

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KASUS KOPI SIANIDA OLEH MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN DETIK.COM PERIODE BULAN JANUARI 2016

Tamara Nisvarima Astista¹, Endang Erawan², Nurliah³

Abstrak

Tamara Nisvarima Astista. 1302055070. Kasus Kopi Sianida Mirna menjadi topik yang hangat dibicarakan di awal bulan Januari 2016. Penelitian ini mencoba mengetahui dan membandingkan pemberitaan yang dimuat dalam Kompas.com dan Detik.com mengenai Kasus Kopi Sianida Mirna menggunakan analisis framing. Kompas.com dan Detik.com adalah dua media online yang cukup besar dan populer di Indonesia yang memiliki pengakses atau pengunjung yang besar, Kompas.com sebesar 68.627.610 dan Detik.com sebesar 67.873.380.

Penelitian ini mencoba mengetahui dan membandingkan pemberitaan yang dimuat dalam Kompas.com dan Detik.com mengenai Kasus Kopi Sianida menggunakan analisis framing. Framing merupakan sebuah pendekatan untuk mengetahui bagaimana prespektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Sobur 2012: 162). Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa framing adalah bagaimana wartawan menyampaikan sebuah berita berdasarkan sudut pandang yang ingin disampaikan kepada pembaca.

Dari penelitian ini setelah melalui analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, dengan empat struktur: Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris, peneliti menemukan Kompas.com dan Detik.com memiliki perbedaan dalam menuliskan dan menjabarkan fakta yang ada. Secara garis besar setelah dibandingkan dengan menggunakan analisis framing, Kompas.com dalam berita-berita yang dituliskannya menggunakan bahasa yang lebih ringan namun mengangkat narasumber yang akurat. Sedangkan Detik.com menggunakan bahasa yang menimbulkan kesan hiperbola dan lebih banyak mengambil kutipan sumber dari pihak Pengacara tersangka. Ini merupakan bukti bahwa masing-masing media mempunyai cara pandang dan kontruksinya sendiri dalam menyampaikan isi berita walaupun informasi dan tema yang di bahas di dua media ini sama.

Kata Kunci: Kopi Sianida, Kompas.com, Detik.com.

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nisvarimatamara@yahoo.co.id

² Dosen Staf Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Staf Pengajar dan Dosen Pembimbing II, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan media massa di abad ke-21 sangat berkembang pesat karena diiringi dengan semakin berkembangnya teknologi. Seiring dengan perkembangan tersebut bermunculan perusahaan-perusahaan media massa yang menawarkan berita-berita yang sangat menarik, cepat dan *ter-up date* untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Setiap masing-masing media massa berusaha menyajikan berita yang menarik dan mengandalkannya pada nilai berita. Karena dengan nilai berita yang menarik secara tidak langsung konsumen akan tertarik dan menikmati berita yang mereka tawarkan. Sama halnya dengan media cetak, media *online* mempunyai peranan yang cukup penting guna memberikan informasi kepada masyarakat. Dengan semakin mudahnya mengakses berita dari internet, media *online* menjadi media baru yang banyak digemari masyarakat. Selain karena lebih praktis dan mudah dijangkau, media *online* terkesan lebih modern dan menarik serta *up to date*. Media *online* yang bertugas sebagai media penyampaian informasi di era milenial ini tentunya membahas segala aspek dalam kehidupan, dari sosial budaya, ekonomi, hingga *lifestyle* masyarakatnya. Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali dengan bermacam pilihannya.

Setiap institusi media selalu memiliki *framing* yang berbeda, bahkan untuk satu peristiwa yang sama. Sebagai individu dan sebagai bagian dari sebuah institusi media, wartawan atau reporter yang menjadi ujung tombak penyaji berita juga memiliki *framing* yang berbeda untuk satu peristiwa. *Framing* yang berbeda akan menghasilkan tulisan yang berbeda pula. Itulah yang membedakan berita di media satu dengan media lainnya.

