

ABSTRAK

Perubahan harga BBM yang dilakukan oleh presiden Joko Widodo dalam kurun waktu November 2014 – Januari 2015 tersebut telah menjadi bahan yang menarik bagi para jurnalis baik jurnalis tv, *online*, ataupun surat kabar. Penelitian ini penulis menggunakan media online yakni beritasatu.com dan viva.co.id, karena terdapat perbedaan dalam menanggapi isu tersebut. Dari latar belakang inilah kemudian penulis merumuskan masalah menjadi Bagaimana media *online* beritasatu.com dan viva.co.id dalam membingkai (*frame*) pemberitaan perubahan harga BBM dalam kurun waktu November 2014 – Januari 2015? Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pembingkai beritasatu.com dan viva.co.id dalam memberitakan isu-isu tentang perubahan harga BBM dalam kurun waktu November 2014 – Januari 2015. Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dan menggunakan metode analisis framing. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pada kasus perubahan harga BBM secara garis besar beritasatu.com mendukung keputusan Jokowi. Hal ini terlihat dari isi pemberitaan yang positif dan terlihat mendukung Jokowi. Permasalahan perubahan harga BBM dijelaskan secara jelas bahwa kenaikan ini berguna untuk mengurangi inflasi. Berbeda dengan viva.co.id terang terangan mengkritik keputusan akan perubahan harga BBM. Berdasarkan framing media inilah kemudian penulis melihat bahwa masing-masing media memiliki cara pandang yang berbeda dalam menulis sebuah berita. Cara pandang inilah yang kemudian menjadi hal berbeda di setiap media dalam pemberitaan. Masing-masing bingkai ini yang kemudian menjadi sebuah perantara dalam menyalurkan informasi yang berisikan nilai yang ingin dicapai.

Kata Kunci : Analisis *Framing*, Pemberitaan Perubahan Harga BBM, viva.co.id dan beritasatu.com

ABSTRACT

Changes in fuel prices made by president Joko Widodo in the period November 2014 - January 2015 has become an interesting material for journalists either journalists tv, online, or newspapers. However, in this study the authors use online media beritasatu.com and viva.co.id, because there are differences in responding to the issue. From this background then the authors formulate the problem becomes How online media beritasatu.com and viva.co.id in framing (frames) reporting changes in fuel prices in the period November 2014 - January 2015? Purpose of this research is to analyze framing of beritasatu.com and viva.co.id in reporting issues about fuel price changes in the period November 2014 - January 2015. This research uses qualitative research method and using framing analysis method. From the results of the study found that in the case of changes in fuel prices in general beritasatu.com support Jokowi decision. This is evident from the content of positive news and looks support Jokowi. The problem of changes in fuel prices is clearly explained that this increase is useful to reduce inflation. In contrast to viva.co.id brightly criticized the decision will change the price of fuel. Based on framing media then the authors see that each media has a different perspective in writing a news. This viewpoint is different in every media in the news. Each of these frames then becomes an intermediary in delivering information that contains the value to be achieved.

Keywords: Framing Analysis, News of BBM Price Changes on beritasatu.com and viva.co.id