Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki's framing analysis model, which analyzes syntactic, script, thematic, and rhetorical structures. The data consisted of 12 *Bisnis.com* news articles published between October 2024 and February 2025, selected through purposive sampling. Berger and Luckmann's social construction theory was used to explain how media construct social reality. The findings show that *Bisnis.com* predominantly framed Danantara as a legitimate and strategic policy for strengthening Indonesia's economy. Before its inauguration, coverage focused on regulatory certainty, institutional formation, and government credibility. During the inauguration period, the framing emphasized economic nationalism, national self-reliance, and optimism toward state investment management. Overall, *Bisnis.com* tended to strengthen the policy's legitimacy rather than present a more balanced critical evaluation.

Keywords: Framing Analysis, Danantara, *Bisnis.com*, *Online Media*, Social Construction Theory, Policy Legitimacy.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

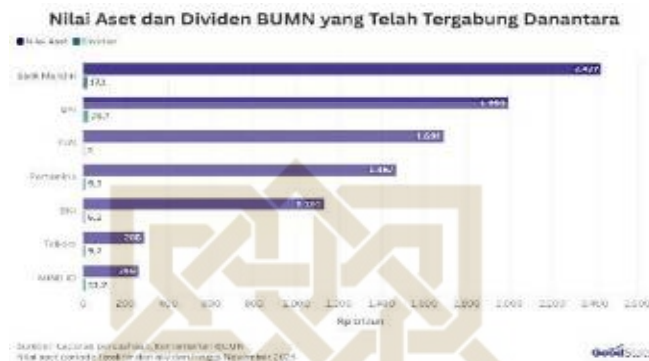
Perkembangan investasi global semakin dinamis menempatkan investasi sebagai faktor penting dalam mendorong kemajuan ekonomi suatu negara (Agustiani et al., 2025). Mendorong pemerintah membentuk Danantara Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara (Danantara) sebagai badan pengelola investasi strategis yang bertujuan mengkonsolidasikan dan mengoptimalkan investasi pemerintah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk optimalisasi pemanfaatan aset non-anggaran negara (Sung & Zulfikar, 2025).

Menurut Katadata.co.id, modal awal tersebut bersumber dari dividen badan usaha milik negara (BUMN) serta realokasi pemangkasan anggaran belanja dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2025. Skema pendanaan ini menempatkan Danantara dalam potensi tumpang-tindih terkait kewenangan dengan BUMN (Agustiani et al., 2025).

Nilai aset ini berasal dari dividen BumN yang telah bergabung kedalam lingkup Danantara, terdapat tujuh katalisator tersebut. Terdapat tujuh BUMN katalisator yang menjadi fondasi awal Danantara, yaitu perusahaan strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Keterlibatan BUMN tersebut menunjukkan besarnya skala investasi yang akan dikelola Danantara, sekaligus menempatkan lembaga ini sebagai salah satu instrumen

penting pemerintah dalam mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Gambar 1. Data Nilai Aset.



Sumber : Katadata.co.id Tahun 2025 2

Pembentukan lembaga yang dikelola negara seringkali mendapatkan respon pro dan kontra terkait manajemen dan tata kelola di benak masyarakat (Agustiani et al., 2025). Berbagai respon warganet melalui platform media sosial X mencerminkan keresahan publik terhadap arah kebijakan ekonomi.

Gambar 2. Komentar Warganet X



Sumber : Aplikasi X

Dinamika respon publik tersebut turut tercermin dalam pemberitaan media online terhadap isu Danantara dengan sudut pandang yang beragam. Dalam

mengangkat isu Danantara, media tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan turut membentuk realitas melalui sesuai kepentingan, ideologi, dan posisi media (Mulyana, 2012). Fenomena ini menunjukkan bahwa pada realitasnya berita yang disampaikan media massa sering kali telah direkonstruksi sesuai dengan kepentingan kelompok tertentu (Santuso et al., 2024).

Sejalan dengan itu, analisis terhadap pemberitaan menjadi relevan untuk menganalisis bagaimana media membingkai isu kebijakan ekonomi strategis seperti Danantara. Media massa memiliki peran strategis tetapi juga menjadi aktor yang dapat mempengaruhi opini publik dan proses kebijakan (Ardani et al., 2025), terutama dalam isu yang menyangkut pengelolaan aset negara. Dalam konteks ini, framing media tidak hanya menentukan aspek apa yang ditonjolkan, tetapi juga mempengaruhi cara publik memahami manfaat, risiko, dan implikasi kebijakan melalui perspektif media (Muklis & Siregar, 2024).

Sebagai media ekonomi arus utama, *bisnis.com* menyajikan berita ekonomi meliputi bisnis, finansial, perbankan, investasi, keuangan, pajak dan multifinance. Karakteristik tersebutlah mempengaruhi cara *bisnis.com* cara membingkai isu danantara, baik dalam menonjolkan potensi manfaat ekonomi maupun dalam menyikapi kritik serta kekhawatiran publik. oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana framing pemberitaan danantara dikonstruksi dalam media *online bisnis.com*.

Dalam konteks ini, penting untuk menempatkan peran media dalam kerangka nilai yang lebih luas, termasuk nilai-nilai Islam mengenai

penyampaian informasi kepada masyarakat. Allah Swt. berfirman dalam QS.

Ibrahim ayat 4:

﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ﴾

"Dan Kami tidak mengutus seorang rasulpun melainkan dengan bahasa kaumnya sendiri agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka." (QS. Ibrahim [14]: 4).