Memasuki tahun 2016 tepatnya pada awal bulan Januari, masyarakat Indonesia dihebohkan dengan kejadian meninggalnya seorang wanita bernama Mirna. Ia merenggang nyawa setelah meminum *Vietnamese Iced Coffee* di kafe Olivier Jakarta bersama dua orang temannya Hani dan Jessica yang diduga terdapat zat mematikan yang bernama sianida didalam minuman tersebut. Pemberitaan mengenai kasus kematian Mirna setelah meminum kopi yang mengandung sianida ini diberitakan oleh hampir semua media *online*, para media menaruh perhatian lebih terhadap pemberitaan kasus kopi sianida dan menjadikan berita tersebut sebagai berita yang diberitakan secara terus-menerus setiap harinya, namun dari sekian banyak media *online* yang ada di Indonesia Kompas.com dan Detik.com adalah media yang menerbitkan berita tentang perkembangan kasus ini yang frekuensi per harinya bisa dikatakan lebih tinggi dari media *online* lainnya.

Kompas.com dan Detik.com sebagai dua media yang cukup besar di Indonesia sudah pasti memiliki ideologi media yang berbeda seperti yang sudah peneliti jelaskan diawal. Hal ini yang coba peneliti lihat terutama berita mengenai Kasus Kopi Sianida sebagai sebuah konstruksi media. Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pembingkai berita dari dua media massa online yakni Kompas.com dan Detik.com terkait 8 pemberitaan.

Rumusan Masalah

Bagaimana *framing* berita kasus kopi sianida di media *online* Kompas.com dan Detik.com periode bulan Januari 2016?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis *framing* berita Kasus kopi sianida di media *online* Kompas.com dan Detik.com

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan jurnalistik mengenai *framing* dalam pemberitaan. Dan menjadi referensi, bahan pertimbangan, sekaligus informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sekaligus acuan bagi para praktisi jurnalistik untuk dapat melihat dan mengidentifikasi *frame* berita pada setiap pemberitaan di media televisi atau media *online* lainnya.

Kerangka Dasar Teori

Teori Konstruksi Media Massa

Berawal dari istilah konstruktivisme yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociological of Knowledge* tahun 1966. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan (Bungin, 2008 : 192).

Analisis Framing

Pada dasarnya, analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955 (Sudibyo, dalam Sobur, 2012:161-162). Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2012:162).

Model Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Model ini membagi struktur analisis menjadi empat bagian, yakni :

- a. Struktur sintaksis adalah cara wartawan menyusun berita, struktur ini terkait dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa (pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa) kedalam bentuk susunan kisah berita (*headline*,

lead, latar informasi, sumber yang dikutip, dsb)

- b. Struktur skrip adalah cara wartawan mengisahkan fakta, struktur yang melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Skrip pula memberikan tekanan mana yang didahulukan dan mana yang didahulukan dan mana yang disembunyikan.
- c. Struktur Tematik adalah cara wartawan menulis fakta, yakni struktur yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menyampaikan pandangannya terhadap suatu peristiwa kedalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.
- d. Struktur Retoris adalah cara wartawan menekankan fakta atau menekankan arti yang ingin ditonjolkan olehnya. Struktur ini melihat pemakaian pilihan fakta atau menekankan arti yang ingin ditonjolkan olehnya. Struktur ini melihat pemakaian pilihan kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu.

Berita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita adalah laporan tentang suatu kejadian terbaru atau keterangan baru tentang suatu peristiwa. Berita merupakan unsur penting dalam surat kabar karena hampir semua bagian berisi berita dan tanpa berita maka surat kabar tentu tidak akan terbit.

Jurnalisme Online

Bentuk paling baru dari jurnlisme adalah jurnlisme online. Jurnalisme online memiliki kelebihan-kelebihan yang menawarkan peluang untuk menyampaikan berita jauh lebih besar dibanding bentuk jurnalisme konvensional atau tradisional. Kehadiran media online memunculkan generasi baru jurnalistik, yakni jurnalistik online. Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism radio dan televisi).

Netralitas Media

Media massa dalam setiap pemberitaannya haruslah bersifat netral terutama berita politik karena pemberitaan yang tidak bersifat netral akan memberikan dampak yang besar terhadap masyarakat, dimana masyarakat memiliki suara yang dapat diberikan pada salah satu pasangan yang suaranya sangat menentukan maju mundurnya suatu Negara atau Daerah. Maka dalam hal ini media harus bersifat netral dalam memuat berita, berita yang netral adalah berita yang tidak memihak. Netralitas lebih diorientasikan pada fakta. Yang pertama adalah kelengkapan fakta, berita yang netral adalah berita yang mengungkapkan peristiwa dengan fakta-fakta lengkap, tidak ada penambahan atau pengurangan. Yang kedua adalah akurasi fakta, berita harus bisa menggambarkan peristiwa dengan bahasa yang jelas.

