

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KASUS KORUPSI HARVEY
MOEIS DI AKUN TIKTOK @OFFICIALINEWS DAN @KOMPASCOM
(ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN)**

(Skripsi)

Oleh:

**SYAKILAH SHELLY AZKA ASYAFAQ
NPM 2116031044**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KASUS KORUPSI HARVEY
MOEIS DI AKUN TIKTOK @OFFICIALINEWS DAN @KOMPASCOM
(ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN)**

Oleh:

SYAKILAH SHELLY AZKA ASYAFAQ

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KASUS KORUPSI HARVEY MOEIS DI AKUN TIKTOK @OFFICIALINEWS DAN @KOMPASCOM (ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN)

Oleh :

SYAKILAH SHELLY AZKA ASYAFAQ

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana framing pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis dikonstruksi melalui akun TikTok @officialnews dan @kompascom dengan menggunakan model framing Robert N. Entman. Latar belakang penelitian ini berangkat dari maraknya penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sumber informasi publik, termasuk dalam isu-isu besar seperti korupsi. Fenomena ini menarik dikaji karena konten video singkat yang bersifat visual dan naratif memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik secara cepat dan masif.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis framing Entman yang meliputi empat perangkat analisis: pendefinisian masalah (*define problems*), memperkirakan penyebab (*diagnose causes*), penilaian moral (*make moral judgement*), serta rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*). Data penelitian diperoleh dari delapan konten TikTok yang diunggah oleh kedua akun resmi media tersebut, kemudian dianalisis menggunakan perangkat framing serta analisis multimodal untuk mengkaji kombinasi teks, visual, dan audio.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @officialnews lebih menekankan aspek sensasional dengan narasi kerugian negara yang fantastis, visual rompi pink, dan perbandingan dengan kasus besar lain, sehingga menegaskan skala kejahatan serta memperkuat tekanan moral publik. Sementara itu, @kompascom membingkai kasus dengan pendekatan yang lebih faktual dan moderat, menyoroti keterlibatan aktor lain seperti Robert Bonosusatya dan membangun narasi akuntabilitas yang lebih luas. Perbedaan framing ini memperlihatkan bagaimana masing-masing media, melalui akun TikTok, mengonstruksi realitas pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis dengan gaya yang berbeda sesuai identitas medianya.

Kata kunci: Framing, TikTok, Korupsi, Harvey Moeis, Media Sosial.

ABSTRACT

FRAMING ANALYSIS OF THE CORRUPTION CASE REPORTING OF HARVEY MOEIS ON TIKTOK ACCOUNTS @OFFICIALNEWS AND @KOMPASCOM (FRAMING ANALYSIS OF ROBERT N. ENTMAN)

By:

SYAKILAH SHELLY AZKA ASYAFAQ

This study aims to analyze how the news framing of Harvey Moeis' corruption case is constructed through the TikTok accounts @officialnews and @kompascom by applying Robert N. Entman's framing model. The background of this research lies in the growing role of social media, particularly TikTok, as a primary source of public information, including major issues such as corruption. This phenomenon is worth examining because short, visually engaging, and narrative-driven video content has a strong capacity to shape public opinion quickly and massively. This research employs a qualitative method with Entman's framing analysis, which consists of four key elements: defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and suggesting remedies. The data were collected from eight TikTok video contents uploaded by the two official media accounts and were analyzed using framing devices combined with multimodal analysis to examine the interaction of text, visuals, and audio. The findings reveal that @officialnews emphasizes sensational aspects by highlighting the massive state losses, using strong visual cues such as the pink vest, and comparing the case to other large-scale scandals, thereby reinforcing the scale of crime and amplifying public moral pressure. Meanwhile, @kompascom frames the case in a more factual and moderate manner, focusing on other involved actors such as Robert Bonosusatya and constructing a broader narrative of accountability. This difference in framing illustrates how each media outlet, through their TikTok accounts, constructs the reality of Harvey Moeis's corruption case in different styles according to their respective identities.

Key words: Framing, Tiktok, Corruption, Harvey Moeis, Social Media

Judul Skripsi : **ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN
KASUS KORUPSI HARVEY MOEIS DI
AKUN TIKTOK @OFFICIALNEWS DAN
@KOMPASCOM (ANALISIS FRAMING
ROBERT N. ENTMAN)**

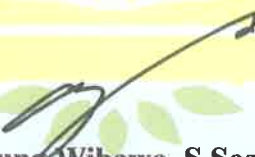
Nama Mahasiwa : **Syakilah Shelly Azka Asyafaq**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2116031044**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial**

MENYETUJUI
1. Komisi Pembimbing



Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP 198109262009121004

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP 198109262009121004

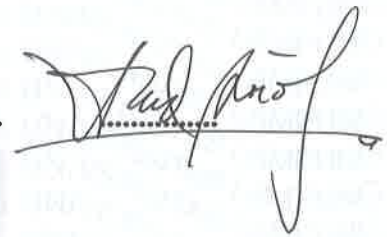
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.



Penguji Utama: Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Oktober 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syakilah Shelly Azka Asyafaq
NPM : 2116031044
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl Ms Batubara, Kupang Raya, Telukbetung Utara,
Bandar Lampung
No Hp : 0895634883346

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Akun Tiktok @Officialnews dan @Kompascom (Analisis Framing Robert N. Entman)” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 06 September 2025
Yang membuat pernyataan,



Syakilah Shelly Azka Asyafaq
NPM. 2116031044

RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama Syakilah Shelly Azka Asyafaq, lahir di Telukbetung Utara pada 06 Maret 2004. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Riwayat Pendidikan penulis dimulai dari SDN 1 Kupang Raya (lulus 2016), kemudian SMPN 25 Bandar Lampung (lulus 2019), lalu SMAN 2 Bandar Lampung (lulus 2021). Penulis Melanjutkan Pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung pada tahun 2021 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama masa studi di Universitas Lampung, penulis aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi bidang *Photography* pada periode 2022-2023. Penulis juga melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2024 di Desa Umpu Kencana, Kecamatan Blambangan Umpu, Kabupaten Waykanan. Selama perkuliahan, penulis juga mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Mengajar Angkatan 6 di SDN 2 Babatan, Lampung Selatan pada tahun 2023, serta mengikuti magang mandiri Mitra FISIP Universitas Lampung di Kejaksaan Negeri Lampung Selatan pada tahun 2024.

MOTTO

“Jangan takut mencoba, karena diam takkan mengubah apa-apa.”

“Do your best, and let God do the rest.”

فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum: 60)

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada jiwa-jiwa yang kucintai... yang senyumnya menjadi penguat, doanya menjadi pelindung, dan kasih sayangnya menjadi alasan untuk terus berjuang hingga titik akhir.

Untuk Ayah Tercinta, Syarifuddin, S.Ag. dan Mama Tersayang, Fadillah
jiwa-jiwa yang dengan doa dan cinta tanpa henti telah menuntunku hingga ke titik ini. Terima kasih atas setiap pengorbanan yang tak pernah terhitung, atas setiap doa yang tak pernah putus, dan atas setiap kasih yang takkan pernah tergantikan.

Untuk Kakakku, As-syifa Shella Balqist serta Adikku, Muhammad Jihad Faqih Afghani dan Farhah Anthea Ayatillah Syarif
jiwa-jiwa yang selalu memberi semangat, doa, dan kehangatan dalam setiap langkahku. Terima kasih atas dukungan yang tulus, atas tawa yang menguatkan di kala lelah, dan atas kebersamaan yang membuatku tak pernah merasa sendiri.

SANCAWANA

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Akun TikTok @officialnews dan @kompascom (Analisis Framing Robert N. Entman)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Dalam kesempatan ini, penulis dengan penuh kerendahan hati ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.i., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung sekaligus dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas bimbingan, arahan, masukan, perhatian dan pengertiannya selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyanto, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung sekaligus dosen pembahas skripsi. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL., selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terima kasih atas perhatian, pengertian, ketersediaan dan arahnya selama masa studi.

6. Seluruh dosen, staf administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang telah banyak membantu serta memberikan pelayanan terbaik selama penulis menjalani masa studi.
7. Ayahku tercinta, Syarifuddin, S.Ag. dan Mamaku tersayang, Fadillah. Terima kasih atas segala doa yang mengiringi setiap langkahku, atas dukungan yang selalu hadir di dalam hidupku, dan atas cinta yang menjadi cahaya di setiap jalanku. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kepada Ayah dan Mama. Semoga setiap kebaikan dan kasih sayang yang kalian berikan dibalas dengan pahala yang tak terputus, serta menjadi jalan menuju surga-Nya.
8. Kakak dan adik tercinta: Mba Shella, Afghan, dan Thea. Terima kasih selalu memberikan semangat, doa, serta keceriaan di setiap langkah perjalanan ini. Untuk kakakku tersayang, Mba Shella, terima kasih atas setiap nasihat, perhatian, dan dukungan yang selalu menjadi penyemangat bagi penulis. Untuk adikku tersayang, Afghan dan Thea, terima kasih selalu memberikan kebahagiaan atas tawa, canda yang hangat. Semoga kebaikan, cinta dan kasih sayang kalian kembali berlipat.
9. Keluarga besarku, terima kasih atas doa, perhatian, kebersamaan, dan kebahagiaan yang diberikan kepada penulis.
10. Kepada pemilik NRP 137524, yang selalu menemani dalam proses penyusunan skripsi. Terima kasih sudah menjadi bagian di setiap proses, memberikan semangat, dukungan, dan kebahagiaan bagi penulis, menjadi sumber ketenangan dan kelancaran penyusunan skripsi hingga selesai.
11. Sobat Anti Nyamuk: Alya, Ardy, Diah, Ernisa, Natasha, Neldi, Refanda, Thabit. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan waktu yang sangat berharga. Terima kasih telah menemani penulis selama masa studi, berbagi tawa, canda, dan cerita yang tidak pernah habis.
12. Teman Kampus Mengajar di SDN 2 Babatan: Cici, Kak Dinda, Kak Adi, dan Manda. Terima kasih sudah berbagi ilmu, kebahagiaan, dan

pengalaman yang tak terlupakan selama satu semester mengajar di SDN 2 Babatan, Lampung Selatan. Banyak cerita yang kita lalui bersama setiap harinya dari terbangun hingga tertidur.

13. Teman sekaligus KKN Desa Umpu Kencana: Ardy, Febri, Rezky, Anggun, Pingkan, Nova, Bu Erna, Bu Sri, Mba Wulan, serta seluruh aparatur dan warga Desa Umpu Kencana. Terima kasih atas sambutan hangat, tempat yang nyaman, hari-hari yang menyenangkan, kebersamaan yang penuh makna, dan ilmu yang sangat bermanfaat.
14. Teman-teman photography HMJ Ilmu Komunikasi periode 2022-2023. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama yang menyenangkan, ilmu yang diberikan, dan pengalaman yang tak terlupakan.
15. Teman magang di Kejaksaan Negeri Lampung Selatan. Tempat penulis mendapatkan banyak ilmu yang bermanfaat, memberikan motivasi bagi penulis untuk mengabdikan dengan ketulusan, berbagi cerita, tawa, dan lelah.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk dukungan, motivasi, bantuan, dan doa yang telah diberikan.
17. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan impian yang tinggi, namun sering kali sulit ditebak isi pikiran dan hati. terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku sendiri, Syakilah Shelly Azka Asyafaq. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri, atas pencapaian yang telah kau raih. Tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun yang ada dalam dirimu dan

jadikan dirimu bersinar dimanapun kamu ditempatkan. Semoga Langkah dari kaki kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

Bandar Lampung, September 2025
Penulis

Syakilah Shelly Azka Asyafaq
NPM. 2116031044

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	II
ABSTRAK	III
<i>ABSTRACT</i>	IV
PENGESAHAN	V
SURAT PERNYATAAN	VII
RIWAYAT HIDUP	VIII
MOTTO	IX
PERSEMBAHAN	X
SANCAWANA	XI
DAFTAR ISI	XV
DAFTAR TABEL	III
DAFTAR GAMBAR	IV
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep Korupsi dalam Kajian Media	9
2.2 Media Sosial dan Platform TikTok	11
2.3 Peran Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Publik	12
2.4 Teori Framing	14
2.4.1 Teori Framing Robert Entman	15
2.5 Digital Framing	17
2.5.1 Analisis Multimodal	19
2.6 Penerapan Teori Framing Entman di Media Sosial	19
2.7 Tinjauan Umum Studi Kasus Penelitian	21
2.7.1 Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Media Sosial TikTok @officialnews dan @kompascom	21
2.8 Penelitian Terdahulu	23

III. METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Tipe Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Fokus Penelitian	27
3.4 Sumber Data Penelitian	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Teknik Keabsahan Data	34
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	35
4.1.2 Hasil Analisis Framing Menggunakan Model Robert N. Entman	51
4.1.3 Framing yang dibangun dalam Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Akun Tiktok @officialnews	76
4.1.4 Framing yang dibangun dalam Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Akun Tiktok @kompascom.....	78
4.1.5 Perbedaan Framing yang ditampilkan oleh Akun @Officialnews dan @Kompascom dalam Membingkai Kasus Korupsi Harvey Moeis.....	81
4.2 Pembahasan	84
V. KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2. Perangkat Framing Model Robert N. Entman.....	26
Tabel 3. Data Penelitian	29
Tabel 4. Framing Konten 1 @officialnews: “Harvey Moeis Tersangka Korupsi Timah, Rugikan Negara Rp 271 Triliun”	52
Tabel 5. Framing Konten 2 @officialnews: “Kasus Korupsi Harvey Moeis Rugikan Negara Rp 271 Triliun, Mengalahkan Kasus BLBI”	55
Tabel 6. Framing Konten 3 @officialnews: “Kasus Korupsi Timah Rp. 271 Triliun, Bagaimana Tanggapan Warga?”	58
Tabel 7. Framing Konten 4 @officialnews: “Kejagung Sita 3 Mobil Mewah Milik Harvey Moeis”	61
Tabel 8. Framing Konten 5 @kompascom: “Profil Harvey Moeis, Suami Sandra Dewi yang Jadi Tersangka Korupsi Kasus Timah”	64
Tabel 9. Framing Konten 6 @kompascom: “Kasus Korupsi Timah yang Seret Helena Lim dan Suami Sandra Dewi, Rugikan Negara Rp 271 Triliun”	67
Tabel 10. Framing Konten 7 @kompascom: “Profil Robert Bonosusatya yang Diduga “Bos Besar” Harvey Moeis”	70
Tabel 11. Framing Konten 8 @kompascom: “Sandra Dewi Tiba di Kejagung Lambaikan Tangan dan Acungkan Dua Jempol”	73
Tabel 12. Perbedaan Framing yang ditampilkan Akun @Officialnews dan @Kompascom dalam Membingkai Kasus Korupsi Harvey Moeis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Waktu yang Dhabiskan Pengguna Media Sosial.....	4
Gambar 2. Kerangka Berpikir	10
Gambar 3 Tampilan Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Media Sosial TikTok @officialnews dan @kompascom	22
Gambar 4. Tampilan Konten 1 Harvey Moeis di Tetapkan Sebagai Tersangka	36
Gambar 5. Tampilan Konten 1 Harvey Moeis yang Mengenakan Rompi Pink dan Meyebabkan Kerugian 271 Triliun	37
Gambar 6. Tampilan Konten 2 Kasus Korupsi Harvey Moeis Rugikan Negara 271 Triliun, Mengalahkan Kasus BLBI.....	38
Gambar 7. Tampilan Konten 2 Menampilkan Kerugian Negara dan Membandingkan dengan 2 Kasus Besar	39
Gambar 8. Tampilan Konten 3 Pendapat Warga Terhadap Kasus Korupsi 271 Triliun.....	40
Gambar 9. Tampilan Konten 3 Warga Mengekspresikan Pendapatnya Terkait Kasus Korupsi 271 Triliun	41
Gambar 10. Tampilan Konten 4 Memberikan Informasi Mengenai Penyitaan Mobil Harvey Moeis oleh Kejaksaan	42
Gambar 11. Tampilan Konten 4 Kejaksaan Mengkonfirmasi Penetapan 5 Tersangka Baru Kasus Korupsi.....	43
Gambar 12. Tampilan Konten 5 Profil Harvey Moeis, Suami Sandra Dewi yang Jadi Tersangka Korupsi Kasus Timah.....	44
Gambar 13. Tampilan Konten 5 Menampilkan Kerugian Negara dan Membandingkan dengan 2 Kasus Besar	45
Gambar 14. Tampilan Konten 6 Kasus Korupsi Timah yang Seret Helena Lim dan Suami Sandra Dewi	46
Gambar 15. Tampilan Konten 6 Menampilkan Penyampaian Keterangan Jaksa Agung dan Kerugian Negara	47
Gambar 16. Tampilan Konten 7 Menampilkan Robert Bonosusatya yang Datang ke Kejaksaan Untuk Pemeriksaan	48
Gambar 17. Tampilan Konten 7 Menampilkan 2 Sosok Utama Kasus Korupsi 271 Triliun.....	49

Gambar 18. Tampilan Konten 8 Menampilkan Sandra Dewi yang Memenuhi Panggilan Datang ke Kejagung.....	50
Gambar 19. Tampilan Konten 8 Menampilkan Sandra Dewi yang Datang ke Kejagung untuk Penyidikan Sebagai Saksi	51
Gambar 20. Analisis Multimodal Muatan Konten 1	54
Gambar 21. Analisis Multimodal Muatan Konten 2	57
Gambar 22. Analisis Multimodal Muatan Konten 3	60
Gambar 23. Analisis Multimodal Muatan Konten 4	63
Gambar 24. Analisis Multimodal Muatan Konten 5	66
Gambar 25. Analisis Multimodal Muatan Konten 6	69
Gambar 26. Analisis Multimodal Muatan Konten 7	72
Gambar 27. Analisis Multimodal Muatan Konten 8	75

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Korupsi merupakan tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan melanggar kewajiban resmi, serta merugikan pihak lain, termasuk negara (Putri, 2021). Korupsi menjadi persoalan serius yang terus menghantui Indonesia, dengan pemberitaannya kerap menjadi sorotan utama di berbagai media. Salah satu kasus korupsi besar yang menarik perhatian publik adalah kasus korupsi tata niaga komoditas timah di wilayah Izin Usaha Pertambangan (IUP) PT Timah Tbk tahun 2015-2022, yang melibatkan Harvey Moeis.

Kasus korupsi yang melibatkan Harvey Moeis menjadi pusat perhatian publik karena kerugian yang ditimbulkan mencapai Rp271 triliun, mencakup kerugian lingkungan, ekonomi lingkungan, biaya pemulihan lingkungan, serta kerugian di luar kawasan hutan. Harvey Moeis, yang dikenal sebagai suami dari artis ternama Sandra Dewi, berperan sebagai narahubung PT Refined Bangka Tin (RBT) dalam memuluskan aktivitas pertambangan liar melalui modus kerja sama penyewaan alat peleburan timah dan pengumpulan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berujung pada praktik korupsi. Pemberitaan mengenai kasus ini tidak hanya menyoroti aspek hukum, tetapi juga menyeret unsur personal dan simbolik, mengingat status sosial pelaku serta keterkaitannya dengan jaringan kekuasaan dan selebritas. Di tengah eksposur yang tinggi, menurut McCombs, M., & Shaw, D. L., (1972) menyebutkan bahwa media memegang peranan penting dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap peristiwa yang terjadi.

Kasus Harvey Moeis dipilih sebagai objek penelitian karena menunjukkan tingkat perhatian publik yang signifikan dibanding berita kebanyakan. Nilai kerugian negara yang diklaim (sekitar Rp 271 triliun) dan dugaan pengaturan kegiatan tambang ilegal menjadikan persoalan ini bukan hanya peristiwa kriminal biasa, melainkan juga peristiwa berkonsekuensi nasional. Keterlibatan figur publik Sandra Dewi sebagai pasangan Harvey memperluas jangkauan publik berita ini publik tidak hanya tertarik pada aspek hukum, tetapi juga lingkungan sosial-budaya. Di samping itu, dinamika putusan hukum yang berubah (vonis awal 6,5 tahun, lalu diperberat menjadi maksimum 20 tahun oleh pengadilan tinggi) menciptakan *moments of news* yang secara berkala memicu ulang perhatian media dan publik.

Perhatian masyarakat terhadap kasus ini juga dibuktikan secara kuantitatif melalui lonjakan data pencarian dan tren digital. Menurut laporan DetikInet (2024), pencarian Google untuk kata kunci “Harvey Moeis” melonjak hingga lebih dari 1.000 kali lipat pada saat vonis dibacakan. Data yang dihimpun oleh Databoks (Katadata, 2024) menunjukkan lonjakan pembahasan topik #HarveyMoeis sebagai salah satu tagar yang banyak dicari publik. Selain itu, liputan video di platform seperti YouTube dari berbagai kanal berita mencatat ratusan ribu penayangan di masing-masing kanal berita, sementara di media sosial seperti TikTok dan Instagram, isu ini ramai diperbincangkan karena keterkaitannya dengan figur publik Sandra Dewi. Fakta-fakta tersebut menegaskan bahwa berita Harvey Moeis bukan hanya sebuah laporan hukum, melainkan isu yang mendapat sorotan luas, viral secara digital, dan signifikan sebagai objek penelitian framing.

Pada pemberitaan mengenai kasus korupsi Harvey Moeis tidak hanya tersebar melalui media konvensional seperti televisi atau surat kabar, tetapi juga melalui media sosial yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Media massa, termasuk media sosial menjadi sarana komunikasi utama dalam menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial memiliki keunggulan dalam hal kecepatan, jangkauan, dan kemudahan akses, sehingga sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik (Khaer et al., 2021).

Dengan pesatnya perkembangan media digital, framing dalam konten media sosial memiliki peranan besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu peristiwa.

Salah satu platform yang kini menempati posisi penting dalam penyebaran informasi adalah TikTok. Awalnya dikenal sebagai media hiburan, TikTok kini berkembang menjadi ruang diskursus publik yang dinamis. Weimann dan Masri (2020) menjelaskan bahwa TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik secara cepat dan masif. Akun media resmi seperti @officialnews dan @kompascom memanfaatkan TikTok untuk menyajikan berita aktual, termasuk kasus korupsi Harvey Moeis, dengan pendekatan naratif yang khas yaitu menggabungkan visual, audio, dan teks secara dinamis.

Pemberitaan dalam TikTok memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan media konvensional yaitu memiliki narasi singkat, dramatik, dan dikemas secara visual menarik agar sesuai dengan karakteristik konsumsi konten generasi muda. Dalam penyajiannya, media menggunakan teknik framing, yaitu memilih, menonjolkan, dan membingkai aspek tertentu dari peristiwa untuk membentuk pemahaman audiens. Framing tidak hanya terkait isi, tetapi juga bagaimana informasi dikemas secara visual, naratif, dan simbolik (Entman, R. M., 1993). Fenomena framing di media sosial, terutama TikTok yang populer di kalangan urban dan generasi muda, menjadi semakin signifikan dalam memengaruhi persepsi publik terhadap isu krusial, termasuk kasus korupsi. Dengan konten padat namun kuat secara visual, TikTok tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk narasi yang dapat menggiring opini publik dan mengonstruksi realitas sosial (Hakim & Amina, 2020).

Pemilihan akun TikTok @officialnews dan @kompascom sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa keduanya merupakan representasi media arus utama yang memiliki kredibilitas tinggi dan jangkauan luas di masyarakat. Kedua akun ini secara aktif memberitakan kasus korupsi

Harvey Moeis dengan intensitas dan gaya penyajian yang berbeda, sehingga menarik untuk dianalisis dari segi framing dan narasi yang dibentuk. Selain itu, jumlah pengikut yang besar serta pengaruh signifikan di platform TikTok menjadikan keduanya relevan untuk diteliti dalam konteks bagaimana media digital membingkai isu-isu hukum dan memengaruhi interpretasi publik. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber utama informasi, memahami teknik penyajian berita di platform seperti TikTok menjadi semakin penting. TikTok dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik unik yang secara signifikan memengaruhi penyebaran dan penerimaan informasi di masyarakat Indonesia. Menurut laporan *We Are Social & Kepios* (2024), jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai lebih dari 126,8 juta pengguna, menjadikannya sebagai salah satu platform media sosial dengan jangkauan terbesar di Indonesia.



Gambar 1. Waktu yang Dihabiskan Pengguna Media Sosial

Sumber: GoodStats dan Statista, 2024

Dilihat dari segi jumlah pengguna, tingkat keterlibatan masyarakat Indonesia di TikTok juga sangat tinggi, dengan rata-rata durasi penggunaan mencapai 38 jam 26 menit per bulan terbukti melampaui platform media sosial lainnya. Secara demografis, sebanyak 72% pengguna TikTok di Indonesia berada di bawah usia 34 tahun, dengan dominasi kelompok usia 18-24 tahun sebesar 34,9% dan usia 25-34 tahun sebesar 28,2% (Katadata, 2024). Hal ini

menunjukkan bahwa TikTok sangat populer di kalangan generasi muda. Selain itu, algoritma TikTok yang personal melalui fitur *For You Page* (FYP) memungkinkan penyajian konten yang sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga meningkatkan potensi viralitas dan pembentukan opini public (Mahnoor Sheikh from sproutsocial.com, 2024). Menariknya, Indonesia juga termasuk dalam empat besar negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak untuk konsumsi berita pada tahun 2024, menandakan adanya pergeseran signifikan dalam cara masyarakat memperoleh informasi (Gantanews.co, 2024).

