



Analisis *Framing* Pemberitaan Pariwisata Kal-Tim Pada Media Online Detik.Com dan Tribunkaltim.Co

Jihan Nurhaliza ^{1*}, Jaka Farih Agustian ², Johantan Alfando WS ³, Rina Juwita ⁴

^{1*,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 3 March 2024
Received in revised form
15 April 2024
Accepted 1 May 2024
Available online July 2024.

DOI:

<https://doi.org/10.35870/jtik.v8i3.2469>

Keywords:

Framing Analysis; Tourism;
Online Media.

Kata Kunci:

Analisis Framing; Pariwisata;
Media Online.

abstract

The purpose of this research is to analyze the framing of Kal-Tim tourism news on online media Detik.Com and Tribunkaltim.Co. This research method is qualitative. This research uses the framing analysis model of Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki. The data sources used are secondary data sources. The data collection techniques used in this research are through documentation and observation (observation). The results of this study are that the framing of tourism news in East Kalimantan by online media Detik.com and TribunKaltim.co, shows that both consistently adopt the framing of sustainable development and economic improvement of local communities. Detik.com, through its news stories that include titles such as "Don't Expect Disneyland-like Tourism in IKN" and "Tourism Concept in the Archipelago's Capital City Will Be 'Green-green,'" emphasizes aspects of environmental preservation and sustainable development. In line with that, TribunKaltim.co also strengthens the framing of sustainable development with a focus on ecotourism and environmental preservation. Both media actively provide support for the development of the Indonesia Nusantara Special Economic Zone (KEK) in East Kalimantan, creating a positive narrative regarding the economic potential and environmental preservation that can be generated through the development of the tourism sector.

abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Framing pemberitaan pariwisata Kal-Tim pada media online Detik.Com dan Tribunkaltim.Co. Metode penelitian ini ialah kualitatif, Penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui dokumentasi dan observasi (pengamatan). Hasil penelitian ini ialah bahwa framing pemberitaan pariwisata di Kalimantan Timur oleh media online Detik.com dan TribunKaltim.co, menunjukkan bahwa keduanya secara konsisten mengadopsi framing pembangunan berkelanjutan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal. Detik.com, melalui berita-beritanya yang mencakup judul seperti "Jangan Harap Ada Wisata Seperti Disneyland di IKN" dan "Konsep Wisata di Ibu Kota Nusantara Nantinya 'Hijau-hijau,'" menekankan aspek pelestarian lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan. Sejalan dengan itu, TribunKaltim.co juga memperkuat framing pembangunan berkelanjutan dengan fokus pada ekowisata dan pelestarian lingkungan. Kedua media ini secara aktif memberikan dukungan untuk pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Indonesia Nusantara (IKN) di Kalimantan Timur, menciptakan naratif positif mengenai potensi ekonomi dan pelestarian lingkungan yang dapat dihasilkan melalui pengembangan sektor pariwisata.

Corresponding Author. Email: zihanjee@gmail.com ^{1}.

© E-ISSN: 2580-1643.

Copyright © 2024 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISE'I). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 



ACM Computing Classification System (CCS)

EBSCOhost

Communication and Mass Media Complete (CMMC)

1. Latar Belakang

Media massa adalah segala bentuk media yang memiliki kemampuan untuk menjangkau banyak orang secara bersamaan, baik itu media cetak, elektronik, maupun online [1]. Menurut Effendy (2015), media massa dapat didefinisikan sebagai "saluran komunikasi massal yang memiliki jangkauan dan pengaruh yang sangat luas terhadap masyarakat dalam suatu wilayah atau negara". Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan membentuk opini masyarakat. Fungsi media massa adalah sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan, dan sebagai pembentuk opini masyarakat. Menurut Nurudin (2016), fungsi media massa adalah "sebagai jembatan penghubung antara pemerintah dan masyarakat, sebagai kontrol sosial terhadap kebijakan publik, sebagai sarana untuk membentuk opini publik, dan sebagai agen sosialisasi bagi masyarakat" [2]. Data kenaikan penggunaan media massa di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan media massa semakin meningkat dari tahun ke tahun. Menurut hasil survei (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019), terdapat kenaikan penggunaan media sosial di Indonesia sebesar 15,8 persen pada tahun 2019, dengan jumlah pengguna mencapai 150 juta orang. Selain itu, survei juga menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, dengan jumlah pengguna mencapai 171,17 juta orang pada tahun 2020 [3].