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional digunakan sebagai penghubung antara teori dengan konsep yang ada. Hal ini dilakukan untuk memfokuskan penelitian ini agar sesuai dengan judul yang telah dibuat. Definisi konsepsional dari penelitian ini menggunakan konsep pembingkaihan (*framing*) pada berita Kasus Kopi Sianida Mirna di media *online* Indonesia masing-masing 4 berita dari Kompas.com dan Detik.com periode bulan Januari 2016 dengan menggunakan model analisis dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang mendefinisikan framing sebagai strategi konstruksi dalam memproses berita berdasarkan pada struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Deskriptif kualitatif dipilih peneliti karena metode penelitian ini digunakan pada objek yang alamiah, dimana peneliti disini adalah instrument kunci dan lebih menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono, 2014: 1).

Fokus Penelitian

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu: Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retorik. Dengan judul-judul berita dari media *online* Kompas.com dan Detik.com sebagai berikut:

Kompas.com dengan judul berita :

1. Polisi: Es Kopi Vietnam Yang Diminum Mirna Dipesankan Oleh Temannya
2. Kuasa Hukum Jessica: Hani Juga Cicipi Kopi Mirna, Kenapa Tidak Mati?
3. Menanti Kejujuran Penaruh Sianida di Kopi Mirna
4. Berdasarkan Reaksinya, Jessica Diprediksi Sudah Tahu Ada Sianida di Kopi Mirna

Detik.com dengan judul berita :

1. Polisi: Kopi Yang Diminum Mirna Dipesankan Oleh Temannya
2. Pengacara Jessica: Hani Juga Minum Kopi Mirna, Kenapa Yang Satu Tewas?
3. Menanti Kejujuran Pembunuh Mirna: Keterangan Saksi dan CCTV Jadi Kunci
4. Pengacara Jessica ke Polisi: Kalau Berani, Buka CCTV ke Publik

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer dalam penelitian ini adalah hasil rekapan data-data berita dari pemberitaan Kasus Kopi Sianida Mirna di media *online* Kompas.com dan Detik.com.
2. Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah usaha yang dianggap relevan dalam pengumpulan data tidak terlepas dari obyek penelitian, maka diperlukan adanya sumber-sumber untuk melengkapi data penelitian sesuai dengan judul Analisis Framing Kasus Kopi Sianida Mirna di media

online Kompas.com dan Detik.com diantaranya dengan buku-buku, referensi, laporan jurnal, jurnal majalah, dan sumber berita diinternet.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data Tekstual, data diperoleh dengan metode dokumentasi, yaitu pemilihan dan pendokumentasian Kasus Kopi Sianida Mirna di media *online* Kompas.com dan Detik.com.
2. Penelitian Pustaka (*library research*), studi literature, mempelajari dan mengkaji literatur-literatur berupa buku, artikel, jurnal, maupun data dari berbagai pihak dan internet mengenai hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji.

Teknik Analisis Data

1. Sintaksis. Pada tahap ini perangkat framing nya adalah skema berita dan unit yang diamati adalah headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, dan penutup.
2. Skrip. Pada tahap skrip akan melihat lebih pada unsur kelengkapan berita. Unsur kelengkapan berita ini ditujukan untuk melihat bagaimana cara wartawan mengisahkan fakta. Unsur 5W+1H (*who, what, when, where, why, + how*) dan ini menjadi unit yang diamati.
3. Tematik. Pada tahap ini penelitian berusaha melihat cara wartawan menulis fakta. Adapun perangkat framing adalah detail, maksud kalimat, hubungan, nominalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti. Sedangkan unit yang akan diamati adalah paragraph dan proposisi.
4. Retoris. Pada tahap ini melihat bagaimana cara wartawan menekankan fakta. Adapun perangkat framing yang digunakan adalah leksikon, grafis, metaphor, dan pengandaian. Sedangkan unit yang diamati adalah kata, idiom, gambar/foto, dan grafik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kompas.com adalah salah satu pionir media *online* di Indonesia ketika pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. Mulanya, *Kompas Online* atau KOL yang diakses dengan alamat *kompas.co.id* hanya menampilkan replika dari berita-berita harian *Kompas* yang terbit hari itu. Tujuannya adalah memberikan layanan kepada para pembaca harian *Kompas* di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi *Kompas*. Kemudian tahun 1998 *Kompas Online* bertransformasi menjadi *Kompas.com* dengan berfokus pada pengembangan isi, desain, dan strategi pemasaran yang baru. *Kompas.com* pun memulai langkahnya sebagai portal berita terpercaya di Indonesia.