Menurut M. Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, frasa *bilisāni qaumihī* tidak hanya dimaknai sebagai penggunaan bahasa dalam arti linguistik, tetapi juga mencakup cara berkomunikasi yang sesuai dengan kondisi, budaya, tingkat pemahaman, dan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran penyampaian pesan. Tujuannya agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara jelas dan tidak menimbulkan kesalahpahaman (Shihab, 2002). Penafsiran tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara pesan dikemas dan disampaikan kepada khalayak.

Dalam konteks media massa, prinsip tersebut tercermin melalui penyajian informasi yang disusun dengan pilihan bahasa, struktur narasi, pemilihan narasumber, serta penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa. Perbedaan cara penyajian informasi tersebut menjadikan media tidak sekadar berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana yang memengaruhi cara masyarakat memahami suatu isu. Oleh karena itu, pemberitaan mengenai kebijakan strategis pemerintah, termasuk pembentukan Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara (Danantara), menjadi menarik untuk dikaji karena setiap media dapat menyajikannya melalui

sudut pandang dan penekanan yang berbeda sesuai dengan karakteristik pemberitaannya.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, *Bisnis.com* dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan media *online* yang secara konsisten memfokuskan pemberitaannya pada bidang ekonomi, bisnis, investasi, keuangan, dan kebijakan publik. Karakteristik tersebut menjadikan *Bisnis.com* memiliki perhatian yang lebih besar terhadap isu-isu ekonomi strategis, termasuk pembentukan Danantara. Selain itu, segmentasi pembacanya yang didominasi oleh pelaku usaha, investor, akademisi, dan pengambil kebijakan menjadikan informasi yang disampaikan berpotensi mempengaruhi pemahaman serta persepsi kelompok-kelompok strategis terhadap kebijakan ekonomi nasional.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada pemberitaan Danantara pada periode pra-peresmian hingga peresmian. Periode tersebut dipilih karena merupakan fase penting yang memuat berbagai dinamika, mulai dari proses perumusan kebijakan, pembahasan regulasi, hingga peluncuran resmi Danantara. Pada fase tersebut, pemberitaan tidak hanya menginformasikan perkembangan kebijakan, tetapi juga menampilkan beragam narasi mengenai tujuan pembentukan, potensi manfaat, tantangan, serta respons dari berbagai pihak terhadap keberadaan Danantara. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *Bisnis.com* membingkai pemberitaan mengenai Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara (Dantara) pada periode pra-peresmian hingga peresmian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang tepat dalam penelitian ini adalah Bagaimana framing pemberitaan Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara (Danantara) pada media *online Bisnis.com* periode pra-peresmian hingga peresmian?

C. Tujuan Penelitian

Menganalisis framing pemberitaan Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara (Danantara) pada media *online Bisnis.com* periode pra-peresmian hingga peresmian.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi maupun rujukan bagi studi mengenai analisis framing dan menjadi pemantik bagi penelitian selanjutnya terutama pada penelitian selanjutnya pada bidang yang sama..

2. Manfaat Praktis

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis dalam mengkonsumsi berita dari media *online*, terutama dalam memahami bagaimana media membingkai suatu isu dan membentuk opini publik. Sementara bagi media, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pengelola maupun penulis media massa terutama media *online* dalam mengkonstruksi dan membingkai berita, khususnya bagi media *online Bisnis.com*.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian dalam menganalisis framing pemberitaan media *online* telah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan objek dan fokus yang beragam. Tinjauan pustaka yang digunakan peneliti mengkaji tiga studi terdahulu yang relevan sebagai landasan konseptual dan metodologis bagi penelitian analisis framing dalam pemberitaan mengenai Danantara di *Bisnis.com*.

Pertama, jurnal yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Danantara oleh Media Detik.com. jurnal ini disusun oleh Iwan Koswara dan Safutra Rantona. dari Universitas Padjajaran. Pada penelitian ini Menunjukkan bahwa Detik.com membingkai Danantara secara dominan positif dan simbolis, menekankan keberhasilan diplomatik dan kepercayaan internasional, sambil mengabaikan sudut pandang kritis atau alternatif. Persamaan jurnal ini dengan penelitian peneliti terletak pada Objek penelitian yang digunakan yaitu Danantara. Perbedaan jurnal ini adalah pada subyek penelitian yaitu detik.com berbeda dengan peneliti yang menggunakan *bisnis.com* dan menggunakan pisau analisis berbeda yaitu robert entman berbeda dengan peneliti.

Kedua, jurnal dengan judul Analisis Framing Pemberitaan Danantara oleh Media Detik.com. Jurnal ini ditulis oleh Iwan Koswara dan Safutra Ranton dari Universitas Padjadjaran. Penelitian ini menunjukkan bahwa Menemukan terdapat batasan dalam diskusi ekonomi dan ketenagakerjaan yang mengindikasikan adanya bias pemerintah dan pebisnis. Kontradiksi tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan dipenuhi dengan kompleksitas, kontestasi, dan ambivalensi daripada pandangan instrumental yang melihat berita

secara statik dan deterministik akan menguntungkan kelas penguasa. Persamaan jurnal tersebut dengan penelitian ini Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan Analisis Media *Online*. Perbedaan terletak Menggunakan metode analisis isi sedangkan penelitian ini analisis framing dan perbedaan terletak pada kerangka teori penelitian tersebut menggunakan Model Propaganda oleh Herman dan Chomsky sedangkan penelitian ini analisis zhong dan pan.