TikTok mengandalkan algoritma berbasis minat, durasi video pendek, serta interaksi yang cepat dan spontan melalui komentar atau fitur duet, yang menjadikan penyampaian berita lebih personal, cepat viral, dan emosional. Gaya penyampaian ini dapat memengaruhi bagaimana audiens memahami dan merespons sebuah peristiwa atau isu yang dibingkai oleh media, dampak yang lebih signifikan dibandingkan media digital lain seperti Instagram, *facebook* dan konvensional seperti televisi, surat kabar, maupun majalah dalam hal penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Dalam beberapa tahun terakhir, pergeseran konsumsi media masyarakat terlihat sangat jelas, di mana audiens terutama generasi muda lebih memilih mengakses informasi melalui media sosial berbasis video pendek seperti TikTok. Hal ini turut berdampak pada penurunan eksistensi media konvensional, yang ditandai dengan banyaknya kasus pemutusan hubungan kerja (PHK) massal di berbagai stasiun televisi nasional akibat menurunnya jumlah penonton dan pendapatan iklan (Radarnganjuk.jawapos.com, 2025). TikTok muncul dengan algoritma canggihnya seperti *For You Page* (FYP), mampu secara cepat menyajikan konten sesuai preferensi pengguna dan menjangkau jutaan audiens hanya dalam hitungan jam, sesuatu yang sulit dicapai oleh media lama.

Karakteristik TikTok yang singkat, visual, dan cepat dikonsumsi menjadikannya platform strategis dalam penyebaran informasi sekaligus pembentukan opini publik. Melalui pendekatan ini, penelitian ingin melihat sejauh mana media sosial TikTok berperan tidak hanya sebagai saluran

penyampaian fakta, tetapi juga sebagai alat konstruksi realitas sosial dalam kasus-kasus besar seperti korupsi. Terlebih, pemilihan akun @officialnews dan @kompascom dalam penelitian ini juga mempertimbangkan gaya penyampaian keduanya yang menunjukkan kecenderungan framing tertentu, tingkat popularitas berdasarkan respons pengguna seperti komentar, *like*, dan *share*, serta latar ideologis media induk yang memengaruhi cara narasi dibangun dan disampaikan ke publik.

Analisis konten dari kedua akun tersebut dilakukan menggunakan Analisis Framing Robert Entman untuk menelaah bagaimana isu dikonstruksi melalui penentuan masalah, interpretasi sebab-akibat, evaluasi moral, dan rekomendasi penanganan dalam setiap video. Namun, karena konten TikTok tidak hanya menyajikan teks berita, tetapi juga memanfaatkan unsur visual, audio, gerakan, dan efek multimedia yang memengaruhi persepsi pengguna, penelitian ini juga menerapkan Analisis Multimodal. Integrasi kedua pendekatan ini penting agar analisis bersifat holistik: framing Entman menjelaskan strategi naratif dan penekanan isu, sementara multimodal menyoroti bagaimana elemen non-verbal dan audiovisual memperkuat atau membentuk makna yang disampaikan.

Penelitian terdahulu telah melakukan beberapa kajian serupa seperti yang dilakukan oleh Agung P. Bungsu (2023) mengenai framing pemberitaan kasus korupsi Menteri Kominfo Johnny G. Plate, serta studi oleh Rachman (2016) tentang pemberitaan penahanan Suryadharma Ali di Kompas, membuktikan bahwa perbedaan dalam pemilihan isu dan penekanan aspek tertentu dapat menciptakan persepsi yang beragam di kalangan masyarakat. Namun, berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berfokus pada media seperti portal berita online atau televisi, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana framing dibangun dalam media sosial TikTok yaitu platform yang mengandalkan kombinasi visual, audio, dan narasi singkat yang dikemas secara menarik dan cepat dikonsumsi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami dinamika pembentukan narasi pemberitaan kasus korupsi di era digital, khususnya melalui media sosial

berbasis video pendek seperti TikTok. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbedaan framing yang ditampilkan oleh akun @officialnews dan @kompascom dalam membingkai kasus korupsi Harvey Moeis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian, maka rumusan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana framing yang dibangun dalam pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis di akun TikTok @officialnews?
2. Bagaimana framing yang dibangun dalam pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis di akun TikTok @kompascom?
3. Bagaimana perbedaan framing yang ditampilkan oleh akun @officialnews dan @kompascom dalam membingkai kasus korupsi Harvey Moeis?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis framing terhadap narasi yang dibentuk dalam pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis di media sosial TikTok @officialnews dan @kompascom.
2. Untuk menganalisis perbedaan framing yang ditampilkan oleh akun @officialnews dan @kompascom dalam membingkai kasus korupsi Harvey Moeis.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademis terkait komunikasi massa dan media sosial, khususnya dalam bidang analisis framing. Adapun manfaat teoritis yang ingin dicapai meliputi:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori framing, khususnya dalam konteks media sosial, dengan menganalisis bagaimana framing diterapkan dalam pemberitaan kasus korupsi melalui platform TikTok.
- b. Penelitian ini juga berkontribusi dalam memperluas pemahaman tentang peran media sosial sebagai saluran informasi yang tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk narasi dan memengaruhi persepsi publik.

2. Secara Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi praktisi media, pengguna media sosial, serta pihak-pihak terkait dalam memahami dinamika framing di platform digital. Manfaat praktis yang diharapkan antara lain:

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi praktisi media sosial dan jurnalis dalam menciptakan pemberitaan yang lebih objektif, akurat, dan bertanggung jawab. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana konten di TikTok dapat memperkuat narasi tertentu atau memengaruhi cara audiens memandang pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah kasus.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menunjukkan bagaimana media sosial seperti TikTok membentuk wacana publik dan berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kebijakan atau tindakan pemerintah, sehingga dapat memberikan rekomendasi untuk regulasi media sosial yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

1.5 Kerangka Pemikiran

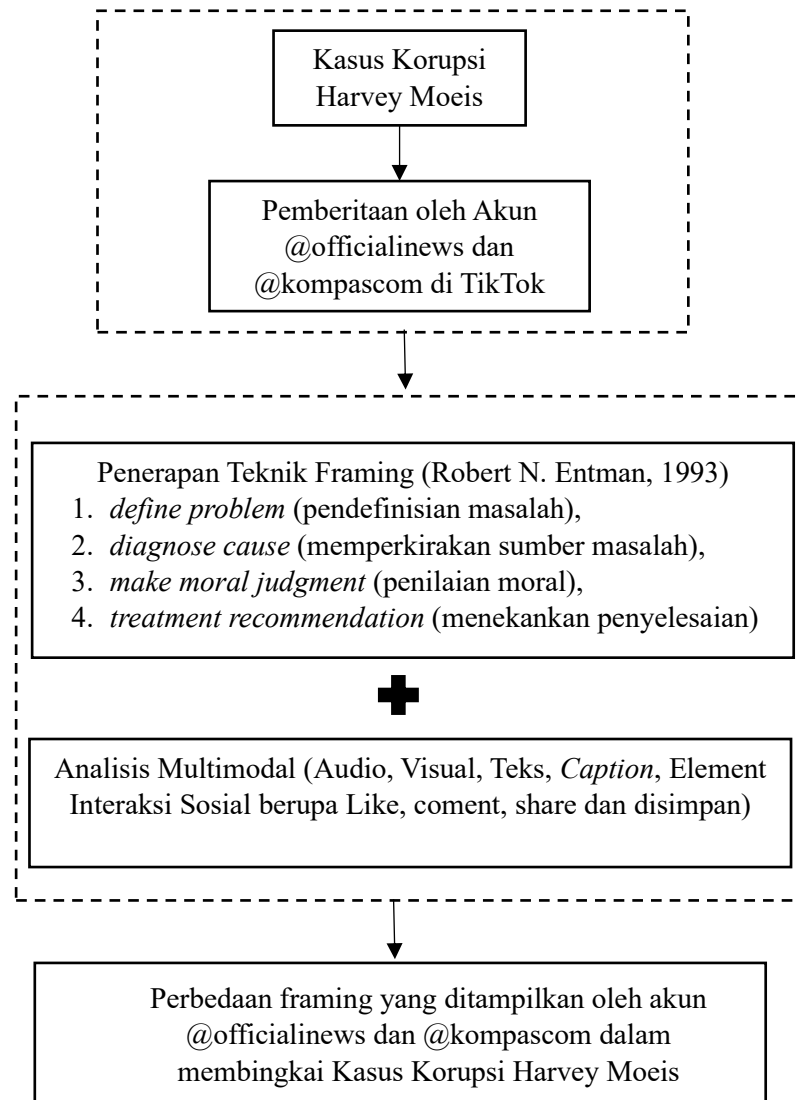
Untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini, perlu disusun kerangka pemikiran yang menjadi dasar dalam menganalisis masalah. Kerangka pemikiran ini menggambarkan hubungan antara konsep-konsep utama yang dikaji, sehingga membantu dalam memahami bagaimana framing pemberitaan di media sosial TikTok, khususnya pada akun @officialnews dan

@kompascom, membentuk persepsi kedua media tersebut terhadap kasus korupsi Harvey Moeis.

Dalam penelitian ini, teori framing menjadi landasan utama. Menurut Entman (1993), framing adalah memilih beberapa aspek realitas yang dipersepsikan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks komunikasi, guna mempromosikan definisi masalah tertentu, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi perawatan. Teknik framing digunakan untuk melihat bagaimana @officialnews dan @kompascom membingkai pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis melalui konten TikTok yang singkat, visual, dan naratif.

Untuk melengkapi analisis framing, penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis multimodal (Kress & van Leeuwen, 2001) yang menekankan bahwa makna dalam media tidak hanya dibangun melalui teks, tetapi juga melalui kombinasi mode komunikasi lain seperti gambar, suara, musik, warna, dan gestur visual. Dengan multimodal, peneliti dapat menelaah bagaimana pemilihan visual rompi pink, penggunaan teks singkat di layar, hingga musik latar tertentu memperkuat narasi framing yang disusun media.

Selain itu, pendekatan agenda setting dari McCombs dan Shaw (1972) turut menjadi rujukan penting, dengan asumsi bahwa media memiliki kekuatan untuk tidak hanya memberitahu publik tentang apa yang harus dipikirkan, tetapi juga tentang bagaimana mereka harus berpikir mengenai suatu isu. Berlandaskan pada konsep-konsep tersebut, peneliti merancang representasi visual untuk menggambarkan alur berpikir yang digunakan, yang dituangkan dalam bentuk diagram alur berikut.



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Korupsi dalam Kajian Media

Korupsi merupakan bentuk penyalahgunaan kekuasaan untuk keuntungan pribadi, baik dalam bentuk suap, penggelapan dana, nepotisme, maupun gratifikasi (Rose-Ackerman, S.,1999). Di Indonesia, korupsi menjadi masalah struktural yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik tentang kasus korupsi, terutama yang melibatkan tokoh-tokoh politik dan pejabat publik (Tarru, 2018).

Media massa terutama media daring, tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor sosial yang membentuk cara pandang publik terhadap isu-isu seperti korupsi. Menurut Shoemaker dan Reese (1996), objektivitas media sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti rutinitas kerja jurnalistik, kebijakan redaksi, struktur kepemilikan media, hingga ideologi organisasi media itu sendiri.

Salah satu teknik yang digunakan media dalam memengaruhi persepsi publik adalah framing. Dengan teknik ini, media dapat menggambarkan pelaku korupsi sebagai korban, pahlawan, atau penjahat, bergantung pada kepentingan redaksional dan ideologi yang dianut (Priyanto, 2014). Dalam konteks pemberitaan kasus korupsi besar seperti proyek Hambalang, misalnya, media seperti Pikiran Rakyat cenderung merepresentasikan Anas Urbaningrum secara lebih negatif dibandingkan Susilo Bambang Yudhoyono. Frekuensi penggambaran negatif terhadap Anas yang mencolok menunjukkan adanya preferensi ideologis media yang memengaruhi konstruksi narasi terhadap tokoh publik (Priyanto, 2014).

Penelitian lain yang menganalisis representasi tokoh dalam isu nasional menemukan bahwa media dapat memanfaatkan gaya bahasa retorik seperti hiperbola, repetisi, atau eufemisme untuk memoles citra tokoh tertentu. Sebagai contoh, pada pemberitaan mengenai Anies Baswedan terkait isu Ujian Nasional, media yang berbeda memberikan narasi yang kontras, memperlihatkan bagaimana media memengaruhi konstruksi realitas publik (Agustin, 2017).

Media sosial juga semakin memainkan peran penting dalam membentuk opini masyarakat terkait isu korupsi. Polarisasi opini publik sering terjadi sebagai hasil dari kampanye terkoordinasi oleh aktor digital (*buzzer*) yang memanipulasi narasi melalui media sosial, seperti yang ditunjukkan dalam studi mengenai Pilkada Sumbar 2024 (Rinaldi et al., 2024). Representasi negatif maupun positif tokoh korupsi dapat disesuaikan dengan sentimen kelompok atau ideologi platform.