Media massa di Indonesia memiliki peran penting sebagai sarana penyampaian berita kepada masyarakat. Menurut Aliansi Jurnalis Independen (2018), media massa di Indonesia merupakan "sumber informasi utama bagi masyarakat, baik itu informasi lokal, nasional, maupun internasional". Melalui media massa, masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi terbaru mengenai kejadian yang sedang terjadi di sekitar mereka. Selain itu, media massa juga memiliki peran penting sebagai pengawas kebijakan publik dan sebagai pembentuk opini masyarakat. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (2020), media massa memiliki fungsi sebagai "penghubung antara pemerintah dan masyarakat, sebagai kontrol sosial terhadap kebijakan publik, dan sebagai sarana untuk membentuk opini publik".

Pemberitaan yang ada di dalam media massa dapat berupa berita, opini, feature, atau editorial. Pemberitaan tersebut dihasilkan melalui proses jurnalistik yang meliputi pengumpulan informasi, seleksi, penulisan, penyuntingan, dan publikasi. Menurut Rahayu & Darma (2019), pemberitaan media massa merupakan "produk jurnalistik yang melibatkan sejumlah proses yang kompleks, mulai dari penyusunan konsep berita hingga pengiriman berita ke media massa yang dituju". Pemberitaan media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan membentuk opini publik [4]. Sebagai sumber informasi utama, pemberitaan media massa juga memiliki pengaruh besar terhadap pandangan dan sikap masyarakat terhadap suatu isu. Media massa telah mengalami perubahan signifikan dengan migrasi ke ranah *online*. Dalam beberapa tahun terakhir, media massa *online* atau media digital semakin berkembang pesat di Indonesia [5]. Migrasi ke ranah *online* ini memungkinkan media massa untuk menjangkau lebih banyak pembaca dan pemirsa di seluruh dunia, serta memberikan kemudahan akses bagi pengguna internet. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta orang atau sekitar 73,7% dari total populasi penduduk. Dengan jumlah pengguna internet yang semakin besar, media massa *online* menjadi semakin penting sebagai sarana informasi dan komunikasi [6].

Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Media Online terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Indonesia" oleh (Maharani, 2019). Penulis memaparkan bahwa media *online* memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat terutama generasi muda. Penulis juga menunjukkan bahwa media *online* memungkinkan remaja untuk terus mengikuti perkembangan informasi dan berita terkini, serta memperluas wawasan mereka tentang berbagai hal. Kalimantan Timur, sebagai salah satu provinsi di Indonesia, menonjol dengan kekayaan alam dan keanekaragaman budaya. Destinasi wisata di Kalimantan Timur tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga memamerkan warisan budaya suku Dayak, menawarkan petualangan alam yang menarik, dan memperkenalkan keunikan masyarakat setempat [7]. Keindahan Pulau Derawan, hutan hujan tropis, sungai Mahakam, dan desa-desa adat Dayak menjadi daya tarik utama bagi para

wisatawan. Pada Pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) di wilayah Penajam Paser Utara, Kalimantan Timur membawa implikasi pada berbagai sektor, antara lain pariwisata. Perihal pengembangan pariwisata, pihak pemerintah daerah maupun penduduk lokal tentunya perlu menyambut baik dan bersinergi dalam pengembangan pariwisata ini. Tidak dapat dipungkiri dengan pemindahan ibu kota negara, maka jumlah pendatang akan meningkat dan sektor pariwisata perlu dilakukan pengembangan karena bidang pariwisata ini merupakan salah satu bidang yang dapat menghasilkan devisa cukup besar serta peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan memungkinkan mengundang para investor untuk bergabung pada pembangunan pariwisata di IKN [8].