Ketiga, jurnal yang berjudul Analisis Framing Pemberitaan Ibu Kota Negara (IKN) Pada Media Nasional Cnn Indonesia Dan Kompas.Com. Jurnal ini disusun oleh Yogi Witanto, Sumaina Duku, Ahmad Harun Yahya Dari Universitas Negeri Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penelitian ini terdapat perbedaan signifikan dalam pembedaan berita antara kedua media. CNN Indonesia menampilkan pendekatan kritis dengan menekankan analisis kebijakan serta dampak dan kontroversi pembangunan IKN, sedangkan Kompas.com cenderung informatif-naratif dengan menyajikan fakta, latar belakang, dan konteks penamaan IKN tanpa kritik langsung terhadap kebijakan pemerintah. Persamaan jurnal ini dengan penelitian peneliti adalah menggunakan pisau analisis zhong dan pan serta metode kualitatif. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek yang berbeda dari penelitian ini. Penelitian tersebut menggunakan subjek penelitian media *online* CNN Indonesia dan Kompas.com sedangkan peneliti menggunakan subyek berbeda.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

Judul	Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Analisis Framing Pemberitaan Danantara oleh Media Detik.com	Iwan Koswara dan Safutra Ranton dari Universitas Padjajaran	Menunjukkan bahwa Detik.com membingkai Danantara secara dominan positif dan simbolis, menekankan keberhasilan diplomatik dan kepercayaan internasional, sambil mengabaikan sudut pandang kritis atau alternatif. https://doi.org/10.34010/jipsi.v15i1.16892	Objek penelitian yang digunakan penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini	Perbedaan terletak pada subyek penelitian yaitu detik.com berbeda dengan peneliti yang menggunakan <i>bisnis.com</i> dan menggunakan pisau analisis berbeda yaitu robert entman.
Bias Media Dalam Pemberitaan Undang-Undang Cipta Kerja (Analisis Ekonomi Politik Media Dalam Pemberitaan Undang-Undang Cipta Kerja Di Harian Kompas.Id Pada Periode 19 Oktober 2019 – 5 November 2020)	Nyoman Bagus Wibisana, S Rauli Manalu, Triyono Lukmantoro	Menemukan terdapat batasan dalam diskusi ekonomi dan ketenagakerjaan yang mengindikasikan adanya bias pemerintah dan pebisnis. Kontradiksi tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan dipenuhi dengan kompleksitas, kontestasi, dan ambivalensi daripada pandangan instrumental yang melihat berita secara statik dan deterministik akan menguntungkan kelas penguasa https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/40077	Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan Analisis Media Online	Menggunakan metode analisis isi sedangkan penelitian ini analisis framing dan perbedaan terletak pada kerangka teori penelitian tersebut menggunakan Model Propaganda oleh Herman dan Chomsky sedangkan penelitian ini analisis zhong dan pan.
Analisis Framing Pemberitaan Ibu Kota Negara (IKN) Pada Media Nasional Cnn Indonesia Dan Kompas.Com	Yogi Witanto, Sumaina Duku, Ahmad Harun Yahya Dari Universitas Negeri Islam Negeri Raden Fatah Palembang	Terdapat perbedaan signifikan dalam pembedaan berita antara kedua media. CNN Indonesia menampilkan pendekatan kritis dengan menekankan analisis kebijakan serta dampak dan kontroversi pembangunan IKN, sedangkan Kompas.com cenderung informatif-naratif dengan menyajikan fakta, latar belakang, dan konteks penamaan IKN tanpa kritik langsung terhadap kebijakan pemerintah.	Menggunakan pisau analisis zhong dan pan serta metode kualitatif.	Terletak pada subyek dan objek yang berbeda dari penelitian ini. Penelitian tersebut menggunakan subyek penelitian media online CNN Indonesia dan Kompas.com sedangkan peneliti menggunakan subyek berbeda

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Pembingkai (Framing)

Konsep framing telah banyak digunakan dalam berbagai literatur, khususnya dalam bidang keilmuan ilmu komunikasi, framing merupakan proses bagaimana media dalam menyeleksi dan menonjolkan aspek-aspek yang ingin ditonjolkan dari suatu realitas (Sobur, 2015). Dalam menyusun suatu pemberitaan, media sedemikian rupa berusaha membentuk berbagai persepsi di tengah masyarakat. Dalam kajian akademik, analisis framing adalah pengembangan dari analisis wacana yang telah dikenal secara khusus digunakan dalam mengkaji teks-teks pada media. Gagasan mengenai framing pertama kali diperkenalkan oleh Bateson pada tahun 1955 dan kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam studi komunikasi (Sobur, 2015)

Framing dapat dipahami sebagai proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dalam komunikasi massa yang menyebabkan aspek tertentu lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya (Scheufele & Tewksbury, 2017). Melalui Analisis framing, media menyajikan pemahaman yang dibentuk atas suatu peristiwa berdasarkan fakta yang ada. Proses ini melibatkan penekanan dan menyorot aspek-aspek tertentu, sebagai sebuah teknik yang diterapkan dalam suatu pembingkai. Analisis framing sangat erat kaitannya dengan proses dalam mengkonstruksi realitas, dimana realitas tersebut dibentuk dengan maksud tertentu. realitas tersebut akhirnya dikonstruksi oleh jurnalis dan media, hal ini sering kali mencerminkan kebijakan dan perspektif media (Eriyanto, 2012). Dengan demikian, framing menunjukan bagaimana media dalam mengambil sudut pandang dan berperan penting dalam

membentuk cara publik untuk memahami dan menafsirkan suatu isu (Syamsi & Sukmawati, 2024) .