Pada tahun 1995, 2 wartawan kawakan dan 1 insinyur mempunyai ide untuk membuat website *online news* media, dan lahirlah *www.detik.com* yang secara resmi diluncurkan pada tahun 1998. Didorong oleh semangat kewirausahaan dan teknologi, dengan cepat *detik.com* tumbuh dari sebuah situs

berita sederhana menjadi situs yang matang sebagai perusahaan media baru pada tahun 2004. Diawaki oleh lebih dari 100 orang dalam ruang lingkup berita, Detik.com menyampaikan berita dari menit ke menit setiap peristiwa terkini dari seluruh bangsa.

Berita 1 Kompas.com dan Detik.com

Pada struktur sintaksis *Headline* dari kedua media ini sama-sama mengangkat tentang es kopi yang diminum Mirna dipesankan oleh temannya.

Dari unsur skrip kedua media sudah mengisahkan fakta yang ada secara lengkap dimana semua unsur dalam berita ini telah memenuhi kelengkapan 5W+1H.

Pada unsur tematik terdapat perbedaan pada kedua media ini, kalimat yang digunakan dalam berita 1 Kompas.com lebih ringan dan mudah dipahami, sedangkan Detik.com menggunakan kalimat yang cenderung lebih panjang dan berbelit dalam menyampaikan suatu maksud.

Pada struktur Retoris Kompas.com dan Detik.com sama-sama menonjolkan fakta bahwa teman Mirna adalah orang yang memesan kopi yang diminum Mirna, tapi Kompas.com terkesan seperti lebih menjaga *privacy* kedua teman Mirna dengan hanya menyebutkan inisial nama saja, yaitu dengan cara wartawan menggunakan idiom seperti penggunaan idiom “inisial” dan “S dan N”, Karena pada dasarnya, kompas.com dikembangkan dan dibuat oleh salah satu legenda jurnalis Indonesia, yaitu P.K Ojong, sehingga wartawan atau penulis berita juga mengikuti prinsip yang dianut dan juga dijaga, yaitu etika jurnalistik, jadi bisa dikatakan bahwa wartawan/penulis berita disini bersifat lebih objektif. Sedangkan Detik.com menjabarkan bahwa Jessica adalah orang yang memesan es kopi yang diminum Mirna sebelum dia meninggal, dan juga penggunaan idiom yang digunakan wartawan detik.com terlihat lebih terang-terangan tetapi menimbulkan banyak pertanyaan sehingga informasi yang ditampilkan didalam berita terlihat bias dan memicu rasa penasaran kepada pembaca, sehingga berita yang ditampilkan detik.com terkesan subjektif seakan-akan wartawan ingin memanaskan situasi sehingga berita tersebut lebih menarik dan dapat menarik lebih banyak minat baca masyarakat.

Berita 2 Kompas.com dan Detik.com

Pada struktur sintaksis, *headline* dari kedua media ini sama-sama mengangkat tentang kebingungan kuasa hukum Jessica mengenai kematian Wayan Mirna karena teman Mirna yang bernama Hani juga mencicipi kopi yang sama namun tidak meninggal. Narasumber kedua media ini juga sama, yaitu Yadi Wibowo selaku Pengacara Jessica, namun Kompas.com memiliki sumber lain yaitu Khrisna Murti.

Dari unsur skrip kedua media sudah mengisahkan fakta yang ada secara lengkap dimana semua unsur dalam berita ini telah memenuhi kelengkapan 5W+1H. Hal tersebut menandakan bahwa berita ini sudah memenuhi salah satu unsur menulis berita yang baik dan benar.