Isu-isu yang muncul dalam pemberitaan pariwisata di Kalimantan Timur mungkin mencakup aspek-aspek seperti keberlanjutan lingkungan, perkembangan infrastruktur pariwisata, promosi destinasi, partisipasi masyarakat lokal, dan aspek budaya. Mengetahui bagaimana media mengangkat dan menyajikan isu-isu ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang fokus pemberitaan dan potensi dampaknya. Detikcom adalah media digital terpopuler dan terbesar di Indonesia dengan konsep breaking news yang menyajikan informasi peristiwa terkini dan gaya hidup. Kini detikcom juga bertransformasi menjadi gerbang semua layanan di dalam ekosistem CT Corp. Domain detik.com aktif sejak tanggal 29 Mei 1998, namun mulai *online* dengan konten berita pada tanggal 9 Juli 1998, didirikan oleh Budiono Darsono (eks wartawan tempo & Tabloid detik), Yayan Sopyan (eks wartawan Tabloid detik), Abdul Rahman (eks wartawan SWA) dan Didi Nugrahadi, detikcom dibangun dengan ide awal untuk menghadirkan berita terkini secara berkesinambungan [9].

Update berita tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan bahkan bulanan, namun menyajikan informasi dengan konsep Breaking News. Ruang kecil di bawah balkon stadion Lebak Bulus dipilih sebagai kantor pertama redaksi detikcom pada saat itu. Pada 3 Agustus 2011, detikcom resmi diakuisisi oleh Transmedia di bawah grup perusahaan CT Corp yang didirikan oleh Chairul Tanjung. Selaku pemilik baru, Chairul Tanjung tetap mempertahankan detikcom sebagai media independen dan netral. Dengan semangat

inovasi, kreativitas dan entrepreneurship menjadi pedoman dalam menjalankan roda bisnis detikcom. Berawal dari pengakses ratusan ribu per hari, detikcom semakin melesat menjadi media online dengan pengakses jutaan setiap harinya dan pengiklan terbesar di Indonesia. detikcom terus berinovasi dan melakukan transformasi menjadi beyond media. PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom) yang sebelumnya menjadi nama perusahaan naungan detikcom berubah menjadi PT Trans Digital Media. Perubahan nama perusahaan tersebut menjadikan detikcom bukan sebagai media digital satu-satunya yang dimiliki oleh PT Trans Digital Media, namun berkembang menjadi keluarga jaringan media bernama Detik Network [10]. Situs webnya membahas berbagai topik seperti politik, ekonomi, hukum, teknologi, olahraga, hiburan, dan tentu saja pariwisata. Beberapa contoh pemberitaan yang dilakukan oleh Detik.com terkait dengan Kalimantan timur, antara lain terkait dengan isu lingkungan, politik, dan ekonomi. Misalnya, pada Oktober 2023, Detik.com menyoroti berita Ibu Kota Nusantara (IKN) tengah dalam pembangunan yang masif. Namun, pemerintah belum melirik wisata buatan seperti Disneyland untuk urusan kepariwisataannya. (Detik.com, 2023).

Selain itu, Detik.com juga melaporkan tentang wisata di Maratua kurang wisatawan pada September 2022. (CNN, 2022) [11]. Situs berita TribunKaltim.co adalah bagian dari situs nomor satu di Indonesia Tribunnews.com Network. TribunKaltim.co berkantor pusat di Balikpapan, Kalimantan Timur menyajikan berita-berita terkini dari jaringan wartawan Tribun yang tersebar di wilayah Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara (Balikpapan, Samarinda, Penajam Paser Utara, Kutai Kartanegara, Paser, Kutai Timur, Kutai Barat, Mahakam Ulu, Berau, Bontang, Bulungan, Tarakan, Malinau, Tana Tidung, dan Nunukan). Selain berita-berita terkini di wilayah lokal Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara, TribunKaltim.co juga menyajikan berita-berita nasional, gaya hidup, selebritas, dan olahraga. TribunKaltim.co juga menyajikan informasi melalui media sosial di antaranya via jejaring Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nina dan Dewanti (2020) berjudul "Analisis Framing Pemberitaan Pariwisata NTB Pada Media Online Lombok Post Grup Untuk Meningkatkan Minat Wisatawan Pada Masa Pandemi

Covid-19". Penulis melakukan penelitian pada 3 media massa online lokal Lombok post grup yaitu Lombok Post, Radar Lombok dan Radar Mandalika. Pada penelitian tersebut penulis menganalisis pemberitaan pariwisata di NTB dengan menggunakan analisis framing. Penulis menganalisa sudut pandang jurnalis dari ketiga anak perusahaan Lombok post grup [12].