2. Pemberitaan

Pemberitaan berkaitan dengan pers merujuk pada semua kegiatan jurnanisme mencakup mengumpulkan fakta, melakukan penulisan, kemudian disunting lalu di-publish (Hikmat, 2018). Pemberitaan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isi disebabkan informasi yang disampaikan oleh media dapat membentuk makna (Bungin, 2021).

Berita adalah hasil konstruksi sosial, bukan cerminan yang didapatkan dari realitas dengan apa adanya (Eriyanto, 2012). Dengan demikian, berita tidak mempresentasikan sebuah kejadian, melainkan juga menambahkan sudut pandang media atau pihak tertentu yang berkepentingan. Hal ini membuat pemberitaan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang mempunyai ideologis dan politis (Sobur, 2015).

Berita mengandung unsur framing karena berita disusun melalui judul, kutipan, seleksi fakta, dan narasi berita, sehingga membentuk konstruksi sosial tertentu (Mulyana, 2012). Dalam pandangan konstruktivis, pemberitaan menjadi alat utama dalam membentuk realitas sosial karena berita tidak hanya melaporkan kejadian, tetapi juga menafsirkan dan menyampaikan makna dari kejadian tersebut kepada khalayak (Romdani, 2021).

Pemberitaan tidak dapat dipahami semata sebagai kegiatan jurnalistik biasa, melainkan sebagai proses komunikasi yang kompleks dan sarat makna. Media tidak hanya menyampaikan berita atau informasi tetapi juga mengatur dan membentuk

makna isu secara politis melalui struktur berita dan kategori ideologis (Affandi & Ramdani, 2025). Menganalisis berita memungkinkan penilaian terhadap sejauh mana media menyampaikan informasi secara objektif atau justru memperkuat narasi tertentu melalui pembingkaihan yang dilakukan secara halus dan sistematis.

3. New Media

New Media adalah sarana komunikasi yang menggunakan internet dan teknologi digital maupun internet sebagai alat dalam mengoperasikannya. Media baru secara bertahap menggeser media komunikasi konvensional. Media baru mencakup situs website, blog, dan media sosial (Hasan et al., 2023). Media baru memiliki karakteristik utama antara lain Digitalisasi, Interaktivitas, Hypertextual, virtualitas, dan jaringan (*networking*), yang seluruhnya merevolusi cara informasi diproduksi, disebarkan, dan dikonsumsi (Damayanti et al., 2023).

Dalam perkembangannya, media baru tidak hanya berfungsi sebagai sarana dalam penyebaran informasi secara satu arah, akan tetapi telah menjadi ruang sosial digital yang memungkinkan bagi pengguna berperan aktif sebagai produsen konten (content creator), sekaligus sebagai konsumen informasi. Revolusi ini, membawa perubahan signifikan dalam ekosistem media, tetapi juga oleh individu atau komunitas tertentu. Media baru mempercepat sirkulasi informasi dan dapat memperluas ruang diskusi publik, tetapi juga membuka ruang bagi praktik framing yang lebih halus dan tersembunyi melalui algoritma, pemilihan narasi, atau pengemasan visual berita (Fitra et al., 2024).

New media memperkenalkan dinamika baru dalam konstruksi realitas sosial, ekosistem digital, batas antara fakta dan opini menjadi kabur. Realitas

disajikan melalui media baru seringkali telah melalui proses framing yang subjektif, dikarenakan platform media cenderung mengutamakan *clickbat* dan keterlibatan pengguna (*engagement*) sebagai daya tarik utama dalam keberhasilan konten. Hal ini menimbulkan konsekuensi epistemologis, dimana audience cenderung mempercayai apa yang mereka sering lihat atau yang disajikan dengan menarik, dibandingkan keakuratan atau kedalaman informasi (Romdani, 2021).

Keunggulan teknologi media baru telah mempengaruhi cara dalam menyampaikan berita. Penyampaian berita yang semula linier kini menjadi hipertekstual, algoritma media sosial memainkan peran krusial dalam menentukan jenis konten yang dapat dilihat pengguna berdasarkan preferensi, interaksi, dan pola konsumsi (Arifah et al., 2025).

Dengan karakteristik tersebut, media baru tidak dapat dilepaskan dari kajian mengenai framing dalam pemberitaan. Dalam konteks penelitian ini, media baru menjadi wadah sekaligus agen aktif yang memungkinkan pembingkaihan isu secara lebih strategis dan berlapis. Pemahaman terhadap konsep *new media* menjadi penting dalam membedakan bagaimana berita dikonstruksi dan diposisikan di ruang digital yang kompetitif, dinamis, dan memiliki bias. Sehingga analisis framing dalam media baru diperlukan untuk melakukan pendekatan secara kritis dan memperimbangan tidak hanya isi berita, tetapi juga media yang menyampaikannya.

4. Teori Gatekeeping

Kata gatekeeper pertama kali dikemukakan oleh Kurt Lewin melalui bukunya berjudul *Human Relation* (1947). Lewin menjelaskan mengenai sebuah

arus informasi, barang ataupun keputusan harus melewati rangkaian gerbang yang telah dikendalikan oleh pihak tertentu sebelum tujuan akhirnya. Konsep ini akhirnya dikembangkan melalui kajian komunikasi massa sebagai proses dalam menyaring informasi sebelum disampaikan kepada *audience*.