Pada unsur tematik terdapat persamaan yaitu hanya mengangkat satu tema

yang membahas tentang pembelaan dari Pengacara Jessica dengan mempertanyakan kenapa hanya Mirna yang meninggal karena meminum kopi. Wartawan Kompas.com dalam berita kedua ini menuliskan berita yang lebih detail karena memuat keterangan dari pihak Kepolisian, disebutkan juga bahwa selain Mirna dan Hani ada pegawai *café* yang juga mencicipi, namun Detik.com pada berita kedua ini dari awal hingga akhir hanya menuliskan berita tentang keterangan dari Pengacara Jessica.

Pada struktur retorik Kompas.com dan Detik.com sama-sama menonjolkan fakta tentang Hani dan pegawai *café* yang juga mencicipi kopi yang sama dengan Mirna namun kedua orang tersebut baik-baik saja tidak meninggal. Tapi dalam beritanya Kompas.com memberikan keterangan dari pihak kepolisian bahwa dua orang tersebut hanya mencicipi satu tetes kopi saja, bukan menyeruputnya sebanyak Mirna, itulah sebabnya Mirna meninggal dan kedua orang lainnya tidak apa-apa. Dari sini Kompas seperti mematahkan pernyataan Kuasa Hukum Jessica yang mengatakan Mirna meninggal bukan karena meminum es kopi, sedangkan tidak melakukan hal yang sama dalam menuliskan berita kedua ini.

Berita 3 Kompas.com dan Detik.com

Pada struktur sintaksis, Kompas.com dan Detik.com mengangkat *headline* yang berbeda, menginformasikan tentang perkembangan kasus yang masih belum menemukan tersangkanya. Narasumber dari kedua media ini juga sedikit berbeda, Kompas.com memuat keterangan dari Khrisna Murti dan Mohammad Iqbal dari pihak Kepolisian, kutipan narasumber tersebut adalah kutipan yang juga dipakai oleh media online lain dengan tema dan pemberitaan yang sama, sedangkan Detik.com memuat keterangan dari Khrisna Murti dan Yudi Wibowo selaku kuasa hukum Jessica sebagai narasumber yang sudah bisa dipastikan akan ada informasi yang bersifat membela Jessica.

Dari unsur skrip kedua media sudah mengisahkan fakta yang ada secara lengkap dimana semua unsur dalam berita ini telah memenuhi kelengkapan 5W+1H.

Pada unsur tematik terdapat perbedaan pada kedua media ini, dimana Kompas.com hanya mengangkat satu tema yaitu tentang pihak Kepolisian yang meminta untuk siapapun tersangka dalam kasus ini untuk bekerjasama memberikan keterangan yang sebenar-benarnya dan segera mengakui perbuatannya, sedangkan Detik.com mengangkat dua tema yaitu diawal berita membahas kronologis kejadian ini secara runtut lalu membahas tentang pemeriksaan beberapa orang saksi yang dimintai keterangan mengenai kasus ini dan juga rekaman CCTV yang dijadikan sebagai alat bukti dan kunci dalam penyelidikan kasus ini. Kompas.com menggunakan kalimat yang lebih ringan namun tidak se detail Detik.com.

Pada struktur retorik Kompas.com dan Detik.com memberitakan informasi yang hampir sama tetapi berbeda. Pada berita 3 Kompas.com ini wartawan terkesan lebih netral dalam menyampaikan informasi. Terlihat dari judul yang ditulis dan juga isi berita yang lebih banyak memuat tentang keterangan dari pihak-pihak berwenang yang menangani kasus ini sehingga informasi yang

disampaikan lebih akurat.

Berita 4 Kompas.com dan Detik.com

Pada struktur sintaks, Kompas.com dan Detik.com mengangkat *headline* yang sangat berbeda, Kompas.com menuliskan tentang Jessica yang sudah ditetapkan sebagai tersangka dikatakan sudah mengetahui bahwa terdapat sianida pada es kopi yang diminum Mirna, memperkuat bahwa Jessica adalah tersangka yang sebenarnya. Sedangkan Detik.com menuliskan tentang pembelaan Yudi Wibowo selaku kuasa hukum Jessica yang meminta kepada pihak Kepolisian untuk membuka CCTV ke public, hal ini secara tidak langsung membuat penetapan Jessica sebagai tersangka seperti dipertanyakan.