Pada penelitian ini peneliti akan melakukan analisis framing pemberitaan di Detik.com dan Tribunkaltim.co. Analisis framing adalah versi terbaru dari analisis wacana, terkhusus pada analisis teks media. Analisis framing menekankan bahwa cara berita disajikan dalam media mempengaruhi persepsi dan pemahaman publik. Melalui analisis ini, dapat dilihat bagaimana berita di media tentang pariwisata Kalimantan Timur yang diinterpretasikan menggunakan kerangka teori framing ini berdampak pada citra destinasi pariwisata di mata masyarakat [13]. Terkait banyaknya pemberitaan pariwisata di Kalimantan Timur juga dikarenakan oleh Rancangan Undang-Undang tentang Ibu Kota Negara (RUU IKN) yang telah disahkan dan diundangkan menjadi Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2022 tentang Ibu Kota Negara (UU IKN) pada tanggal 15 Februari 2022. Pariwisata di Kalimantan Timur mulai di lirik oleh media massa melalui pemberitaan dari aspek ekonomi, destinasi wisata, transportasi, keberlanjutan, sosial dan budaya. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis Framing Pemberitaan Pariwisata Kal-Tim Pada Media Online Detik.com Dan Tribunkaltim.Co.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ialah kualitatif, karena penelitian ini lebih berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk teks, seperti artikel-artikel terkait pariwisata di Kalimantan timur yang diterbitkan di Detik.com dan Tribunkaltim.co. Penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model framing yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Model itu sendiri diperkenalkan lewat suatu tulisan di Jurnal Political Communication. Tulisan itu semula adalah makalah yang dipresentasikan pada Konvensi Asosiasi Komunikasi Internasional di

Florida. Bagi Pan dan Kosicki, analisis framing ini dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media disamping analisis isi kuantitatif. Analisis framing dilihat sebagaimana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosiasikan. Menurut Pan dan Kosicki, ada perbedaan topik dengan tema. Tema merupakan gagasan yang menghubungkan bagian-bagian makna yang berbeda-beda ke dalam keseluruhan cerita yang koheren. Dimensi struktur pendekatan framing menurut analisis model Pan dan Kosicki memiliki empat dimensi yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik.

Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin mempelajari bagaimana media massa membentuk citra pariwisata di Kalimantan Timur pada masyarakat melalui pemberitaan tentang pariwisata DI Kalimantan Timur di Detik.com dan Tribunkaltim.co. hasil penelitian diharapkan dapat memberi pemahaman bagi publik dalam memahami teknik framing berita di media tentang pariwisata Kalimantan Timur yang diinterpretasikan menggunakan kerangka teori framing ini berdampak pada citra destinasi pariwisata di mata masyarakat. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemberitaan di media tentang pariwisata Kalimantan Timur berdampak pada citra destinasi pariwisata di mata masyarakat dengan menggunakan analisis framing pemberitaan tentang pariwisata Kalimantan timur pada media online Detik.com dan Tribunkaltim.co. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi analisis framing dan pola pemberitaan media massa dalam membentuk citra pariwisata di Kalimantan Timur pada masyarakat melalui pemberitaan pada media online Detik.com dan Tribunkaltim.co.

Dengan demikian, fokus penelitian ini akan berada pada bagaimana media online tersebut menggunakan bahasa dan gambar untuk menggambarkan pariwisata Kalimantan timur, dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pariwisata di Kalimantan Timur secara keseluruhan dan untuk membatasi studi sehingga memudahkan peneliti dalam pengolahan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Melalui pendekatan analisis framing model Zhongdang pan & Gerald M Kosicki, peneliti akan mencoba untuk memberikan gambaran yang mendalam dan detail tentang pola

pemberitaan media massa terkait pariwisata Kalimantan Timur pada Detik.com dan Tribunkaltim.co. analisis framing model Zhongdang Pan & Gerald M Kosicki memiliki 4 dimensi struktural framing yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yaitu dokumen-dokumen yang terkait dengan pemberitaan pariwisata Kalimantan timur pada media online Detik.com dan Tribunkaltim.co.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui dokumentasi dan observasi (pengamatan). Kedua Teknik pengumpulan data ini diharapkan dapat saling melengkapi, sehingga diperoleh informasi yang diharapkan. Pada penelitian ini berfokus pada media online serta menganalisis struktur isi teks berita, analisis yang terdapat pada teori Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis ini berfokus di media online Detik.com dan Tribunkaltim.co dalam pemberitaan tersebut sama-sama membahas tentang pariwisata Kalimantan timur, menggunakan teori Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Sehingga dapat mengetahui cara media online Detik.com dan Tribunkaltim.co untuk melihat bagaimana berita disajikan dalam media mempengaruhi persepsi dan pemahaman publik. Dalam model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, framing memiliki 4 dimensi struktural framing yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Setiap perangkat memiliki perbedaan-perbedaan dalam media yang diamati.