Lebih lanjut, media tidak hanya menyampaikan konten tetapi juga dapat terlibat dalam apa yang disebut sebagai “korupsi komunikasi” yakni ketika media memanfaatkan kekuasaan editorial untuk memanipulasi pesan secara tidak utuh, menyesuaikan dengan kepentingan tertentu dan bukan kebenaran faktual. Hal ini mengurangi hak publik atas informasi yang objektif (Wijaya, 2014). Dengan demikian, representasi isu korupsi dalam media sangat menentukan arah opini publik. Media bukan hanya perantara informasi, tetapi juga agen ideologis yang mampu memperkuat atau melemahkan tekanan publik terhadap kasus korupsi tertentu.

Berdasarkan konteks tersebut, pemilihan kasus dugaan korupsi Harvey Moeis sebagai fokus penelitian ini bukan tanpa alasan. Kasus ini menonjol karena nilai kerugian negara yang sangat besar, yakni mencapai Rp271 triliun. Dimana angka yang bahkan melampaui kerugian dari kasus legendaris seperti BLBI. Selain itu, kasus ini mendapat perhatian luas dari berbagai media, termasuk media sosial seperti TikTok, dan melibatkan figur publik populer seperti istri

Harvey Moeis, Sandra Dewi, yang menambah daya tarik pemberitaannya. Keunikan lainnya terletak pada bagaimana hampir seluruh media memberitakannya termasuk dua akun media besar di platform TikTok, yakni @officialnews dan @kompascom, yang menyajikan pemberitaan dengan pendekatan yang berbeda, baik dari sisi narasi visual, audio, maupun konstruksi opini. Oleh karena itu, dengan menganalisis framing kedua akun tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana realitas sosial tentang korupsi dikonstruksi ulang dalam era media digital, khususnya dalam platform video pendek seperti TikTok.

2.2 Media Sosial dan Platform TikTok

Media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta menciptakan konten secara digital. Platform ini telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki peran penting dalam berbagai aspek, mulai dari hiburan hingga penyebaran informasi publik. Salah satu karakteristik utama dari media sosial adalah kemampuannya untuk mempercepat proses pertukaran informasi yang bersifat interaktif dan dua arah (Salsabila & Palapah, 2023).

TikTok sebagai platform media sosial yang berbasis video pendek menonjol dalam hal kemampuannya mengintegrasikan hiburan, kreativitas, dan informasi dalam satu ruang digital. TikTok menjadi populer karena kemudahan penggunaannya, algoritma personalisasi konten, dan potensi viralitas yang tinggi. Hal ini menjadikannya tempat ideal untuk distribusi informasi yang cepat dan luas (Hartiningtyas & Iflah, 2024).

Popularitas TikTok di Indonesia meningkat secara signifikan karena platform ini berhasil memenuhi kebutuhan komunikasi visual dan hiburan dari generasi muda, serta berfungsi sebagai sarana pencitraan diri. Dalam konteks ini, media sosial telah menjadi bagian dari konstruksi identitas digital di mana individu berinteraksi lebih sering melalui representasi virtual mereka dibandingkan dengan realitas fisik (Kamaruddin et al., 2024).

TikTok juga digunakan secara strategis oleh lembaga, komunitas, dan individu sebagai media komunikasi yang efektif. Pemerintah daerah dan institusi pendidikan memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan informasi publik, promosi, dan edukasi secara masif dan murah (Putriana et al., 2024). Kredibilitas pengguna TikTok yang dikenal luas seperti *influencer* juga memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap konten yang mereka buat. Studi terhadap akun @drichardlee menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator di TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek dan persepsi publik (Apriliani & Ali, 2024).

Selain sebagai sarana hiburan, TikTok juga berkembang menjadi sumber informasi alternatif yang menyaingi media arus utama. Pengguna TikTok memanfaatkan konten informatif seperti ulasan produk, panduan gaya hidup, hingga konten edukatif yang dikemas dengan pendekatan yang ringan dan visual, menjadikannya mudah diterima masyarakat luas (Adeli & Widyaningrum, 2024). Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi media sosial yang bersifat hiburan semata, tetapi telah berkembang menjadi platform multifungsi yang memengaruhi persepsi, budaya konsumsi, dan cara masyarakat mengakses informasi.

2.3 Peran Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Publik

Media sosial telah merevolusi cara masyarakat mengakses dan berbagi informasi. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi medium utama dalam penyebaran informasi publik secara cepat dan luas. Kemampuan media sosial untuk menjangkau audiens dalam hitungan detik menjadikannya alat yang efektif untuk mengedarkan informasi penting seperti berita, kampanye kesehatan, kebijakan pemerintah, hingga tanggapan terhadap isu darurat (Salsabila & Palapah, 2023).

TikTok, khususnya, menunjukkan bagaimana format video pendek dapat digunakan untuk menyampaikan informasi publik dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna. Banyak akun resmi pemerintah dan lembaga

sosial yang menggunakan TikTok untuk memperluas jangkauan pesan mereka kepada khalayak muda yang cenderung menghindari media tradisional (Hartiningtyas & Iflah, 2024). Format kreatif ini meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan meningkatkan interaksi dua arah dengan masyarakat.

Penggunaan media sosial dalam penyebaran informasi publik juga memperkenalkan dinamika baru dalam konsumsi berita. Alih-alih hanya menerima informasi secara pasif, pengguna kini dapat mengomentari, membagikan, bahkan menambah informasi melalui fitur komentar atau video reaksi. Hal ini menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih partisipatif namun juga membuka peluang terhadap misinformasi dan disinformasi (Kamaruddin et al., 2024).

Studi terkait penggunaan media sosial oleh instansi pemerintahan menunjukkan bahwa dengan pengelolaan yang efektif, media sosial dapat membangun kepercayaan publik. Akun-akun resmi yang konsisten dalam menyajikan informasi relevan dan akurat memperlihatkan adanya peningkatan dalam keterlibatan dan persepsi positif masyarakat terhadap institusi tersebut (Putriana et al., 2024).

Selain itu, efektivitas penyebaran informasi di media sosial sangat bergantung pada kredibilitas sumber dan strategi pengemasan konten. *Influencer* dengan tingkat kepercayaan tinggi, misalnya, dapat mempengaruhi persepsi dan tindakan audiens terhadap informasi yang dibagikan (Apriliani & Ali, 2024). Ini menunjukkan bahwa strategi kolaborasi antara lembaga informasi publik dan figur populer di media sosial menjadi semakin penting.

Walaupun menawarkan banyak keunggulan, media sosial sebagai sarana penyebaran informasi publik juga menghadirkan tantangan, seperti penyebaran hoaks dan manipulasi informasi. Oleh karena itu, perlu adanya literasi media yang kuat di kalangan pengguna agar mampu membedakan informasi valid dan palsu, serta meningkatkan ketahanan masyarakat terhadap pengaruh negatif media sosial (Adeli & Widyaningrum, 2024). Dengan demikian, media sosial,

khususnya TikTok, telah menjadi bagian integral dari ekosistem penyebaran informasi publik, menawarkan potensi besar untuk mempercepat distribusi informasi namun juga memerlukan pengelolaan yang bijaksana agar dapat dimanfaatkan secara optimal.

2.4 Teori Framing

Teori framing berangkat dari pemikiran bahwa media tidak pernah benar-benar netral dalam menyampaikan informasi. Media secara selektif menonjolkan aspek tertentu dari suatu peristiwa, sehingga membentuk cara audiens memahami realitas tersebut. Framing atau pembedaan adalah proses penekanan, pemilihan, dan penghilangan aspek tertentu dari realitas untuk membangun makna dalam pesan media (Entman, 1993).

Menurut Goffman (1974), framing merupakan cara individu memahami dan mengorganisasi pengalaman sosial mereka berdasarkan skema tertentu yang disebut "*frames*". Dalam ranah komunikasi massa, teori framing kemudian berkembang dengan pendekatan yang berbeda. Salah satu yang cukup dikenal adalah pendekatan Pan & Kosicki (1993), yang memandang framing sebagai struktur teks yang mencakup empat elemen yaitu sintaksis (struktur berita), skrip (alur cerita), tematik (tema utama), dan retorik (pilihan bahasa dan gaya penyampaian).

Sementara itu, Tuchman (1978) berfokus pada rutinitas produksi berita dan bagaimana praktik jurnalisme menciptakan "konstruksi realitas". Kesamaan dari berbagai pendekatan ini adalah pengakuan bahwa media membentuk realitas, bukan sekadar merefleksikannya secara objektif. Oleh karena itu, framing menjadi alat analisis penting untuk melihat bagaimana suatu isu dikonstruksi oleh media, termasuk isu sosial dan politik seperti korupsi.

Peneliti memilih teori framing dari Robert Entman karena pendekatan ini menawarkan kerangka kerja yang komprehensif dan sistematis dalam menganalisis bagaimana media membingkai suatu isu. Entman (1993) secara eksplisit merumuskan empat fungsi utama framing, yaitu mendefinisikan

masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan menyarankan penanganan atau solusi. Struktur analisis ini memberikan kejelasan dalam mengidentifikasi elemen-elemen bingkai yang digunakan media dalam konstruksi pemberitaan. Dibandingkan dengan pendekatan framing lain seperti milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (1993) yang lebih fokus pada struktur wacana (*discourse structures*) dalam teks berita, teori Entman lebih fleksibel untuk mengkaji relasi antara pesan media, ideologi, dan pengaruh terhadap audiens. Dengan demikian, teori Entman dipandang lebih relevan dan aplikatif untuk mengkaji bagaimana media daring membingkai isu korupsi melalui pilihan narasi dan sudut pandang tertentu yang sarat dengan kepentingan politik dan ideologis.

2.4.1 Teori Framing Robert Entman

Model framing yang dikembangkan oleh Robert N. Entman (1993) menjadi salah satu pendekatan paling berpengaruh dalam kajian komunikasi massa. Model ini menekankan bahwa framing dilakukan dengan menonjolkan aspek tertentu dari suatu isu guna memperjelas makna dan mengarahkan pemahaman audiens. Dalam kerangka ini, Entman mengidentifikasi empat elemen utama framing: (1) *Define problems*, (2) *Diagnose causes*, (3) *Make moral judgments*, dan (4) *Suggest remedies* (Wahyu et al., 2023).

Elemen pertama, "*define problems*", mengacu pada bagaimana media menyampaikan bahwa suatu isu adalah sebuah masalah yang perlu perhatian. Elemen ini sering dikemas dalam bentuk headline atau lead berita yang menggambarkan krisis, pelanggaran, atau kegagalan sistem. Misalnya, dalam pemberitaan mengenai kasus Meikarta, media seperti Detik.com dan Kompas.com membingkai permasalahan gugatan pengembang secara berbeda, menunjukkan bahwa pendefinisian masalah sangat dipengaruhi oleh sudut pandang redaksional (Wahyu et al., 2023).

Kedua, "*diagnose causes*" adalah tahap di mana media mengidentifikasi penyebab masalah. Penyebab ini bisa diarahkan pada individu, institusi, atau sistem. Dalam praktiknya, proses ini sangat strategis karena dapat

membentuk opini publik terhadap siapa yang layak disalahkan. Sebagai contoh, dalam pemberitaan kasus Reynhard Sinaga, BBC UK membingkai faktor penyebab kejahatan dengan pendekatan psikologis dan sistem hukum Inggris (Astika, 2021).

Elemen ketiga adalah "*make moral judgments*", yakni penilaian normatif terhadap tindakan atau aktor dalam isu yang diberitakan. Pada tahap ini, media bisa menggunakan bahasa moral seperti “tidak pantas”, “korup”, atau “berani” untuk membentuk persepsi baik atau buruk. Penerapan model ini terlihat dalam penelitian tentang framing kasus korupsi bansos oleh Juliari Batubara, di mana Kompas.com mencoba mencitrakan kementerian secara positif meskipun ada dugaan korupsi (Anzari & Fariza, 2021).

Terakhir, "*suggest remedies*" adalah rekomendasi penyelesaian yang disampaikan secara eksplisit atau implisit. Elemen ini memperlihatkan bagaimana media mendorong solusi tertentu sesuai dengan ideologi atau posisi politik mereka. Dalam studi tentang pemberitaan polemik Lurah Lenteng Agung, Kompas.com dan Republika menyampaikan saran solusi yang berbeda sesuai framing masing-masing, dimana Kompas menekankan inklusivitas, sementara Republika menonjolkan nilai-nilai mayoritas (Juditha, 2014).

Model Entman sangat berguna dalam menganalisis bias dan ideologi media, serta dalam mengidentifikasi struktur naratif yang digunakan untuk membentuk realitas sosial. Oleh karena itu, model ini sering diterapkan dalam riset komunikasi politik, representasi isu sosial, hingga konflik internasional, seperti dalam pemberitaan perang Rusia-Ukraina oleh The Washington Post dan Xinhua News (Ananda & Putra, 2023).