Dari unsur skrip kedua media sudah mengisahkan fakta yang ada secara lengkap dimana semua unsur dalam berita ini telah memenuhi kelengkapan 5W+1H. Hal tersebut sudah menandakan bahwa berita tersebut sudah memakai salah satu unsur untuk menulis berita yang dan benar pada umumnya.

Pada unsur tematik kedua media sama-sama mengangkat satu tema saja walaupun ada perbedaan yang cukup signifikan mengenai tema berita yang diangkat.

Dari unsur Retoris ditemukan perbedaan yang signifikan pada kedua media ini, Kompas.com dalam berita keempat ini cenderung berpihak kepada Mirna dengan menonjolkan fakta fakta mengenai keterangan dari seorang Ahli Pendeteksi Kebohongan yang memperkuat bahwa Jessica adalah tersangka. Sedangkan Detik.com menonjolkan protes dari kuasa hukum yang meminta pihak Kepolisian membuka CCTV kepada public agar penetapan kliennya sebagai tersangka bisa dibuktikan, sehingga terkesan lebih mendramatisir Hal tersebut juga didukung dengan penggunaan idiom dari masing-masing wartawan, idiom dan kata-kata yang digunakan.

PENUTUP

Kesimpulan

- a. Sintaksis: setelah dianalisis secara Sintaksis, kedua media online yaitu Kompas.com dan Detik.com memiliki beberapa kesamaan, namun dari segi narasumber beberapa kali terlihat perbedaan, kutipan narasumber yang dipilih oleh wartawan Kompas.com pada 4 berita yang sudah dianalisis mempunyai kesan yang lebih objektif, karena wartawan lebih melihat dan mengambil secara keseluruhan sudut pandang dalam kasus ini dalam hal ini, berbeda dengan Detik.com yang mempunyai cara berbeda dalam pemilihan narasumber yang terdapat pada 4 berita yang telah dianalisis, yaitu narasumber yang dimunculkan dalam berita ini setelah dianalisis lebih banyak diangkat dari keterangan Kuasa Hukum dari Jessica yang ditetapkan sebagai tersangka, sehingga kutipan narasumber yang di masukan oleh wartawan menjadikan berita ini lebih menarik dan terkesan subjektif. Hal tersebut tentu memiliki sebuah tujuan, pemilihan narasumber tersebut bertujuan untuk mendramatisir kasus tersebut dan menarik banyak pengakses, guna mencari lebih banyak keuntungan, atau bisa disebut subjektif karena bisnis

- b. Skrip: Setelah dianalisis secara skrip, kedua media online Kompas.com dan Detik.com mempunyai kesamaan, kedua media ini sudah menggunakan unsur 5W+1H dengan sangat baik.
- c. Tematik: Setelah di analisis secara tematik, kedua media *online* yaitu Kompas.com dan Detik.com mempunyai kemiripan yang bisa dikatakan hampir selaras dalam pengambilan tema dan pembahasan informasi, namun setelah di telaah lebih dalam, perbandingan dari kedua media tersebut cukup jelas, khususnya pada pemilihan kata-kata dan kalimat yang digunakan masing-masing media, dimana Kompas.com menggunakan kata-kata dan kalimat yang ringan namun lebih banyak memuat kutipan dari sumber-sumber ahli dan terpercaya sehingga membuat pembaca lebih objektif kepada pihak Mirna, sedangkan Detik.com terkadang menggunakan kalimat yang berbelit dan lebih banyak mengambil kutipan dari pihak Jessica. Hal tersebut tentu juga memiliki tuas tersendiri, yaitu mendramatisir kasus tersebut menjadi lebih menarik dan memanaskan situasi didalam berita
- d. Retoris: Secara retorik, kedua media *online* ini bisa dibilang memiliki perbedaan dalam pemilihan kata-kata dan idiom yang digunakan masing-masing media, pada pemilihan idiom dalam masing-masing berita yang di tulis oleh wartawan dari dua media yang berbeda tersebut juga memiliki perbedaan yang jelas, Kompas.com lebih objektif dalam pemilihan idiom sedangkan wartawan Detik.com lebih subjektif karena pemilihan idiom tersebut mempunyai maksud dan tujuan tertentu, idiom yang digunakan oleh wartawan Kompas.com lebih terlihat umum dan bahkan ada penggunaan diksi dan friksi yang bersifat akademis dan terkesan edukatif serta informatif, terkadang wartawan Kompas.com juga menyisipkan idiom yang hiperbola, namun tidak banyak. Berbeda dengan Detik.com yang terlihat subjektif pada pemilihan idiom yang dipilih wartawannya, idiom yang digunakan oleh wartawan Detik.com jika kita telusuri lebih dalam memiliki sifat yang hiperbola atau melebihi lebihkan informasi yang terkandung, hal tersebut mempunyai tujuan dan maksud tersendiri terkait pemilihan kata tersebut, yaitu untuk mendramatisir kasus yang ada dalam berita tersebut sehingga menarik lebih banyak pengakses dan mempengaruhi sisi bisnis dari Detik.com itu sendiri.