3. Hasil dan Pembahasan

Interpretasi Framing Zhongdang Kosicki pada Media Detik.com

Penelitian analisis *framing* pemberitaan pariwisata di Kalimantan Timur (Kal-Tim) pada media *online* Detik.com menjadi kajian yang esensial dalam memahami bagaimana media massa membentuk naratif dan persepsi publik mengenai isu tersebut. Teori *framing* Zhongdang Kosicki menjadi dasar utama untuk menjelaskan bagaimana media massa, dalam hal ini Detik.com, memilih dan menyederhanakan informasi guna menciptakan makna tertentu. Dalam mengkaji pemberitaan pariwisata di Kal-Tim, terutama terkait dengan pembangunan Kawasan Ibu Kota Nusantara (IKN),

Detik.com menonjolkan *framing* pembangunan berkelanjutan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal. *Framing* pembangunan berkelanjutan dapat diidentifikasi melalui berbagai berita yang diterbitkan oleh Detik.com. Sebagai contoh, berita dengan judul "Jangan Harap Ada Wisata Seperti Disneyland di IKN" menegaskan fokus pada pembangunan wisata yang berorientasi pada alam dan tidak merusak lingkungan. Penggunaan frasa seperti "hijau-hijau" dan "*sustainable forest city*" memberikan kesan bahwa pembangunan wisata di IKN akan berjalan sejalan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dan pelestarian lingkungan.

Berita lain yang berjudul "Konsep Wisata di Ibu Kota Nusantara Nantinya 'Hijau-hijau'" mendetailkan konsep *sustainable forest city* di IKN, dengan 65% lahan tetap sebagai hutan tropis. *Framing* ini menunjukkan bahwa pembangunan IKN akan mengutamakan pelestarian lingkungan alam, menciptakan citra positif terkait dengan upaya pelestarian sumber daya alam di tengah-tengah pembangunan infrastruktur. Selain itu, berita berjudul "Kembangkan Wisata IKN, Otorita dan Kemenparekraf Nemuin Komunitas" mencerminkan *framing* pembangunan berkelanjutan dengan menyoroti upaya Kemenparekraf dan Otorita IKN untuk mengembangkan potensi wisata dengan melibatkan komunitas lokal. Hal ini menunjukkan bahwa *framing* tersebut tidak hanya menyoroti aspek lingkungan tetapi juga pelestarian budaya dan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata.

Framing pembangunan berkelanjutan ini memberikan implikasi positif bagi masyarakat. Melalui *framing* ini, Detik.com menciptakan optimisme bahwa pembangunan IKN akan memberikan manfaat positif bagi lingkungan dan masyarakat lokal. Masyarakat cenderung melihat bahwa pembangunan IKN tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan pelestarian budaya lokal. Di sisi lain, *framing* peningkatan ekonomi masyarakat lokal juga mendapat perhatian yang signifikan dalam pemberitaan Detik.com. Berita dengan judul "Tak Cuma Pusat Pemerintahan, IKN Juga Geber Pembangunan Wisata" menyoroti potensi pembangunan wisata di IKN sebagai peluang bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan perekonomian mereka. Dengan menekankan bahwa pembangunan

wisata tidak hanya terfokus pada pusat pemerintahan, Detik.com memberikan pesan bahwa manfaat ekonomi akan tersebar luas di kalangan masyarakat lokal. Berita lain seperti "Anak BUMN Bikin Ekonomi Warga Desa Naik Kelas Lewat Pariwisata, Ini Caranya" mencerminkan upaya Pupuk Kaltim dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Malahing melalui pengembangan pariwisata. *Framing* ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan pariwisata tidak hanya melibatkan sektor swasta tetapi juga sektor BUMN, menambah dimensi positif terkait manfaat ekonomi yang dapat dihasilkan dari pembangunan IKN.