Teori Entman lebih mengarah pada media massa tradisional, seperti televisi, majalah, dan surat kabar, yang umumnya menggunakan teks dan gambar untuk membingkai informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi dan kemunculan media digital, penting untuk dicatat bahwa framing dalam media digital memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan media massa

tradisional. Framing dalam media digital terutama platform seperti TikTok, tidak hanya terbatas pada teks dan gambar, tetapi juga melibatkan elemen-elemen visual dan audio yang sangat berpengaruh. Seperti yang dijelaskan dalam konsep digital framing (Van Dijck, J., & Poell, T., 2013), media digital memungkinkan pesan untuk disampaikan melalui kombinasi visual yang dinamis, suara, interaksi audiens, dan bahkan algoritma yang mempersonalisasi konten untuk setiap pengguna. Interaktivitas, kecepatan penyajian, serta durasi yang singkat juga menjadikan TikTok platform yang mampu memengaruhi pemahaman audiens dengan cara yang lebih langsung dan emosional dibandingkan media konvensional.

Perbedaan ini menuntut peneliti untuk memperluas teori framing Entman dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang ada dalam media digital, seperti pengaruh visual dan audio, serta keterlibatan audiens melalui fitur-fitur interaktif seperti komentar, *like*, dan *share*. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana framing bekerja dalam konteks media sosial yang lebih modern dan berbasis pada teknologi canggih.

2.5 Digital Framing

Digital framing merupakan adaptasi dari teori framing dalam konteks media digital. Framing secara umum merujuk pada cara suatu informasi dikemas atau disajikan untuk membentuk persepsi dan opini audiens terhadap suatu isu (Entman, 1993). Dalam lingkungan digital, framing tidak hanya dilakukan oleh institusi media, tetapi juga oleh individu pengguna internet melalui media sosial, blog, dan berbagai platform digital lainnya. Menurut De Vreese (2005), digital framing mencakup bagaimana pesan dibentuk melalui pemilihan kata, gambar, simbol, dan struktur narasi yang disampaikan secara daring. Di era digital yang ditandai dengan arus informasi yang cepat dan masif, framing berperan penting dalam mempengaruhi cara audiens memahami suatu isu.

Seperti halnya yang dijelaskan pada konsep digital framing (Van Dijck, J., & Poell, T., 2013), media digital memungkinkan pesan untuk disampaikan

melalui kombinasi visual yang dinamis, suara, interaksi audiens, dan bahkan algoritma yang mempersonalisasi konten untuk setiap pengguna. Chong dan Druckman (2007) mengelompokkan framing ke dalam dua jenis utama, yaitu *issue framing*, yang menyoroti aspek tertentu dari suatu isu, serta *episodic* dan *thematic framing*. *Episodic framing* menyajikan isu sebagai peristiwa individual atau insidental, sementara *thematic framing* menyajikannya dalam konteks sosial yang lebih luas.

Dalam konteks media sosial, digital framing dapat ditemukan dalam penggunaan *caption*, *hashtag*, visualisasi gambar, dan atau bahkan dalam algoritma platform yang memperkuat *eksposur* terhadap bingkai tertentu (Pariser, 2011). Hal ini berpotensi menciptakan *echo chamber* dan *filter bubble*, yaitu lingkungan informasi yang memperkuat pandangan tertentu dan mengisolasi pengguna dari sudut pandang yang berbeda.

Konsep ini merupakan pengembangan dari teori framing klasik yang dikemukakan Entman (1993), namun disesuaikan dengan karakteristik media digital dan media sosial seperti dijelaskan oleh Van Dijck & Poell (2013). Dalam konteks ini, framing tidak hanya dibentuk oleh isi berita atau narasi, tetapi juga dipengaruhi oleh *platform logic* yang mencakup algoritma, desain antarmuka, serta fitur interaksi seperti *like*, *share*, *comment*, dan format konten seperti video pendek, infografis, atau *stories*. Pembentukan frame di ranah digital bersifat multimodal, yakni menggabungkan berbagai mode komunikasi seperti teks, gambar, audio, video, grafis, dan elemen interaktif yang saling memperkuat makna. Selain itu, digital framing bersifat partisipatif karena audiens dapat ikut memperkuat atau mengubah frame melalui aktivitas seperti *remix*, *share*, *comment*, atau membuat *memes*. Karakteristik lainnya adalah konteks *real-time*, di mana frame dapat berubah dengan cepat mengikuti dinamika interaksi dan tren yang berkembang di media sosial, sehingga membentuk narasi yang terus bergerak dan adaptif terhadap situasi.

2.5.1 Analisis Multimodal

Analisis multimodal adalah pendekatan dalam kajian komunikasi dan semiotika yang mempelajari bagaimana makna dibentuk melalui penggunaan berbagai mode atau saluran komunikasi, seperti teks, gambar, suara, gerakan, dan tata letak, yang secara bersamaan hadir dalam suatu media (Kress & van Leeuwen, 2001). Pendekatan ini berangkat dari asumsi bahwa komunikasi modern, terutama di media digital, tidak hanya bergantung pada bahasa verbal, tetapi juga mengandalkan unsur visual, audial, dan spasial untuk menyampaikan pesan secara lebih kaya dan kompleks.

Dalam konteks media digital, multimodalitas menjadi penting karena platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memfasilitasi penggabungan berbagai elemen komunikasi, seperti mode visual (gambar, warna, simbol), mode verbal (judul, narasi, teks dalam video), mode audial (musik latar, efek suara, intonasi), mode spasial (tata letak dan penempatan elemen), dan mode temporal (urutan penyajian dalam video). Setiap mode memiliki potensi semantik yang berbeda, namun ketika digabungkan dapat memperkuat framing yang dibangun dalam suatu konten.

Pendekatan analisis multimodal relevan digunakan bersama konsep digital framing, karena framing di media sosial sering kali dibentuk melalui perpaduan berbagai mode yang diatur secara strategis sesuai logika platform. Misalnya, pemilihan musik dramatis, pemotongan visual tertentu, penambahan teks tegas, dan penggunaan warna kontras dapat membentuk persepsi audiens secara emosional dan kognitif. Dengan demikian, analisis multimodal memungkinkan peneliti untuk mengurai secara detail bagaimana setiap unsur visual, verbal, dan audial berperan dalam membentuk makna, memperkuat narasi, dan memengaruhi penerimaan audiens terhadap suatu isu atau peristiwa.

2.6 Penerapan Teori Framing Entman di Media Sosial

Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran informasi serta pembentukan opini publik secara cepat dan luas. Dalam konteks

ini, teori framing yang dikemukakan oleh Robert M. Entman (1993) menjadi sangat relevan untuk menganalisis bagaimana suatu informasi dikonstruksi, dikemas, dan diterima oleh audiens digital.

Framing merupakan proses seleksi aspek-aspek tertentu dari realitas untuk kemudian diperkuat dalam pesan komunikasi (Entman, 1993). Proses ini bertujuan untuk (1) mendefinisikan masalah (*define problems*), (2) mendiagnosis penyebab (*diagnose causes*), (3) membuat penilaian moral (*make moral judgments*), dan (4) menyarankan solusi (*suggest remedies*). Dalam media sosial, keempat fungsi framing ini tampak secara eksplisit dalam cara pengguna membagikan, menanggapi, dan membentuk narasi terhadap suatu isu.

Platform seperti Twitter/X, Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan individu maupun kelompok untuk secara aktif melakukan framing terhadap isu-isu tertentu melalui teks gambar, dan video. Penelitian oleh Astuti dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa framing visual di Instagram selama Pemilu 2019 memperlihatkan dominasi narasi positif terhadap kandidat tertentu melalui penggunaan estetika visual, warna simbolik, serta kutipan inspirasional. Sementara itu, Rahmawati (2021) menemukan bahwa konten TikTok mengenai isu sosial seperti kemiskinan atau kekerasan gender cenderung menonjolkan aspek emosional dengan durasi singkat dan musik dramatis untuk membangkitkan empati publik.

Dengan demikian, teori framing Entman tidak hanya penting dalam studi komunikasi media konvensional, tetapi juga sangat aplikatif dalam menganalisis konstruksi wacana di media sosial. Media sosial bukan hanya ruang berbagi informasi, tetapi juga menjadi arena diskursif di mana makna, opini, dan kepentingan saling dipertarungkan secara dinamis dan *real-time*.

2.7 Tinjauan Umum Studi Kasus Penelitian

2.7.1 Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Media Sosial TikTok @officialnews dan @kompascom

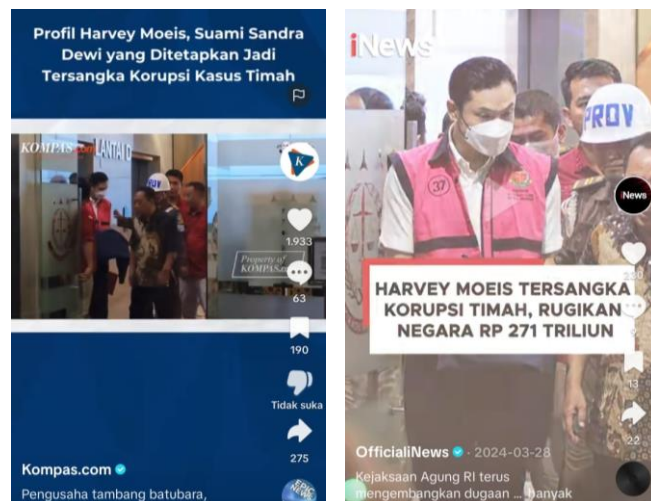
Pemberitaan merupakan proses penyampaian informasi aktual kepada publik melalui media massa, baik cetak, elektronik, maupun digital. Menurut McQuail (2011), media massa berperan dalam membentuk persepsi masyarakat melalui seleksi dan penyusunan informasi yang disampaikan kepada publik. Dalam konteks media sosial, pemberitaan tidak hanya terbatas pada media konvensional, tetapi juga memanfaatkan platform berbasis teknologi informasi seperti TikTok, yang kini menjadi medium populer untuk menyampaikan informasi secara visual, cepat, dan masif (Nasrullah, 2015).

Dalam penelitian ini, akun TikTok @officialnews dan @kompascom dipilih sebagai objek studi karena keduanya merepresentasikan dua media mainstream nasional yang aktif mengadaptasi gaya pemberitaan digital melalui konten video pendek. Pemilihan akun ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, dari segi popularitas dan jangkauan, kedua akun memiliki jumlah pengikut yang tinggi, serta tingkat interaksi signifikan dalam bentuk komentar, *likes*, dan *share* pada konten pemberitaan, termasuk pada topik kasus korupsi Harvey Moeis. Sebagai contoh, konten terkait kasus ini pada kedua akun tersebut rata-rata memperoleh puluhan hingga ratusan ribu penayangan, dengan ribuan interaksi dari pengguna dalam waktu singkat.

Kedua yaitu secara gaya penyampaian, @officialnews dan @kompascom cenderung menggunakan narasi yang singkat, padat, dan visual yang khas format TikTok namun tetap menyisipkan sudut pandang yang membingkai isu dengan cara tertentu. @officialnews cenderung menggunakan gaya dramatik dan emosional, dengan penekanan pada unsur kejutan atau kontroversi, sedangkan @kompascom lebih menampilkan gaya penyampaian yang tenang namun tetap menonjolkan fakta utama dengan visualisasi yang kuat. Gaya framing yang berbeda ini menjadi salah satu alasan dipilihnya kedua akun sebagai pembanding dalam studi ini.

Ketiga yaitu dari segi ideologi dan afiliasi media, iNews dikenal sebagai bagian dari MNC Group yang dalam beberapa kasus ditengarai memiliki kecenderungan penyajian berita yang sensasional, sementara Kompas dikenal sebagai media yang lebih moderat dan mengedepankan prinsip jurnanisme konservatif. Perbedaan ini memberikan kontras naratif yang menarik untuk dianalisis, khususnya dalam melihat bagaimana masing-masing media membentuk opini publik terhadap kasus korupsi yang sama melalui pendekatan visual dan naratif berbeda.

Dalam kasus pemberitaan korupsi Harvey Moeis, kedua akun tersebut memproduksi dan menyebarluaskan konten digital berupa video pendek yang mengangkat topik kasus tersebut. Narasi visual dan audio disusun untuk menarik perhatian pengguna serta membentuk opini publik terhadap peristiwa yang diberitakan. Gaya penyajian yang khas di TikTok yakni cepat, ringkas, dan visual memungkinkan berita disampaikan dalam bentuk narasi yang langsung menggugah perhatian pengguna, khususnya generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna platform ini (Rozi & Hastasari, 2022).



Gambar 3 Tampilan Pemberitaan Kasus Korupsi Harvey Moeis di Media Sosial TikTok @officialnews dan @kompascom

Sumber: TikTok @officialnews dan @kompascom, 2025

Konten video tersebut dikemas dengan narasi suara, teks berjalan, cuplikan visual, serta elemen grafis yang dinamis. Teknik-teknik tersebut digunakan bukan hanya untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk membingkai isu

dengan cara tertentu. Proses ini sesuai dengan konsep framing dalam komunikasi massa, di mana media memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari sebuah peristiwa guna membentuk cara pandang audiens (Wahyu et al., 2023).