Dalam Komunikasi massa, *gatekeeping* merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan adanya pengendalian terhadap arus informasi. Informasi yang disampaikan bukan hanya keseluruhan realitas yang terjadi melainkan sebuah hasil dari proses penyaringan yang dilakukan oleh *gatekeeper*. *Gatekeeper* menentukan informasi yang layak dipublikasikan maupun informasi yang tidak (Nurudin, 2011). Teori Gatekeeping menjelaskan proses seleksi informasi yang dilakukan media massa dalam menentukan peristiwa yang akan dipublikasikan. Melalui proses tersebut, media memutuskan informasi yang dapat melewati gerbang pemberitaan maupun informasi yang tidak memperoleh ruang dalam pemberitaan (Shoemaker & Vos, 2009). Demikian, berita yang masyarakat terima merupakan hasil dari berbagai keputusan yang diambil selama proses produksi berita.

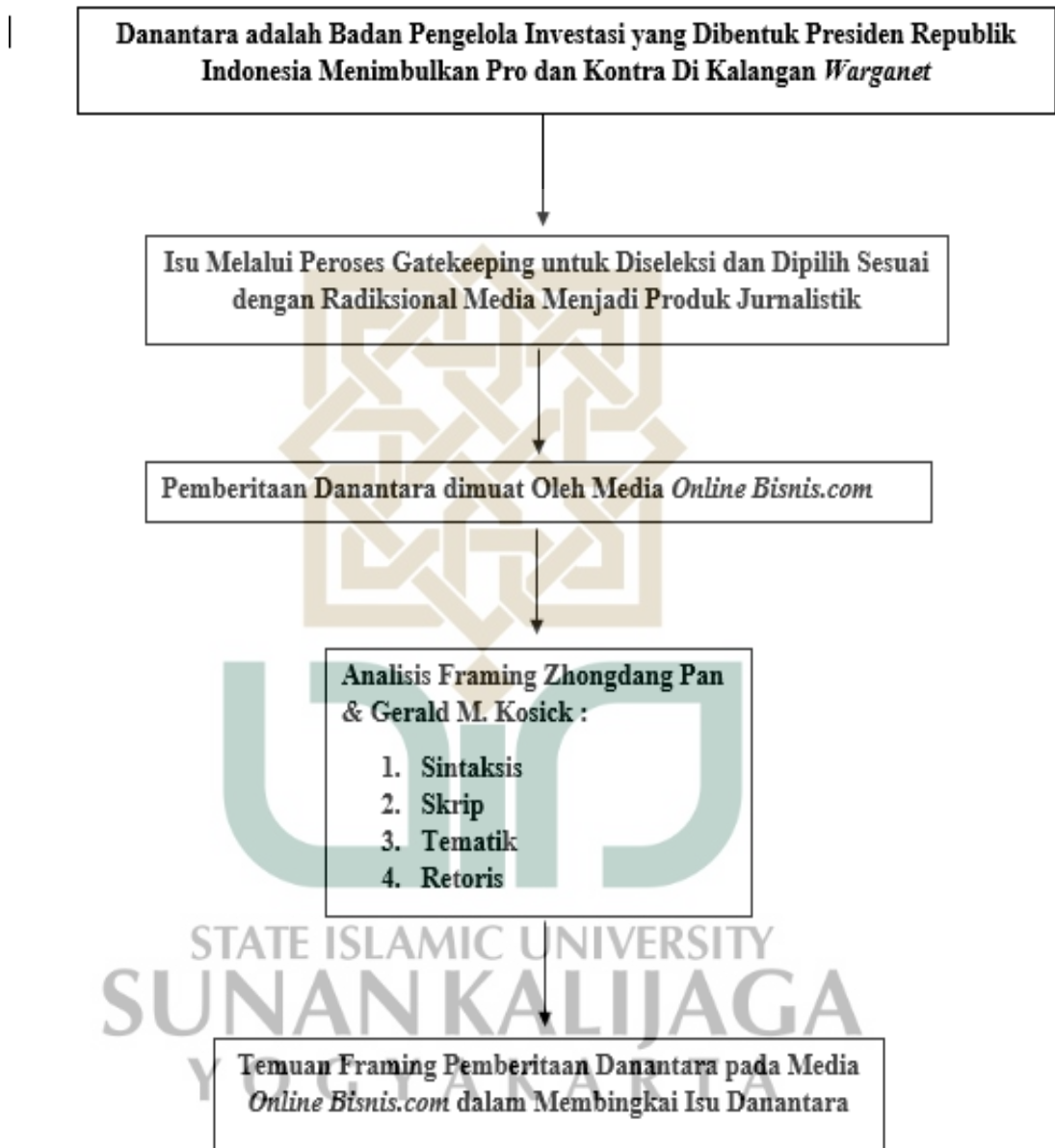
Perkembangan media yang semakin kompleks tidak lagi membuat berfokus pada individu editor, melainkan melibatkan berbagai tingkatan mulai dari wartawan, editor, kebijakan organisasi media, rutinitas kerja redaksi, hingga faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi proses produksi berita. Oleh karena itu, *gatekeeping* dipahami sebagai suatu proses yang berlangsung secara berlapis dalam menentukan informasi yang akhirnya dipublikasikan kepada khalayak. Dalam konteks penelitian ini, teori Gatekeeping digunakan sebagai landasan untuk

memahami bahwa berita yang dipublikasikan media merupakan hasil dari proses seleksi informasi.



G. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. Kerangka Penelitian



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif sering digunakan untuk melihat dan meneliti suatu objek secara alamiah, dengan peneliti berperan menjadi instrumen inti. Penelitian kualitatif tidak bertujuan dalam membuat generalisasi, melainkan untuk menggali makna dibalik fenomena sosial melalui pendekatan induktif (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis teks media, yaitu metode yang digunakan untuk memahami bagaimana pesan disusun dan disampaikan melalui teks media, termasuk struktur bahasa, narasi, dan strategi simbolik yang digunakan. Analisis teks media berfokus pada bagaimana media merepresentasikan realitas sosial melalui pilihan kata, struktur wacana, dan bingkai informasi tertentu (Sobur, 2015). Pendekatan ini menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap konteks, makna, serta konstruksi sosial yang dibentuk oleh teks media. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat sebuah isi teks, tetapi juga bagaimana media dalam mempresentasikan isu, membentuk opini publik, serta menyampaikan opini dalam pemberitaannya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah hal yang berkaitan secara langsung dengan objek penelitian dan berperan sebagai sumber data utama dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2018). Subjek penelitian dari penelitian ini adalah media *online Bisnis.Com*. Subyek penelitian ini memiliki kualifikasi selain berita

yang diterbitkan oleh media *online bisnis.com*. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Jumlah total artikel terkait Danantara: Terdapat 1.331 artikel yang membahas Danantara di *Bisnis.com* hingga tanggal 11 November 2025.
2. Periode publikasi pra-peresmian dan peresmian: Sebanyak 356 artikel diterbitkan dalam rentang waktu fase perencanaan hingga peresmian Danantara, yaitu antara 22 Oktober 2024 hingga 24 Februari 2025.
3. Kategori ekonomi: Dari periode tersebut, terdapat 49 artikel yang secara spesifik mengangkat isu Danantara dalam kategori ekonomi.
4. Penentuan sampel penelitian: Dari 49 artikel kategori ekonomi tersebut, peneliti melakukan proses reduksi data dan menetapkan 12 artikel sebagai sampel penelitian. Pemilihan artikel didasarkan pada pertimbangan bahwa berita tersebut mewakili periode pra-peresmian dan peresmian serta memuat pembahasan yang berkaitan dengan kebijakan, regulasi, struktur kelembagaan, dan respons atau kritik yang berkembang pada periode tersebut.

b. Objek penelitian

Objek penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari individu, kelompok atau fenomena dalam suatu yang menjadi fokus penelitian. Objek penelitian dalam pendekatan kualitatif bersifat alamiah (Sugiyono, 2018). Objek penelitian pada penelitian ini adalah framing yang dilakukan media *online Bisnis.Com* dalam pemberitaan Danantara.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer atau data utama yang digunakan dalam mengkaji penelitian ini, berupa artikel berita mengenai danantara yang diunggah di media *Bisnis.com*

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data pendukung yang memperkuat data primer dalam penelitian ini berupa referensi dari buku, jurnal, maupun artikel ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi dan studi pustaka. Studi pustaka digunakan dalam memperoleh data faktual yang telah di dokumentasi sebelumnya sehingga dapat memberi gambaran konkret atas fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2018). Data yang diambil peneliti berasal dari artikel- artikel mengenai danantara pada media *online Bisnis.com* dan literatur atau refrensi lain mengenai danantara.

5. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan tahap dalam menemukan dan menyusun secara sistematis data yang didapat dalam tahap pengumpulan data sehingga meningkatkan pemahaman agar data yang ditemukan dapat diinterpretasikan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis framing dengan model Zhong Pan dan Gerald M. Kosicki memberikan struktur secara sistematis dalam memahami

bagaimana media membingkai atau memframing suatu isu atau peristiwa. Metode analisis ini terdiri dari empat tahap utama yang digunakan dalam memahami bagaimana media membingkai suatu isu atau peristiwa.

Tabel 3. Perangkat Analisis skema Zhong pan dan Gerald M. Kosicki.

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
Sintaksis Cara wartawan Menyusun berita	1. skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup
Skrip Cara wartawan Mengisahkan fakta	2. kelengkapan berita	5 W + 1 H
Tematik Cara wartawan dalam Menulis fakta	3. detail 4. koherensi 5. bentuk kalimat 6. kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarkalimat.
Retoris Cara wartawan menekankan fakta	7. leksikon 8. grafis 9. metafora	Kata, idgiom, gambar/foto, grafik

Sumber : Eriyanto, 2012

6. Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2018), keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat diuji melalui beberapa teknik yang sistematis, salah satunya melalui proses analisis data yang terdiri dari tiga tahapan utama, seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Reduksi data adalah proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data yang telah diperoleh dari lapangan. Penyajian data dilakukan dengan cara menyusun informasi yang telah direduksi agar mudah dipahami, biasanya dalam bentuk teks naratif, matriks, grafik, atau jaringan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menyusun makna dari data yang telah dianalisis dan

memverifikasi kebenarannya secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung (Sugiyono, 2018).

Selain itu, untuk meningkatkan validitas hasil penelitian, digunakan teknik Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi teori.

I. Jadwal Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian ini dengan rentang waktu pada bulan September 2025 – Juni 2026.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis framing terhadap 12 pemberitaan mengenai Badan Pengelola Investasi Daya Anagata Nusantara (Danantara) pada media *online Bisnis.com* pada periode pra-peresmian hingga peresmian, *Bisnis.com* membingkai Danantara sebagai kebijakan ekonomi strategis pemerintah yang memiliki legitimasi kelembagaan, kapasitas aset yang besar, dalam memperkuat pengelolaan investasi dan aset negara dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Pembingkaiannya tersebut terlihat melalui cara *Bisnis.com* memilih, menyusun, menonjolkan, dan memberikan penekanan terhadap informasi mengenai Danantara yang dianalisis melalui empat struktur framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Pada struktur sintaksis, pembingkaiannya Danantara dari pemilihan headline, lead, latar informasi, sumber kutipan, dan penutup berita. *Bisnis.com* menempatkan pemerintah, pimpinan Danantara, regulasi, nilai aset, tujuan investasi, dan proyek strategis sebagai informasi yang menonjol. Pemilihan itu membentuk konstruksi bahwa Danantara merupakan lembaga yang memiliki dasar kelembagaan dan posisi strategis dalam pengelolaan aset negara. Terlihat pada sejumlah berita pra-peresmian, informasi yang berasal dari pihak internal dan pelaksana kebijakan lebih dominan, sehingga pemberitaan cenderung mengambil perspektif tentang kesiapan dan legitimasi pembentukan Danantara.