Framing peningkatan ekonomi masyarakat lokal ini memberikan harapan kepada masyarakat bahwa pembangunan IKN akan membuka peluang baru bagi mereka untuk meningkatkan taraf hidup secara ekonomi. Masyarakat akan melihat pembangunan IKN sebagai cara untuk menciptakan peluang pekerjaan dan meningkatkan potensi penghasilan mereka melalui sektor pariwisata. Artinya, *framing* yang dilakukan oleh media massa, dalam hal ini Detik.com, dapat dilihat sebagai proses konstruksi sosial. Konstruksi sosial adalah proses di mana masyarakat menciptakan makna atas realitas, dan media massa memiliki peran sentral dalam membentuk pemahaman bersama masyarakat terhadap suatu isu. *Framing* pembangunan berkelanjutan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal yang dilakukan oleh Detik.com adalah upaya untuk menciptakan makna positif atas pembangunan IKN.

Dalam interaksi dengan teori konstruksi sosial, *framing* tersebut menciptakan naratif yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembangunan IKN sebagai wisata yang dikembangkan nantinya di Samarinda. Masyarakat yang terpapar *framing* ini cenderung memiliki persepsi positif terhadap pembangunan IKN. Mereka akan melihatnya sebagai langkah positif yang tidak hanya membawa kemajuan ekonomi tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan keterlibatan komunitas. Namun, tidak dipungkiri bahwa *framing* bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat. Persepsi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti pengalaman pribadi, pengetahuan, dan nilai-nilai yang dianut oleh individu. Oleh karena itu, sementara

framing dapat membentuk pemahaman bersama, faktor-faktor lain juga berperan penting dalam membentuk pandangan dan sikap masyarakat terhadap suatu isu. Sebab, asumsi teori konstruksi sosial menekankan bahwa realitas sosial tidak bersifat tetap atau objektif, tetapi terbentuk melalui interaksi sosial dan interpretasi bersama (Puji, 2016).

Dalam media massa, sebagai agen konstruksi sosial, membantu membentuk makna dan persepsi bersama terkait isu pariwisata dan pembangunan IKN. Namun, masih berkaitan dengan teori konstruksi sosial menunjukkan bahwa realitas sosial yang dibentuk oleh media tidak selalu mencerminkan realitas yang sebenarnya. *Framing* yang dipilih oleh media dapat mempengaruhi cara masyarakat memandang suatu isu tanpa memberikan gambaran lengkap dari berbagai sudut pandang. Oleh karena itu, konsumen media perlu mengembangkan literasi media yang baik untuk membaca dan menginterpretasi *framing-framing* ini dengan lebih kritis.

Interpretasi Framing Zhongdang Kosicki pada Media TribunnewsKaltim

Analisis *framing* pemberitaan pariwisata Kalimantan Timur (Kal-Tim) dalam media online TribunKaltim.co, dengan menggunakan lensa teori konstruksi sosial, memberikan gambaran yang mendalam tentang bagaimana media membentuk pemahaman dan persepsi publik terhadap pariwisata di wilayah tersebut. Teori konstruksi sosial, yang mendasarkan diri pada pemahaman bahwa realitas sosial tidak ditemukan secara objektif tetapi dibentuk secara aktif melalui interpretasi dan representasi, memberikan kerangka konseptual yang relevan untuk menjelaskan bagaimana media membentuk naratif tentang pariwisata.

Framing yang diadopsi oleh TribunKaltim.co tidak hanya mencerminkan pemberitaan berita, melainkan menjadi alat konstruksi sosial yang kuat untuk membentuk pemahaman masyarakat tentang pariwisata Kal-Tim. Dua aspek krusial yang muncul dari analisis ini adalah *framing* pembangunan berkelanjutan dan *framing* peningkatan ekonomi masyarakat lokal. *Framing* pembangunan berkelanjutan tercermin dalam penggunaan istilah-istilah seperti "ekowisata," "pelestarian lingkungan," dan "kearifan lokal" dalam pemberitaan. Sebagai

contoh, dalam berita yang membahas dukungan Sandiaga Uno terhadap konsep wisata di kawasan IKN Nusantara, TribunKaltim.co menonjolkan aspek ekowisata dengan menggambarkan bahwa konsep wisata tersebut akan berbasis alam. Dalam berita lain yang menyoroti pembangunan pelabuhan wisata di IKN Nusantara, penekanan pada konsep ramah lingkungan menjadi sorotan yang menegaskan komitmen pada pembangunan yang berkelanjutan.