Saran

- a. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan konsep framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan pendekatan Deskriptif Interpretatif, dapat diketahui bahwa berita yang disajikan pada masing-masing media memiliki penyajian dan tujuan yang berbeda walaupun berita tersebut memiliki tema dan pembahasan yang sama dan diterbitkan di tanggal yang sama. Seyogyanya pembaca harus membaca berita dari berbagai media yang lain dan tidak bergantung kepada satu atau dua media saja, sehingga pembaca bisa memilah informasi dan mendapatkan konteks sebenarnya dari informasi di dalam berita-berita yang memiliki tema yang sama tersebut.
- b. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kedua wartawan pada dua

media tersebut memiliki prinsip atau kepentingan dan cara menulis berita yang berbeda sehingga ketika dibaca dengan sungguh-sungguh terlihat secara kontras bahwa Kompas.com lebih objektif dan Detik.com subjektif dalam pemberitaan Kasus Kopi Sianida. Seharusnya dalam menulis berita wartawan harus bersifat lebih objektif dalam menulis sebuah berita agar dapat menyampaikan beritanya secara netral tanpa adanya kepentingan yang mempengaruhi dalam penulisan sebuah berita, sehingga masyarakat yang membaca berita tersebut bisa mendapatkan informasi yang sebenarnya tanpa adanya bias dalam sebuah informasi.

- c. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kedua media tersebut menggunakan kata-kata dan pemilihan kalimat yang berbeda, pada berita-berita yang terdapat dalam Kompas.com terkesan lebih jelas dan *to the point*. Idiom juga terkesan lebih objektif sehingga tidak meninggalkan kesan apapun, berbeda dengan berita-berita yang disajikan Detik.com yang memasukkan idiom yang terkesan hiperbola dan mendramatisir berita demi tujuan tertentu sehingga terkesan subjektif. Seharusnya pembaca harus lebih bersikap kritis ketika membaca sebuah berita. Pembaca juga seharusnya bersikap lebih objektif dalam menilai suatu fenomena atau peristiwa yang sudah terjadi, sehingga lebih peka terhadap sebuah isu maupun informasi.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiatikomaldan Siti Karlinah, 2009. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosarektama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Bungin, M. Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Cengara, Hafied, 2011. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada.
- Cangara, Hafied, 2003 *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik*. Yogyakarta: LKis.
- Eriyanto, 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, 2014. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Oetomo, Jacob. 2006. *Sejarah Sosial Media*. Jakarta: Yayasan OBOR Indonesia.
- Santana, Septiawan. 2017. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisis Wacana, Analisis. Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta.
Sumadiria, AS Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sumber Berita:

Putera, Andri. 2016. *Polisi: Es Kopi Vietnam Yang Diminum Mirna Dipesan Oleh Temannya*.

Kompas.com.

(<https://megapolitan.kompas.com/Polisi.Es.Kopi.Vietnam.yang.Diminum.Mirna.Dipesan.oleh.Temannya>). Diakses pada tanggal 20 Desember 2018

Cahya, Kahfi. 2016. *Kuasa Hukum Jessica: Hani Juga Cicipi Kopi Mirna, Kenapa Tidak Mati?*. Kompas.com.

