

## ABSTRAK

Tewasnya wanita secara misterius setelah meminum Kopi, menjadi perhatian khusus dari berbagai media, bahkan menjadi headline di pemberitaan ibu kota. Salah satu media yang memberikan perhatian besar terhadap kasus ini adalah media online Detik.com. Detik.com sebagai salah satu media online pertama di Indonesia mengemas berita tersebut menjadi satu kumpulan rubrik yang berisi kronologi tewasnya wanita tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembingkaihan berita yang dilakukan oleh Detik.com pada rubrik “Aroma Jessica di Kopi Mirna” periode 08 Januari – 30 Januari 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis *framing* model Robert N. Entman. Entman mendefinisikan *framing* sebagai strategi pembingkaihan media. Adapun perangkat analisis *framing* yang digunakan Entman meliputi *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (memperkirakan masalah atau sumber masalah), *make moral judgement* (membuat keputusan moral) dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa konstruksi berita yang dilakukan oleh Detik.com cenderung tidak objektif. Detik.com dalam pemberitannya, tidak sesuai dengan Nilai yang dipahami oleh Detik.com yaitu, Independensi serta Kreatif dan Inovatif. Hal tersebut terlihat dari penggunaan bahasa dalam memberitakan berita ini. Hal lainnya Detik.com cenderung menekankan adanya keterkaitan Jessica dalam kasus tewasnya Mirna Salihin. Detik.com juga cenderung mengedepankan sisi Ekonomi Politik Media, dengan mengangkat isu-isu kontroversial untuk meningkatkan pendapatan iklan dari berita Kopi Sianida ini. Teknik analisa data dilakukan dengan mengkategoriasi jumlah 163 berita berdasarkan tiga kategoriasi yaitu, tewasnya Mirna, penyelidikan Kepolisian dan penetapan tersangka. Adapun dari proses kategoriasi tersebut didapati 11 berita yang menjadi sampel peneliti.

Kata Kunci: Analisis framing, Detik.com, Entman, Kopi Sianida

## **ABSTRACT**

*The death of the woman mysteriously after drinking coffee, a special attention from various media, even made headlines in the news of the capital. One of the media who pays great attention to this case is the online media Detik.com. Detik.com as one of the first online media in Indonesia to package the news into a single set of sections that contain every single details death of the woman. This study aims to determine the framing done by Detik.com news on the rubric "Jessica Aroma in Coffee Mirna" period of January 8 to January 30, 2016. The method used is framing analysis model of Robert N. Entman. Entman defines framing as a strategy of media framing. The analysis device of framing used Entman includes define problems (definition of the problem), diagnose causes (expected problems or the source of the problem), make moral judgments (make moral decisions) and the treatment recommendation (stressing settlement). This research resulted in the conclusion that the construction carried out by Detik.com news tends not objective. Detik.com in their news, does not match the value that is understood by Detik.com namely, Independence and the Creative and Innovative. It is seen from the use of language in reporting the news the other this. This Detik.com tend to emphasize their relevance in the case of the death of Mirna Jessica Salihin. Detik.com also tend to promote the Political Economy of Media, by raising the issue-is controversial to increase advertising revenue from this Cyanide Coffee news. Data analysis is done by third category number of 163 news based on three category namely, the death of Mirna, police investigation and determination of the suspect. As for the process kategoriasi found 11 news researchers sampled.*

*Keywords: Analysis of framing, Detik.com, Entman, Coffee Cyanide*