Framing peningkatan ekonomi masyarakat lokal tercermin dalam penggunaan istilah-istilah seperti "potensi wisata," "pemberdayaan masyarakat," dan "kesejahteraan masyarakat" dalam pemberitaan. Dalam salah satu berita, TribunKaltim.co mencatat bahwa Pemerintah Kabupaten Kutai Barat (Pemkab Kubar) mengajak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Berau untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) guna memanfaatkan potensi pariwisata di daerah tersebut. Dalam berita lain yang menyoroti prestasi Kampung Dumaring di Berau yang meraih penghargaan di Anugerah Desa Wisata Nusantara 2023, TribunKaltim.co menggambarkan bagaimana pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Namun, *framing-framing* tersebut tidak hanya mencerminkan realitas, melainkan juga mengandung agenda tersirat, khususnya dukungan terhadap pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Indonesia Nusantara (IKN) di Kalimantan Timur. TribunKaltim.co berperan aktif dalam menyampaikan pesan bahwa pariwisata dapat menjadi sektor ekonomi yang signifikan di IKN Nusantara. Dengan demikian, analisis *framing* ini menyoroti bahwa media tidak hanya berperan sebagai penyalur informasi, tetapi juga sebagai agen yang turut membentuk naratif dan memberikan arah pada cara masyarakat memahami peran dan dampak pariwisata dalam pembangunan regional dan nasional.

Framing-framing tersebut mampu menjadi alat efektif dalam membentuk persepsi publik (Subakti & Waluyo, 2022). Konsep konstruksi sosial dalam teori ini memberikan wawasan bahwa media tidak hanya merepresentasikan peristiwa, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk naratif yang dapat memberikan arah pada bagaimana masyarakat memandang pariwisata di Kalimantan Timur. Dengan menggabungkan teori konstruksi sosial

dengan analisis *framing*, dapat dipahami bahwa media bukan hanya penonton pasif, melainkan aktor penting dalam proses pembentukan realitas sosial. Sebagai contoh konkret, *framing* pembangunan berkelanjutan membantu membentuk citra bahwa pariwisata di Kalimantan Timur tidak hanya sekadar industri hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk pelestarian lingkungan dan kearifan lokal. Begitu pula dengan *framing* peningkatan ekonomi masyarakat lokal yang menciptakan naratif bahwa pariwisata dapat menjadi mesin penggerak perekonomian yang memberdayakan masyarakat setempat. Pentingnya analisis *framing* dalam teori konstruksi sosial juga termanifestasi dalam cara media membentuk persepsi terhadap potensi pariwisata. Dalam beberapa berita, potensi pariwisata di Kalimantan Timur digambarkan sebagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas SDM mereka. Dengan membangun naratif ini, media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mengarahkan perhatian publik pada potensi-potensi positif yang dapat dihasilkan oleh pengembangan sektor pariwisata.

Namun, *framing-framing* ini juga bersifat selektif. Ada potensi bahwa beberapa aspek atau dampak negatif dari pengembangan pariwisata tidak mendapatkan sorotan yang sama. Pentingnya untuk mempertimbangkan peran audiens dalam konstruksi sosial ini. Bagaimana masyarakat menanggapi, menginterpretasi, dan menggunakan informasi yang disajikan oleh media juga memainkan peran penting dalam membentuk realitas sosial. Sebagai contoh, bagaimana masyarakat Kalimantan Timur merespons *framing-framing* ini dapat mempengaruhi bagaimana mereka berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata di wilayah mereka. Oleh karena itu, analisis *framing* ini dapat menjadi dasar untuk memahami dinamika interaksi antara media, masyarakat, dan pembuat kebijakan dalam pariwisata Kalimantan Timur. Melalui analisis ini, dapat dilihat bahwa media, melalui *framing-framing*-nya, tidak hanya menyajikan fakta atau peristiwa, tetapi juga memberikan interpretasi tertentu dan mempromosikan nilai-nilai tertentu terkait dengan pariwisata. Ini menciptakan naratif tertentu yang dapat membentuk persepsi publik, memengaruhi sikap masyarakat, dan bahkan turut serta dalam membentuk kebijakan terkait pariwisata.