Framing dalam pemberitaan TikTok dapat diamati melalui bagaimana fakta-fakta dalam kasus diseleksi, disusun dalam alur naratif, dan diberi penekanan visual maupun emosional. Misalnya, penggunaan headline video seperti “Istri Artis Jadi Tersangka Kasus Tambang” atau pengulangan visual wajah tersangka merupakan strategi untuk membangun persepsi publik yang kuat terhadap pelaku. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menyampaikan berita, tetapi juga mereproduksi makna secara aktif (Wirawan, 2025).

Selain itu, platform seperti TikTok memiliki algoritma yang memperkuat penyebaran konten berdasarkan keterlibatan pengguna. Semakin tinggi interaksi terhadap suatu berita, semakin besar kemungkinan konten tersebut muncul di beranda pengguna lain. Mekanisme ini memperkuat efek framing, karena konten yang mendapat respons emosional tinggi (marah, simpati, kaget) cenderung lebih viral, meskipun belum tentu paling informatif atau objektif (Prisanto, 2018). Oleh karena itu, analisis framing menjadi penting untuk memahami bagaimana narasi dibentuk dan bagaimana media memengaruhi opini publik terhadap suatu peristiwa.

2.8 Penelitian Terdahulu

Peneliti perlu memahami dan menelaah studi-studi sebelumnya yang relevan guna memperkuat landasan teoritis dan metodologis dalam penelitiannya. Penelitian terdahulu memberikan arah dalam pemilihan pendekatan, teori, dan konsep yang tepat, serta berfungsi sebagai rujukan pembandingan dalam menganalisis permasalahan serupa. Selain itu, kajian terhadap studi-studi sebelumnya juga menjadi pijakan dalam mengembangkan argumen dan memperluas wawasan peneliti terhadap fenomena yang dikaji dari berbagai sudut pandang. Melalui penelaahan ini, peneliti dapat menyesuaikan dan

memodifikasi pendekatan agar sesuai dengan konteks penelitiannya, serta memanfaatkan kesamaan tema dan metode dari penelitian terdahulu sebagai referensi strategis. Hal ini membuka peluang untuk menghadirkan kontribusi ilmiah yang lebih spesifik dan kontekstual terhadap isu yang sedang dikaji. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dan mendukung penelitian ini;

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1	Peneliti	Marsuki Syam
	Judul Penelitian	Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi E-KTP oleh Setya Novanto di CNNIndonesia.com dan Viva.co.id
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dua media daring nasional membingkai pemberitaan kasus korupsi e-KTP oleh Setya Novanto, khususnya dalam aspek narasi dan penonjolan fakta.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berbeda dengan penelitian peneliti karena fokusnya adalah pada media daring konvensional (website berita) dan membandingkan framing antar dua media berita, bukan pada media sosial seperti TikTok.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai bagaimana framing berita dapat berbeda tergantung pada afiliasi media, serta menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk opini publik terhadap tokoh politik.
2	Peneliti	Wiwid Adiyanto & A. Nuzuli
	Judul Penelitian	Analisis Framing Pemberitaan Kasus Harun Masiku pada Majalah Tempo
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Majalah Tempo membingkai pemberitaan kasus suap yang melibatkan politisi PDIP, Harun Masiku, dengan menggunakan model analisis framing dari Robert Entman dan dikaitkan dengan teori agenda setting.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berbeda karena fokus pada media cetak (Tempo) dan kasus korupsi politis struktural dengan pendekatan teks dan framing, sementara penelitian peneliti berfokus pada media sosial berbasis video (TikTok) dan partisipasi publik.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memberikan kontribusi dalam menyoroti bagaimana framing media dapat mengungkap relasi kuasa, dan bagaimana pemberitaan

		digunakan untuk membentuk kesan terhadap kelembagaan seperti KPK dan partai politik besar.
3	Peneliti	Edgina Rizqon Thoyiban & D. Iskandar
	Judul Penelitian	Pendekatan Framing Pan dan Kosicki pada Jurnalisme Advokasi dalam Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos COVID-19
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi framing dua media daring lokal terhadap isu korupsi bantuan sosial COVID-19, serta bagaimana pendekatan jurnalisme advokasi diterapkan dalam pemberitaan.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini fokus pada media online berbasis teks dengan pendekatan advokasi, bukan media sosial berbasis audiovisual seperti TikTok yang menjadi fokus penelitian peneliti.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bagaimana framing dapat digunakan untuk mendukung keadilan sosial dan mendorong keterlibatan publik melalui pemberitaan yang berpihak pada korban kebijakan korupsi.

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena sosial berdasarkan perspektif subjek yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap makna, pesan, dan simbol-simbol yang terdapat dalam konten media sosial, yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam bagaimana konstruksi makna terbentuk dalam komunikasi media, khususnya dalam narasi yang dibangun oleh akun TikTok @officialnews dan @kompascom mengenai kasus korupsi Harvey Moeis.

Metode kualitatif sering disebut sebagai metode naturalistik karena dilakukan dalam konteks alamiah, di mana peneliti menjadi instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Selain itu, metode ini juga dikenal sebagai metode etnografi karena awalnya banyak digunakan dalam studi antropologi budaya, yang menekankan pentingnya memahami budaya, nilai, dan perilaku dalam konteks sosial tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam konteks penelitian ini, TikTok sebagai platform digital dianalisis sebagai arena budaya baru tempat berlangsungnya produksi dan pertukaran informasi yang sarat dengan nilai dan perspektif tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menafsirkan makna yang tersembunyi dalam teks atau media. Analisis ini berfokus pada konten-konten video yang diunggah oleh akun TikTok @officialnews dan

@kompascom yang membahas korupsi Harvey Moeis. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menggali bagaimana media sosial sebagai bentuk jurnalisme digital membingkai suatu isu, serta bagaimana frame tersebut memengaruhi persepsi publik.

Lebih khusus, penelitian ini menggunakan analisis framing sebagai strategi analisis data. Analisis framing dipilih karena mampu mengungkap bagaimana media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang audiens terhadap isu yang diberitakan. Dengan menggunakan model framing dari Robert Entman (1993), penelitian ini menelaah bagaimana proses pembingkaihan (framing) dilakukan melalui empat elemen utama: mendefinisikan masalah (*define problems*), mendiagnosis penyebab (*diagnose causes*), membuat penilaian moral (*make moral judgment*), dan menyarankan solusi (*suggest remedies*).

Objek analisis dalam penelitian ini adalah video-video yang berkaitan dengan pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis, yang diunggah oleh akun TikTok resmi iNews, yaitu @officialnews dan akun TikTok resmi Kompas yaitu @kompascom, selama periode tertentu. Pemilihan akun ini didasarkan pada popularitas dan kredibilitasnya sebagai saluran informasi yang aktif dalam menyampaikan berita-berita aktual kepada publik, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna dominan TikTok di Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode analisis framing dengan menggunakan model yang dikembangkan oleh Robert N. Entman. Pendekatan ini digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana media menyusun narasi dan membentuk persepsi publik terhadap suatu peristiwa. Model analisis framing Entman mencakup empat komponen utama yang menjadi kerangka kerja dalam mengurai konstruksi pesan media. Keempat elemen tersebut meliputi: (1) *Define Problem*, yakni bagaimana suatu isu atau peristiwa didefinisikan atau diposisikan sebagai sebuah persoalan; (2) *Diagnose Causes*, yaitu penelusuran terhadap penyebab dari persoalan yang diangkat, termasuk aktor atau pihak

yang dianggap bertanggung jawab; (3) *Make Moral Judgment*, berupa penilaian moral yang digunakan media untuk memberi legitimasi atau delegitimasi terhadap tindakan tertentu; dan (4) *Treatment Recommendation*, yaitu solusi atau alternatif penyelesaian yang ditawarkan media atas peristiwa yang diberitakan.

Tabel 2. Perangkat Framing Model Robert N. Entman

No.	Elemen Framing	Pertanyaan Panduan
1	<i>Define Problem</i>	Bagaimana suatu peristiwa/isu dipandang? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
2	<i>Diagnose Causes</i>	Apa yang dianggap sebagai penyebab dari masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab peristiwa tersebut?
3	<i>Make Moral Judgment</i>	Nilai moral apa yang digunakan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
4	<i>Treatment Recommendation</i>	Solusi atau jalan keluar apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu tersebut? Langkah apa yang sebaiknya ditempuh?

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Model ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri proses pembingkai informasi yang dilakukan oleh media, dalam hal ini konten video TikTok dari akun @officialnews dan @kompascom, terkait pemberitaan kasus korupsi Harvey Moeis. Dengan menganalisis struktur narasi dalam konten tersebut melalui empat perangkat tersebut, peneliti dapat mengungkap kecenderungan media dalam membentuk persepsi publik terhadap kasus yang diangkat.

Untuk memperkaya analisis, penelitian ini juga memadukan analisis multimodal sebagai pendekatan tambahan. Teori multimodalitas yang diperkenalkan oleh Kress & van Leeuwen (2001) berangkat dari pandangan *social semiotics* yang menyatakan bahwa makna dibentuk melalui interaksi berbagai mode komunikasi, bukan hanya bahasa verbal. Dalam konteks media digital, multimodalitas mencakup mode visual (warna, komposisi, simbol, ekspresi wajah), mode verbal (teks tertulis, narasi suara, caption), mode audial

(musik latar, efek suara, intonasi), mode spasial (tata letak, penempatan elemen visual), serta mode temporal (urutan dan durasi penyajian).

Keterpaduan analisis framing Entman dengan multimodalitas ini sejalan dengan konsep digital framing yang dikemukakan oleh Van Dijck & Poell (2013), yang menekankan bahwa pembingkai di ranah digital dipengaruhi oleh *platform logic* seperti algoritma, desain antarmuka, dan format konten yang memfasilitasi integrasi teks, gambar, video, audio, dan interaktivitas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi struktur naratif dan ideologis dalam konten TikTok, tetapi juga menguraikan bagaimana elemen visual, audial, dan interaktif digunakan untuk memperkuat framing dan memengaruhi persepsi publik.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada narasi yang dibentuk dalam konten video TikTok oleh akun @officialnews dan @kompascom yang memberitakan kasus korupsi yang melibatkan Harvey Moeis. Penelitian ini diarahkan untuk memahami secara mendalam bagaimana media sosial, khususnya TikTok sebagai platform jurnalisme digital, menyusun narasi dan menyajikan informasi kepada publik. Fokus ini mencakup bagaimana elemen-elemen visual, audio, teks, serta simbol-simbol lainnya digunakan untuk membingkai isu korupsi dalam format video pendek.

TikTok sebagai media sosial berbasis video singkat memiliki keunikan dalam cara penyampaian informasi. Dalam keterbatasan durasi, kreator konten maupun institusi media dituntut untuk menyampaikan pesan secara ringkas namun tetap menarik perhatian. Oleh karena itu, peneliti memusatkan perhatian pada pemilihan kata, visualisasi, struktur narasi, serta tone yang digunakan oleh akun @officialnews dan @kompascom dalam setiap video terkait kasus tersebut. Penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana pilihan-pilihan komunikatif tersebut secara tidak langsung membentuk persepsi publik terhadap pelaku korupsi, lembaga yang menangani kasusnya, dan nilai-nilai keadilan yang dibangun dalam wacana digital.

Framing dalam konteks ini bukan hanya sekadar pemilihan fakta, tetapi juga bagaimana media memilih untuk menekankan, mengecilkan, atau mengabaikan elemen tertentu dari suatu peristiwa. Oleh sebab itu, fokus penelitian ini menyoroti bagaimana akun @officialnews menyusun narasi yang dapat memengaruhi cara pandang audiens dalam menilai kasus tersebut. Penelitian ini juga menyoroti kecenderungan narasi, apakah bersifat netral, mendukung, menyudutkan, atau memiliki muatan opini tertentu.

Selain itu, penelitian ini secara spesifik menggunakan model framing dari Robert Entman sebagai lensa analisis utama. Dengan demikian, fokus analisis tidak hanya terletak pada isi permukaan dari konten video, tetapi juga pada struktur naratif dan implikasi ideologis dari setiap frame yang dibangun. Melalui identifikasi empat elemen dalam model Entman yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgments*, dan *suggest remedies*. Penelitian ini menggali bagaimana konten tersebut membentuk makna terhadap peristiwa korupsi Harvey Moeis.

3.4 Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi konten digital yang tersedia secara publik di media sosial TikTok. Fokus utama terletak pada video pemberitaan yang diunggah oleh akun resmi @officialnews dan @kompascom, yang akun milik media arus utama di Indonesia yaitu Inews dan Kompas. Pemilihan sumber ini didasarkan pada tingkat kepercayaan publik terhadap media resmi, serta pengaruh signifikan akun tersebut dalam menyebarkan informasi kepada khalayak luas, khususnya di platform TikTok yang memiliki pengguna aktif dalam jumlah besar.