Pada struktur skrip, *Bisnis.com* mengorganisasikan unsur 5W+1H, yang dijadikan inti peristiwa, alasan suatu peristiwa terjadi, serta cara peristiwa tersebut dijelaskan. Pada pemberitaan pra-peresmian, unsur *who* dan *why* lebih banyak diisi oleh pihak yang terlibat langsung dalam pembentukan Danantara. Tetapi pada peresmian unsur *what*, *why*, dan *how* mulai diarahkan pada persoalan ketidaksehatan BUMN, intervensi politik, kebutuhan reformasi, serta penguatan tata kelola. Bagaimana unsur-unsur tersebut dipilih dan diorganisasikan sehingga sudut pandang tertentu menjadi lebih dominan dalam pemberitaan.

Pada struktur tematik, *Bisnis.com* membangun tema mengenai legitimasi kebijakan, optimalisasi aset negara, kemandirian ekonomi, investasi strategis, dan pembangunan ekonomi nasional. Danantara lebih banyak ditempatkan sebagai instrumen ekonomi untuk mengonsolidasikan serta mengoptimalkan aset negara dan meningkatkan kapasitas investasi. Sementara itu, topik kontra seperti regulasi, kepemimpinan, tata kelola, dan intervensi politik muncul sebagai bagian dari persoalan atau tantangan yang menyertai pelaksanaan Danantara, bukan sebagai tema utama yang secara keseluruhan mendeligitimasi pembentukannya.

Pada struktur retorik, framing diperkuat melalui penggunaan pilihan kata, istilah, angka, dan unsur visual tertentu. istilah-istilah tersebut dibangun untuk menunjukkan kapasitas dan skala Danantara dalam menonjolkan nilai aset yang dikelola dan menekankan besarnya potensi ekonomi lembaga. Hal itu juga diperkuat dalam penggunaan diksi yang memperkuat citra Danantara sebagai lembaga investasi besar. Akan tetapi pada peresmian mulai muncul penggunaan struktur retorik dengan makna satir dan kontra dalam berita yang memuat kritik

dalam persoalan seperti koncoisme, timsesisme, intervensi politik, dan tantangan tata kelola. Dengan demikian, unsur retorik digunakan untuk memperkuat aspek yang telah dibangun melalui struktur sintaksis, skrip, dan tematik.

Berdasarkan keseluruhan struktur tersebut, Pada periode pra-peresmian, pemberitaan lebih dominan membangun frame mengenai proses pembentukan, kesiapan kelembagaan, kepastian regulasi, tujuan investasi, dan potensi ekonomi Danantara. Ketika memasuki periode peresmian, pemberitaan mulai memberikan ruang yang terhadap tantangan, kritik, tata kelola, kondisi BUMN, transparansi, dan potensi intervensi politik. Meskipun kritik lebih banyak ditempatkan sebagai tantangan yang harus dihadapi dalam pelaksanaan Danantara, sedangkan Danantara tetap dikonstruksikan sebagai kebijakan ekonomi strategis yang memiliki potensi dalam pengelolaan aset dan investasi negara. *Bisnis.com* membingkai Danantara sebagai kebijakan ekonomi strategis yang memiliki legitimasi kelembagaan dan potensi ekonomi yang besar, terutama dalam optimalisasi aset dan investasi negara.. Penelitian ini selaras dengan asumsi dasar *gatekeeping* dalam memahami bahwa informasi yang diterima khalayak melalui pemberitaan *Bisnis.com* telah melalui proses pemilihan dan penyaringan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di sajikan, peneliti menyarankan saran yang diharapkan secara akademis maupun praktis. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan bagi studi analisis framing. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan framing isu ini dengan media *online* lainnya,

sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai konstruksi isu yang sama antar media. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas periode penelitian.

Secara praktis, bagi pembaca dan masyarakat umum. penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bahwa pemberitaan media merupakan hasil konstruksi yang diproses melalui seleksi dan menonjolkan beberapa aspek berita, sehingga pembaca diharapkan dapat lebih kritis dan tidak sepenuhnya hanya menerima informasi sebagai realitas yang sepenuhnya netral.



DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A. F. M., & Ramdani, A. H. (2025). "Makan Bergizi Gratis" Program Policy in Media Framing: A Study of iNews.id. 11(2).
- Agustiani, S. H., Zaliyanti, R., Danis, Z. A., & Baiti, B. N. (2025). ANALYZING THE POTENTIALS AND CHALLENGES OF DANANTARA IN ADVANCING INDONESIA'S ISLAMIC ECONOMY AND FINANCE. *Proceedings of the International Conference of Islamic Economics and Business (ICONIES)*, 11(1), 275–284.
- Ardani, A., Tsuraya, A. G., Utami, D., & Turisma, G. L. A. (2025). The Role of Mass Media in Influencing the Public Policy Process. *Cakra Communico: Journal of Communication Science*, 2(2), 59–66. <https://doi.org/10.17977/um087v2i2202559-66>
- Arifah, Rahayu Rahmadini, & Sumanti. (2025). Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Informasi Jurnalis di Bangka Belitung dalam Perspektif Etika Jurnalistik. *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.53697/jkomitek.v5i1.2527>
- Bungin, B. (2021). *Sosiologi Komunikasi* (Edisi Kedua). Kencana.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKIS.
- Fitra, A., Arif, E., & Dewi, R. S. (2024). Pengalaman pembaca di kota padang terhadap personalisasi konten berita pada portal berita online Indonesia. *Education and Social Sciences Review*, 5(1), 56. <https://doi.org/10.29210/07essr448300>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya Ramadhan, S. (2023). KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL: ANALISIS MEDIA KONVENSIONAL VS NEW MEDIA PADA KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MALIKUSSALEH ANGKATAN 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.302>
- Hikmat, M. M. (2018). *Jurnalistik Literay Journalism*. Prenadamedia Grou.
- Muklis, M., & Siregar, M. (2024). PERAN MEDIA MASSA DALAM KEBIJAKAN PUBLIK. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, 4(2), 133–140. <https://doi.org/10.30742/juispol.v4i2.4159>
- Mulyana, D. D. (2012). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=0nBaDwAAQBAJ&oi=fh>

d&pg=PA75&dq=Analisis+Framing%3B+Konstruksi,+Ideologi,+dan+Media+Politik++Eriyanto&ots=wUMMIZfzIM&sig=sw7THAvHESMiW4XFUaRmdr8Al1E

- Nurudin. (2011). *Pengantar komunikasi massa*. Rajawali Pers.
- Romdani, L. N. (2021). Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(2), 116–123. <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i2.2265>
- Santuso, S., Sukarno, S., & Tallapessy, A. (2024). REPRESENTASI SIKAP PEJABAT PEMERINTAH PUSAT TERKAIT KONTROVERSI PONDOK PESANTREN AL ZAYTUN: KAJIAN ANALISIS WACANA KRITIS (Representation of The Central Government Officials Attitude Regarding The Controversy of Al Zaytun Islamic Boarding School: A Critical Discourse Analysis Study). *Kandai*, 20(2), 272–290. <https://doi.org/10.26499/jk.v%vi%i.7717>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2017). *Framing Theory: A Primer*. Routledge (Taylor & Francis Group).
- Shihab, M. Q. (2002). *Quraish Shihab—Tafsir Al-Mishbah Jilid 02 PDF | PDF*. <https://id.scribd.com/document/455786333/Quraish-Shihab-Tafsir-Al-Mishbah-Jilid-02-pdf>
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Teori Gatekeeping dalam Media Massa | PDF*. <https://id.scribd.com/document/849460151/9780203931653-previewpdf-en-id>
- Sobur, A. (2015). *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik dan analisis framing* (Cet. 1). Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sung, J. S., & Zulfikar, Z. (2025). LEGAL ANALYSIS OF THE POSITION OF DANANTARA AS A STATE-OWNED INVESTMENT MANAGEMENT BODY FROM A CONSTITUTIONAL LAW PERSPECTIVE. *International Journal of New Approaches to Law and Rationality in Nationhood, Governance, and Rights Advocacy*, 1(1), . 465-472. <https://doi.org/10.56861/nalarnagara.v1i1.233>
- Syamsi, M. M. A., & Sukmawati, A. I. (2024). ANALISIS FRAMING PADA PEMBERITAAN TERKAIT DUA POLISI DIVONIS BEBAS DARI TRAGEDI KANJURUHAN DI MEDIA CNN INDONESIA. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 5(3), 290–304.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DESI ADISSETIANTI

0813-2983-5556 | desiadistianti@gmail.com | Kota Yogyakarta



PROFILE

Mahasiswa semester akhir di jurusan ilmu komunikasi berfokus pada Advertising media, befokus pada strategi periklanan dan brandawarness. Saya sudah berpengalaman dalam bidang ini, baik dari bangku perkuliahan maupun pengalaman kerja. Saya sudah terbiasa untuk bekerja Parttime terutama dalam pembagian waktu kerja, saya mudah beradaptasi pada lingkungan baru, sehingga saya merasa sanggup untuk di terima di pekerjaan ini

EDUCATION

UIN SUNAN KALIJAG

ILMU KOMUNIKASI

Jurusan ini berfokus pada periklanan terutama strategi marketing, branding dan editing.

WORK EXPERIENCE

Satyakala Sangkala Adikarim

Host Live Streaming

Des 2025 - Mie 2026

- Membangun brand awareness melalui sesi live streaming yang interaktif.
- Mempromosikan produk dengan menjelaskan produk kepada audiens secara informatif dan persuasif.
- Memberikan solusi dan menjawab pertanyaan pelanggan secara langsung
- Mencatat dan mengevaluasi performa live streaming

Novusstreamlab

Host Live Streaming

Nov 2025 - Jan 2026

- Menyampaikan informasi produk dengan secara detail dan menarik audiens
- Membangun interaksi selama sesi live dengan menyapa dan menjawab pertanyaan audiens
- Meningkatkan keterarikan terhadap produk dengan komunikasi interaktif
- Meningkatkan engagement pelanggan selama sesi live streaming

Toko Kostum Tnr

Administrasion

Jan 2025 - Juni 2025

- Mengelola akun media social dengan konten harian
- Menginput, memperbarui, dan mengelola data stok produk secara berkala.
- Memberikan pelayanan pelanggan baik online maupun offline
- Mengukur dan menginput detail barang

SKILLS

Professional

- Advertising
- Digital Marketing
- Communication Strategy

Costumer Engagement

- Content Promotion
- Brand Awarness

Personal

- Social Media Management
- Management Skills
- Time Management