Dalam pembangunan berkelanjutan, media berpotensi menjadi mitra yang kuat dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya melestarikan lingkungan dan kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata. Namun, seiring dengan potensi positifnya, perlu juga kewaspadaan terhadap potensi bias atau ketidakseimbangan dalam penyajian informasi. Karenanya, masyarakat perlu dilibatkan secara aktif dalam mengonsumsi informasi dan mengembangkan literasi media agar dapat membaca *framing-framing* yang disajikan oleh media dengan lebih kritis

Dengan demikian, analisis *framing* pemberitaan pariwisata Kalimantan Timur dalam media *online* TribunKaltim.co menunjukkan bahwa media tidak hanya sebagai penyampai informasi tetapi juga sebagai pembentuk realitas sosial. Teori konstruksi sosial memberikan pandangan yang bermanfaat dalam memahami peran media dalam membentuk naratif, nilai-nilai, dan persepsi terhadap pariwisata. Sebagai konsekuensinya, masyarakat perlu untuk mengembangkan literasi media yang baik agar dapat membaca, menginterpretasi, dan merespons *framing-framing* media dengan lebih kritis, sekaligus memahami bahwa realitas sosial tidak selalu objektif, melainkan juga hasil dari proses konstruksi sosial yang melibatkan interaksi kompleks antara media, pembuat kebijakan, dan masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh bahwa *framing* pemberitaan pariwisata di Kalimantan Timur oleh media online Detik.com dan TribunKaltim.co, menunjukkan bahwa keduanya secara konsisten mengadopsi *framing* pembangunan berkelanjutan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal. Detik.com, melalui berita-beritanya yang mencakup judul seperti "Jangan Harap Ada Wisata Seperti Disneyland di IKN" dan "Konsep Wisata di Ibu Kota Nusantara Nantinya 'Hijau-hijau,'" menekankan aspek pelestarian lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan. Sejalan dengan itu, TribunKaltim.co juga memperkuat *framing* pembangunan berkelanjutan dengan fokus pada ekowisata dan pelestarian lingkungan. Kedua media ini secara aktif memberikan dukungan untuk pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Indonesia

Nusantara (IKN) di Kalimantan Timur, menciptakan naratif positif mengenai potensi ekonomi dan pelestarian lingkungan yang dapat dihasilkan melalui pengembangan sektor pariwisata.

5. Daftar Pustaka

- [1] Anholt, S. (2008). Place branding: Is it marketing, or isn't it?. *Place branding and public diplomacy*, 4(1), 1-6. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000088>.
- [2] Effendy, O. U. (2011). Ilmu komunikasi teori dan praktek.
- [3] Hakim, L., & Sa'idah, M. (2022). PEMBINGKAIAN MEDIA ONLINE TENTANG KOREAN WAVE. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 11(2), 63-77. DOI: <https://doi.org/10.35457/translitera.v11i2.2406>.
- [4] Karman, K. (2013). Media dan Konstruksi Realitas. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 27-46.
- [5] Maharani, Y. D. L. (2019). *Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare korea* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- [6] Moy, P., Tewksbury, D., & Rinke, E. M. (2016). Agenda-setting, priming, and framing. *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*, 1-13.
- [7] Nina, N., & Dewanti, L. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Pariwisata NTB Pada Media Online Lombok Post Grup untuk Meningkatkan Minat Wisatawan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmial Hospitality*, 9(2), 219-226.
- [8] Hidayat, D. N. (2007). Pengantar komunikasi massa. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- [9] Pratiwi, A. (2018). Konstruksi realitas dan media massa (Analisis framing pemberitaan

- LGBT di Republika dan BBC News model Robert N. Entman). *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam*, 19(1), 50-71.
DOI: <https://doi.org/10.14421/thaq.2018.%25x>.
- [10] Santoso, P. (2016). Konstruksi sosial media massa. *AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(1).
DOI: <http://dx.doi.org/10.37064/ab.jki.v1i1.505>.
- [11] Romdani, L. (2021). Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(2), 116-123.
- [12] Raphael, C. (2006). Interpersonal divide: The search for community in a technological age-by Michael Bugeja.
- [13] Subakti, D. R., & Waluyo, L. S. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Vaksin Covid-19 Oxford-Astrazeneca di Indonesia. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 2(2), 78-85.
DOI: <https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i2.2820>.