Data yang dianalisis berupa konten video yang membahas kasus dugaan korupsi yang melibatkan Harvey Moeis, seorang tokoh publik yang menjadi sorotan media setelah ditetapkan sebagai tersangka. Data mencakup elemen naratif yang terbangun dalam setiap video, baik dalam bentuk audio (*voice over* atau pernyataan narator), teks tertulis (*caption*, *headline*, *tagar*), maupun

elemen visual (gambar, footage, animasi, ekspresi wajah, simbol visual, dan warna) yang menyertainya. Seluruh elemen ini menjadi bagian integral dalam membentuk bingkai (framing) pemberitaan. Berikut ini adalah daftar konten video TikTok dari akun @officialnews dan @kompascom yang menjadi objek penelitian peneliti:

Tabel 3. Data Penelitian

No	Akun Tiktok	Judul Konten	Durasi Video	Waktu Publikasi
1	@officialnews	Harvey Moeis Tersangka Korupsi Timah, Rugikan Negara Rp. 271 Triliun	54 Detik	28 Maret 2024
		Kasus Korupsi Harvey Moeis Rugikan Negara Rp. 271 Triliun, Mengalahkan Kasus BLBI	2 Menit 21 Detik	29 Maret 2024
		Kasus Korupsi Timah Rp. 271 Triliun, Bagaimana Tanggapan Warga?	1 Menit 32 Detik	2 April 2024
		Kejagung Sita 3 Mobil Mewah Milik Harvey Moeis	2 Menit 42 Detik	27 April 2024
2	@kompascom	Profil Harvey Moeis, Suami Sandra Dewi yang Ditetapkan Jadi Tersangka Korupsi Kasus Timah	3 Menit 10 Detik	28 Maret 2024
		Kasus Korupsi Timah yang Seret Helena Lim dan Suami Sandra Dewi, Rugikan Negara Rp 271 Triliun	2 Menit 19 Detik	28 Maret 2024
		Profil Robert Bonosusatya yang Diduga “Bos Besar” Harvey Moeis	2 Menit 35 Detik	2 April 2024
		Sandra Dewi Tiba di Kejagung Lambaikan Tangan dan Acungkan Dua Jempol	1 Menit 50 Menit	4 April 2024

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Pemilihan delapan konten dari akun TikTok @officialnews dan @kompascom didasarkan pada urgensi isu serta kekuatan narasi dalam membingkai kasus korupsi timah yang melibatkan Harvey Moeis dengan nilai kerugian negara mencapai Rp 271 triliun. Empat konten dari @officialnews menyoroti besarnya kerugian negara, membandingkan dengan kasus BLBI, menampilkan tanggapan masyarakat, serta memperlihatkan tindakan hukum seperti penyitaan aset, sehingga membentuk narasi bahwa kasus ini adalah skandal besar berskala nasional. Sementara itu, konten dari @kompascom lebih menekankan pada aspek personalisasi dengan mengangkat latar belakang tersangka, keterlibatan tokoh publik, dan simbolisasi sikap selebritas, yang memperluas sudut pandang publik terhadap kasus ini. Kedua akun media tersebut merepresentasikan keberagaman strategi framing dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap salah satu kasus korupsi terbesar di Indonesia.

Secara teoritis, pemilihan data ini didukung oleh teori Framing dari Robert N. Entman, yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk membingkai informasi dengan menekankan aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa melalui seleksi fakta, penyusunan narasi, dan penyampaian pesan moral serta solusi (Entman, 1993). Melalui delapan konten tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi elemen-elemen framing seperti *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation* yang digunakan oleh akun @officialnews dan @kompascom dalam membentuk opini publik. Media digital seperti TikTok memungkinkan pembingkaiannya ini dilakukan secara multimodal, melalui perpaduan visual, teks, audio, dan elemen interaktif, yang memperkuat daya pengaruhnya terhadap persepsi publik. Dengan menganalisis delapan konten tersebut, peneliti dapat mengungkap bagaimana framing digunakan oleh media sosial untuk mengonstruksi realitas sosial dan hukum, serta mendorong pembentukan opini publik secara cepat dan masif.

Setiap video dianalisis untuk mengidentifikasi bagaimana narasi dibangun melalui struktur penyajian informasi. Hal ini meliputi: (1) bagaimana masalah didefinisikan, (2) penyebab yang dikaitkan, (3) penilaian moral yang

disampaikan, dan (4) solusi atau tindak lanjut yang disarankan. Keempat aspek ini sesuai dengan model framing Robert Entman (1993) yang menjadi kerangka teoritis penelitian ini.

Pemilihan waktu publikasi dibatasi pada delapan konten untuk menjaga fokus analisis pada momen pemberitaan yang memiliki daya pengaruh tinggi dalam membentuk persepsi publik. Seluruh video tersebut diunggah dalam rentang waktu yang relatif berdekatan dengan perkembangan krusial kasus korupsi Harvey Moeis, sehingga memungkinkan peneliti menangkap dinamika framing saat isu masih hangat dan mendapatkan perhatian luas dari masyarakat.

Batasan ini juga dimaksudkan untuk memaksimalkan pemahaman terhadap proses pembingkai informasi (framing) yang terjadi dalam fase awal penyebaran isu, ketika konten memiliki potensi besar untuk menjadi viral, membentuk opini publik secara cepat, dan menciptakan konstruksi sosial atas peristiwa yang diliput. Dengan demikian, fokus temporal ini memperkuat validitas analisis terhadap bagaimana media digital dalam hal ini TikTok, menyusun narasi secara strategis melalui kombinasi visual, teks, dan algoritma distribusi yang bersifat personal.

Sumber data berupa delapan konten video dari akun TikTok @officialnews dan @kompascom kemudian ditranskrip secara mendetail untuk memperoleh narasi utuh dari setiap tayangan. Setelah itu, data dikodekan berdasarkan empat elemen framing yang dikemukakan oleh Robert N. Entman. Proses ini dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengungkap bagaimana masing-masing media membingkai informasi, menentukan fokus utama, serta menyusun narasi sesuai sudut pandang redaksionalnya. Peneliti juga mencatat konteks publikasi dari tiap konten, seperti jumlah komentar, jumlah suka, dan seberapa sering video dibagikan, sebagai indikator awal untuk menilai daya jangkauan dan pengaruh konten terhadap audiens digital. Data ini turut digunakan untuk membandingkan strategi framing serta respons publik terhadap konten dari dua akun media arus utama tersebut.

3.5 Teknik Analisis Data

Secara umum dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data bertujuan untuk mengorganisasi dan menafsirkan data non-numerik (seperti teks, audio, visual) ke dalam tema atau kategori makna tertentu. Data dianalisis tidak hanya secara eksplisit melalui konten yang tampak (*surface structure*), tetapi juga secara implisit melalui konteks, simbol, dan struktur narasi (*deep structure*).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis framing model Robert N. Entman. Model ini dipilih karena memberikan kerangka kerja yang sistematis dan mendalam dalam menganalisis bagaimana media menyusun narasi untuk membentuk persepsi publik. Analisis framing tidak hanya melihat isi teks secara eksplisit, tetapi juga memperhatikan struktur penyampaian pesan, pemilihan kata, simbol, dan visual yang membentuk bingkai pemahaman terhadap suatu peristiwa atau isu.

Menurut Entman (1993), framing adalah proses seleksi aspek-aspek tertentu dari suatu realitas yang dianggap penting, lalu menonjolkannya dalam sebuah pesan untuk mencapai efek interpretatif tertentu pada audiens. Model ini mencakup empat dimensi utama, yakni:

1. *Define Problems* (Menentukan Masalah)

Dimensi ini mengacu pada bagaimana media mendeskripsikan suatu isu sebagai masalah. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengamati bagaimana akun TikTok @officialnews mendefinisikan kasus korupsi Harvey Moeis apakah diposisikan sebagai kasus hukum, pengkhianatan publik, skandal elit, atau persoalan sistemik.

2. *Diagnose Causes* (Menentukan Penyebab)

Tahap ini mengkaji aktor atau faktor yang dianggap sebagai penyebab terjadinya masalah. Peneliti menganalisis siapa atau apa yang disalahkan dalam narasi, serta bagaimana penyebab tersebut dikonstruksi dalam konten digital melalui narasi, gambar, atau teks.

3. *Make Moral Judgments* (Membuat Penilaian Moral)

Dimensi ini menilai bagaimana media memberikan penilaian moral terhadap pelaku atau situasi. Misalnya, apakah pelaku digambarkan sebagai sosok yang pantas dicela, dikasihani, atau dibela? Peneliti menelaah bahasa emosional, ekspresi visual, dan simbol yang digunakan untuk membangun penilaian ini.

4. *Treatment Recommendations* (Rekomendasi Solusi)

Tahap terakhir adalah melihat apakah media memberikan solusi atau saran penyelesaian atas permasalahan yang diangkat. Ini bisa tersurat secara langsung maupun tersirat, seperti ajakan untuk menindak tegas, reformasi hukum, atau hanya sebatas pemberitaan tanpa tindak lanjut.

Keempat kategori ini membentuk kerangka konseptual dalam pengkodean data, yang dilakukan terhadap seluruh konten video TikTok yang menjadi objek penelitian. Peneliti melakukan transkripsi narasi video, mencatat teks yang muncul, serta merekam elemen visual yang relevan, kemudian mengklasifikasikannya ke dalam empat kategori tersebut.

Analisis dilakukan secara tematik dan interpretatif, dengan mempertimbangkan konteks sosial-politik, keterkaitan narasi antarvideo, serta karakteristik khas media sosial TikTok seperti penggunaan suara latar, efek visual, tagar, dan popularitas konten. Dengan pendekatan ini, peneliti berharap dapat mengungkap bagaimana framing yang dibentuk akun @officialnews dan @kompascom dapat memengaruhi konstruksi makna dan opini publik terhadap kasus korupsi yang melibatkan Harvey Moeis. Model Entman ini efektif untuk melihat pergeseran narasi dari satu konten ke konten lain, serta membantu memahami strategi komunikasi media digital dalam membingkai isu-isu krusial, terutama dalam ekosistem informasi yang cepat dan berbasis algoritma seperti TikTok.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian deskriptif kualitatif, validitas atau keabsahan data menjadi aspek yang sangat penting untuk menjamin bahwa hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan utama untuk menjaga keabsahan data yaitu triangulasi sumber. Teknik ini dipilih untuk memperkuat interpretasi data dan menghindari bias subjektif peneliti.

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai sumber data yang relevan. Dalam konteks penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan menelaah konten dari dua akun media arus utama di TikTok, yaitu @officialnews dan @kompascom, yang keduanya secara aktif memproduksi dan membagikan konten berita, termasuk isu-isu terkait korupsi.

Selain itu, peneliti juga melakukan perbandingan dengan pemberitaan serupa di media daring lainnya, serta mengkaji literatur teoritis dan hasil studi terdahulu yang membahas teori framing dalam konteks representasi kasus korupsi oleh media. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh tidak bersifat sepihak atau bias, melainkan telah melalui proses verifikasi silang (*cross-check*) antar sumber.

Dengan menggunakan triangulasi sumber, keabsahan data dalam penelitian ini diperkuat, sehingga hasil analisis yang disajikan dapat merepresentasikan konstruksi realitas media secara lebih akurat dan kredibel.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis framing yang telah dilakukan menggunakan model Robert N. Entman terhadap delapan konten video TikTok dari akun @officialnews dan @kompascom, dapat ditemukan beberapa poin penting dalam penelitian ini yaitu:

1. Dalam analisis framing kasus korupsi Harvey Moeis, indikator yang digunakan mengacu pada empat dimensi Robert N. Entman, yaitu mendefinisikan masalah (*define problems*), mendiagnosis penyebab (*diagnose causes*), membuat penilaian moral (*make moral judgments*), dan menawarkan solusi (*suggest remedies*). Pada dimensi *define problems*, akun @officialnews membingkai persoalan sebagai skandal besar dengan kerugian fantastis yang menegaskan ancaman korupsi terhadap stabilitas bangsa. Sebaliknya, @kompascom menekankan kasus ini sebagai isu hukum dan tata kelola pertambangan yang kompleks, sehingga masalah dipandang secara lebih sistemik. Pada tahap *diagnose causes*, @officialnews lebih menyoroti Harvey Moeis sebagai aktor utama dengan penekanan pada keterkaitannya dengan figur publik, sedangkan @kompascom menampilkan penyebab yang lebih luas dan struktural dengan melibatkan jejaring elite. Dari aspek *make moral judgments*, @officialnews menonjolkan narasi emosional dan sensasional yang menekankan kecaman publik, sementara @kompascom menitikberatkan pada moralitas hukum dan akuntabilitas yang membentuk penilaian lebih rasional. Adapun pada *suggest remedies*, @officialnews mendorong hukuman berat dan tindakan represif, sementara @kompascom

menawarkan solusi sistemik berupa transparansi, akuntabilitas, dan reformasi tata kelola.