(<https://megapolitan.kompas.com/read/2016/01/19/15532511/Kuasa.Hukum.Jessica.Hani.Juga.Cicipi.Kopi.Mirna.Kenapa.Tidak.Mati>.) Diakses pada tanggal 20 Desember 2018.

Syatiri, Ana. 2016. *Menanti Kejujuran Penaruh Sianida di Kopi Mirna*. Kompas.com.

(<https://megapolitan.kompas.com/read/2016/01/25/06010001/Menanti.Kejujuran.Penaru.h.Sianida.di.Kopi.Mirna?page=all>). Diakses pada tanggal 20 Desember 2018.

Aziza, Kurnia. 2016. *Berdasarkan Reaksinya, Jessica Diprediksi Sudah Tahu Ada Sianida di Kopi Mirna*

Kompas.com

(<https://megapolitan.kompas.com/read/2016/01/31/15202041/Berdasarkan.Reaksinya.Jessica.Diprediksi.Sudah.Tahu.Ada.Sianida.di.Kopi.Mirna>). Diakses pada tanggal 20 Desember 2018.

Amelia, Mei. 2016. *Polisi: Kopi Yang Diminum Mirna Dipesankan Oleh Temannya*. Detik.com

([https://news.detik.com/berita/d-3114866/polisi-kopi-yang-diminum-mirna-dipesankan-oleh-temannya?_ga=2.100764550.624940881.1607407488-](https://news.detik.com/berita/d-3114866/polisi-kopi-yang-diminum-mirna-dipesankan-oleh-temannya?_ga=2.100764550.624940881.1607407488-1597373643.1593783348)

[1597373643.1593783348](https://news.detik.com/berita/d-3114866/polisi-kopi-yang-diminum-mirna-dipesankan-oleh-temannya?_ga=2.100764550.624940881.1607407488-1597373643.1593783348)).

Diakses pada tanggal 20 Desember 2020.

Amelia, Mei. 2016. *Pengacara Jessica: Hani Juga Minum Kopi Mirna, Kenapa Yang Satu Tewas?*. Detik.com.

([https://news.detik.com/berita/d-3122194/pengacara-jessica-hani-juga-minum-kopi-mirna-kenapa-yang-satu-tewas?_ga=2.21761330.828529330.1593958945-](https://news.detik.com/berita/d-3122194/pengacara-jessica-hani-juga-minum-kopi-mirna-kenapa-yang-satu-tewas?_ga=2.21761330.828529330.1593958945-1597373643.1593783348)

[1597373643.1593783348](https://news.detik.com/berita/d-3122194/pengacara-jessica-hani-juga-minum-kopi-mirna-kenapa-yang-satu-tewas?_ga=2.21761330.828529330.1593958945-1597373643.1593783348)).

Diakses pada tanggal 20 Desember 2018.

Amelia, Mei. 2016. *Menelusuri Kasus Pembunuhan Mirna: Keterangan Saksi Dan Cctv Jadi Kunci*.

Detik.com.([https://news.detik.com/berita/d-3127312/menelusuri-kasus-pembunuhan-mirna-keterangan-saksi-dan-cctv-jadi-](https://news.detik.com/berita/d-3127312/menelusuri-kasus-pembunuhan-mirna-keterangan-saksi-dan-cctv-jadi-kunci?_ga=2.85272094.624940881.1607407488-)

[kunci?_ga=2.85272094.624940881.1607407488-](https://news.detik.com/berita/d-3127312/menelusuri-kasus-pembunuhan-mirna-keterangan-saksi-dan-cctv-jadi-kunci?_ga=2.85272094.624940881.1607407488-)

1597373643.1593783348). Diakses pada tanggal 20 Desember 2018.
Kusuma, Edward. 2016. *Pengacara Jessica Ke Polisi: Kalau Berani, Buka Cctv Ke Publik*. Detik.com.
(https://news.detik.com/berita/d-3131212/pengacara-jessica-ke-polisi-kalau-berani-buka-cctv-ke-publik?_ga=2.63826214.828529330.1593958945-1597373643.1593783348). Diakses pada tanggal 20 Desember 201