2. Analisis multimodal memperkuat perbedaan framing kedua akun. Akun @officialnews menghadirkan visual simbolik seperti rompi pink, aset sitaan, dan grafik kerugian negara, disertai *close-up* wajah tersangka serta *backsound* dramatis khas berita televisi. Strategi ini menekankan nilai “*shock*” yang mendorong emosi *audiens* dan membangun tekanan sosial. Sementara itu, @kompascom menggunakan pendekatan visual yang lebih humanis, seperti ekspresi Sandra Dewi dan Robert Bonosusatya, *subtitle* besar untuk memperjelas narasi, serta *backsound* khas “*Breaking News*” TikTok yang lebih ringan. Penyajian ini memperkuat kesan netral, informatif, dan naratif yang diarahkan pada pemahaman sistemik kasus.

Dengan demikian, melalui dimensi framing dan modalitas visual, audio, maupun teks, @officialnews lebih menekankan dramatisasi dan efek emosional, sedangkan @kompascom menghadirkan framing yang objektif, terstruktur, dan berorientasi pada edukasi publik.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, disarankan beberapa hal sebagai bentuk tindak lanjut terhadap temuan dan analisis yang telah dilakukan:

1. Bagi Media Sosial dan Jurnalis Digital

Disarankan agar media, khususnya yang memanfaatkan platform digital seperti TikTok, senantiasa menerapkan prinsip jurnanisme yang berimbang dan edukatif. Penyampaian informasi yang disesuaikan dengan tren media sosial sebaiknya tetap memperhatikan etika jurnalistik, sehingga framing yang dibangun tidak bersifat manipulatif, tetapi mencerahkan dan mendorong literasi hukum masyarakat.

2. Bagi Masyarakat sebagai Konsumen Informasi

Masyarakat perlu meningkatkan literasi media agar mampu membaca dan menafsirkan konten secara kritis. Dalam era digital, di mana framing dan konstruksi makna begitu cepat tersebar, kemampuan memilah informasi

dan mengenali bias media sangat penting untuk menghindari disinformasi atau framing yang menyesatkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan pijakan untuk penelitian lebih lanjut mengenai framing media digital dalam isu-isu hukum, sosial, atau politik lainnya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan pendekatan kuantitatif atau wawancara audiens untuk memperdalam pemahaman terhadap pengaruh framing terhadap persepsi publik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi 6). Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Jurnal:

- Adeli, N. F., & Widyaningrum, N. P. (2024). Menilai Integritas: Kajian Kualitas Informasi Video Ulasan GLAM di Platform Media Sosial. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*.
<https://doi.org/10.20473/pjil.v15i1.58430>
- Adiyanto, W., & Nuzuli, A. (2020). *Analisis framing pemberitaan kasus Harun Masiku pada Majalah Tempo*. *Jurnal Aktualita*, 3(1), 55–78.
<https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.3467>
- Ananda, D., & Putra, P. (2023). Analisis Framing Konflik Rusia dan Ukraina pada Media The Washington Post dan Xinhua News. *Communications*.
<https://doi.org/10.21009/communications.5.2.5>
- Anzari, P. P., & Fariza, N. P. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Penangkapan Juliari Batubara dalam Kasus Korupsi Dana Bansos. *Communications*.
<https://doi.org/10.25139/JKM.V5I1.3618>
- Apriani, F. (2022). Peran TikTok dalam Demokratisasi Informasi di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Media dan Teknologi*, 3(1), 78–89.
- Apriliani, S., & Ali, D. (2024). Pengaruh Kredibilitas Dr. Richard Lee sebagai Social Media Influencer Terhadap Brand Image Athena. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v16i2.5534>
- De Vreese, C. H. (2005). *News framing: Theory and typology*. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51–62.
<https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Hakim, L., & Amina, N. W. R. (2021). Analisis Framing Acara Rosi di Kompas TV Episode Ganja: Mitos dan Fakta Periode 6 Februari 2020. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 31–41.
- Hartiningtyas, A. J., & Iflah, I. (2024). Persepsi Followers Terhadap Konten TikTok resep_inspirasi_debm. *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i2.15744>
- Hasim, M. S. (2021). Framing Media dalam Kasus Korupsi dan Pengaruhnya terhadap Opini Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 123–135.
- Kamaruddin, S., Adam, A., & Chakti, A. G. R. (2024). Komodifikasi Media Sosial Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard. *Bosowa Journal of Education*. <https://doi.org/10.35965/bje.v5i1.5462>
- Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2021). Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak di Era Digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 2(3), 324–31.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). London: Routledge.
- Kusumasari, B. (2019). *Human Interest dan Etika Media dalam Pemberitaan Hukum*. *Jurnal Kajian Media*, 5(2), 142–157.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). London: Routledge.
- Nurjaman, T. & Ardianto, E. (2020). Media Massa dan Konstruksi Realitas Korupsi: Studi Framing Pemberitaan Kasus Korupsi. *Jurnal Komunikasi Politik*, 6(1), 44–59.
- Prisanto, G. F. (2018). *Pemberitaan Berlebihan Tindakan Asusila, Moral Panic dan Copycat Crime*. *Inter Komunika*. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.235>
- Putri, D. (2021). Korupsi Dan Prilaku Koruptif. *Tarbiyah Bil Qalam: Jurnal Pendidikan Agama Dan Sains*, 5(2).
- Putriana, P., Ramadhani, S., & Purwanto, H. (2024). Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Yayasan Pondok Pesantren Asy-Syarifiy Lumajang. *Indonesian Social Science Review*. <https://doi.org/10.61105/issr.v2i2.105>
- Rizal, A. & Ramadhan, M. (2022). *Framing Korupsi di Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Opini Publik*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 76–87.

- Rizky, M. F. (2021). Analisis Framing dalam Pemberitaan Pilkada di Media Online: Pendekatan Robert Entman. <https://doi.org/10.31219/osf.io/k5sbu>
- Rose-Ackerman, S. (1999). Corruption and Government: Causes, Consequences, and Reform. *Cambridge University Press*.
- Rozi, W. F., & Hastasari, C. (2022). *Citra Garuda Indonesia di Media Daring Berbasis YouTube*. Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi. <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i1.18495>
- Salsabila, A. A., & Palapah, M. A. O. (2023). Pengelolaan Media Sosial @prokombeltim dalam Membangun Citra Bupati Belitung Timur. *Bandung Conference Series: Public relations*. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9396>
- Siregar, T. & Irawan, D. (2021). *Strategi Framing Media Online dalam Kasus Hukum Figur Publik*. Jurnal Media dan Komunikasi, 8(3), 88–97.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tarru, J. (2018). Menguji Sensitivitas Rasionalisasi pada Keputusan Melakukan Korupsi di Instansi Pelayanan Publik. <https://doi.org/10.33509/JAN.V24I1.45>
- Thoyiban, E. R., & Iskandar, D. (2022). Pendekatan Framing Pan dan Kosicki pada Jurnalisme Advokasi dalam Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos COVID-19. *Bandung Conference Series: Journalism (BCSJ)*. DOI: <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i2.4493>
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). *Understanding Social Media Logic*. Media and Communication, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Wahyu, F. A., Nayiroh, L., & Kusumaningrum, R. (2023). Analisis Framing Model Robert Entman Kasus Pengembang Meikarta Gugat Konsumen. *Da'watuna*. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.4623>
- Weimann, G., & Masri, N. (2020). Research Note: Spreading Hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>
- Wijaya, B. (2014). Korupsi Komunikasi dalam Dimensi Pesan, Media, Konteks, dan Perilaku. <https://doi.org/10.36782/jcs.v3i1.763>
- Wirawan, A. K. (2025). Teori Framing dan Media Sosial: Analisis Kontroversi Cyberbullying terhadap Jang Won-Young. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.21831/lektur.v7i4.23096>

Skripsi:

- Agung Pangeran Bungsu & Fohan Muzakir. Analisis Framing Kasus Korupsi Menteri Kominfo Johnny G Plate. *Journal of Da'wah*, Volume 2 Nomor 1 (2023) 132-149 <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2813>
<https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/dakwah/index>
- Agustin, F. (2017). Analisis Teks Berita Terkait Representasi Aktor Pada Koran Kedaulatan Rakyat dan Media Indonesia. <https://consensus.app/papers/analisis-teks-berita-terkait-representasi-aktor-pada-agustin>
- Fathoni, W. (2014). Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi M. Akil Mochtar pada SKH Kompas dan Tempo. <https://consensus.app/papers/analisis-framing-pemberitaan-kasus-korupsi-m-akil-mochtar-fathoni>
- Kurniawan, E. R., Jumadi, & Utami, D. (2019). Pembentukan Opini Mahasiswa Ilmu Komunikasi Mengenai #2019GantiPresiden di Facebook. <https://consensus.app/papers/pembentukan-opini-mahasiswa-ilmu-komunikasi-fakultas-rickykurniawannim-jumadi>
- Priyanto, I. J. (2014). Representasi Anas Urbaningrum dan Susilo Bambang Yudhoyono dalam Pemberitaan Kasus Hambalang. <https://consensus.app/papers/representasi-anas-urbaningrum-dan-susilo-bambang-priyanto>
- Rachman, M. A. (2016). Analisis Framing Pemberitaan Penahanan Suryadharma Ali Di Kompas. Com (Periode Juni 2015). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 2016, 4 (2) : 127 - 141, 127–141.
- Rinaldi, M. A. D., & Marta, R. (2024). Polarisasi dan Pembentukan Opini Publik di Media Sosial Selama Pilkada Sumatera Barat 2024. <https://consensus.app/papers/polarisasi-dan-pembentukan-opini-publik-di-media-sosial-rinaldi-dalmenda>
- Sodikin, A. (2017). Konstruksi Pemberitaan PDIP di Media Massa: Analisis Framing Kompas.com. *Jurnal Komunikasi dan Sosial*. <https://doi.org/10.36782/JCS.V4I1.1770>
- Syukur, M. (2016). Strategi *Public relations* dalam Pembentukan Opini Publik. <https://consensus.app/papers/strategi-public-relations-dalam-pembentukan-opini-syukur>
- Wibowo, W. (2014). Konspirasi Media Massa dan Pengembalian Bahasa pada Hakikatnya: sebuah Penerapan Metode Analisis Tindak Tutur Komunikasi. *Kanz Philosophia*, 4(2), 175–187. <https://doi.org/10.20871/KPJIPM.V4I2.66>
- Zahra, R. R., & Sobur, A. (2019). Implementasi Jurnalisme Presisi dalam Produksi Berita di Media Online. <https://doi.org/10.31227/osf.io/y2xqj>

Zulva, N. N., & Adiputra, W. M. (2018). Jurnalisme Presisi pada Media Online: Studi Kasus Manajemen Redaksional Tirto.id. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g2cxf>

Internet / Website:

Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). *Framing theory*. Annual Review of Political Science, 10, 103–126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>

Gantanews.co. (2024). Indonesia Masuk 4 Besar Pengguna TikTok untuk Berita di Tahun 2024!. Diakses dari <https://gantanews.co/indonesia-masuk-4-besar-pengguna-tiktok-untuk-berita-di-tahun-2024>

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.

GoodStats. (2024). Orang Indonesia Paling Sering Habiskan Waktu untuk Main Sosial Media. Diakses dari <https://goodstats.id/article/orang-indonesia-paling-sering-habiskan-waktu-untuk-main-sosial-media-nETfh>

Haryono, P. P. (2020). Proses Penyajian Jurnalistik Multiplatform (Studi Kasus pada Portal Web www.NETZ.ID). <https://doi.org/10.31219/osf.io/zq3et>

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2016). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (Updated Edition). New York: New York University Press

Juditha, C. (2014). Framing Berita Polemik Lurah Lenteng Agung pada Media Online. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v15i2.1328>

Juditha, C. (2016). News Objectivity and Journalism Ethics in Online Media: Case on BUMN Employees Recruitment. <https://doi.org/10.30818/JPKM.2016.2010101>

Katadata. (2024). Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>

Mahnoor Sheikh from sproutsocial.com. (2024). How the TikTok algorithm works in 2025. Diakses dari <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-algorithm/>

- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). *Framing Analysis: An Approach to News Discourse*. *Political Communication*, 10(1), 55–75.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.
<https://escholarship.org/content/qt8w7105jp/qt8w7105jp.pdf?t=mhzvpm>
- Radarnanjung.jawapos.com. (2025). Krisis Media di Indonesia. Sejumlah Stasiun Televisi Lakukan PHK Massal dan Tutup Kantor. Diakses dari <https://radarnanjung.jawapos.com/berita/2175956806/krisis-media-di-indonesia-sejumlah-stasiun-televisi-lakukan-phk-massal-dan-tutup-kantor>
- Statista. (2024). Countries with the largest TikTok audience as of July 2024. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- Syam, M. (2019). Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi E-KTP Oleh Setya Novanto di CNNIndonesia.com dan Viva.co.id. Link: <https://consensus.app/papers/analisis-framing-pemberitaan-kasus-korupsi-ektp-oleh-syam>
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Free Press.
- We Are Social & Kepios. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>