

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu program unggulan yang diusung oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, adalah kebijakan makan siang gratis, dalam konteks pemilihan presiden tahun 2024 yang baru saja dilakukan pada 14 Februari 2024 kemarin. Program ini bertujuan untuk meningkatkan gizi anak, pengurangan kelaparan, peningkatan konsentrasi dan prestasi akademik, pengurangan ketidaksamaan, dan yang terakhir adalah dukungan bagi keluarga berpenghasilan rendah.

Pada acara Trimegah Political and Economic Outlook 2024 yang diselenggarakan di Hotel The Ritz-Carlton Pacific Place, Jakarta, pada hari Rabu, 31 Januari 2024, Prabowo mengungkapkan alasan di balik tujuan direncanakannya program makan siang gratis. Menurutnya, ide tersebut timbul berdasarkan pengalaman yang dia alami ketika bertugas di militer. Prabowo mengungkapkan bahwa dalam pelaksanaan tugasnya, ia pernah menyaksikan kejadian orang meninggal karena kelaparan secara langsung. Dari situ, ia menyimpulkan bahwa masalah pangan masih menjadi persoalan yang sangat penting.

Program makan siang gratis yang diusung pasangan Prabowo-Gibran ini menuai pro dan kontra di kalangan masyarakat. Beberapa pihak menilai positif inisiatif tersebut sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat kurang mampu dan upaya untuk menjamin ketahanan pangan nasional. Berdasarkan pemberitaan Solopos Jogja pada Senin, 4 Maret 2024, Kadamanta Baskara, selaku Ketua Persatuan Guru Republik Indonesia (PGRI) Daerah Istimewa Yogyakarta Aji, menyatakan dukungannya terhadap program makan siang gratis

untuk anak sekolah. Kadarmenta mengungkapkan bahwa program serupa telah dilaksanakan di Yogyakarta, tepatnya di Sekolah Luar Biasa. Oleh karena itu, apabila program makan siang gratis diperluas ke jenjang pendidikan lainnya, tentu akan semakin meningkatkan semangat anak-anak untuk bersekolah (Solopos, 2024).

Berdasarkan laporan CNN Indonesia yang mengacu pada data dari *Center for Indonesian Policy Studies* (CIPS) tertanggal 9 Juli 2023, sekitar 21 juta penduduk Indonesia tercatat mengalami kekurangan gizi. Aditya Alta, selaku Kepala Bidang Pertanian CIPS, juga menyebutkan bahwa pada tahun sebelumnya, sebanyak 21,6 persen anak Indonesia di bawah usia lima tahun mengalami stunting atau pertumbuhan tinggi badan yang tidak seimbang dengan usia. Sementara itu, sekitar 7,7 persen anak lainnya mengalami *wasting*, yaitu kondisi ketika berat badan anak berada di bawah standar tinggi badannya.

Nusron Wahid, yang menjabat sebagai Sekretaris Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran, menyampaikan bahwa penyediaan program makan siang dan susu gratis bagi anak-anak serta ibu hamil merupakan bagian dari program prioritas yang diusung oleh pasangan calon Prabowo-Gibran. Seperti dilansir Detik.com, dijelaskan oleh Nusron bahwa perancangan program ini bertujuan untuk menjamin kecukupan gizi anak-anak Indonesia di masa depan agar terhindar dari stunting, saat diwawancarai oleh wartawan pada hari Minggu (31/12/2023).

Meskipun terdapat pihak yang menilai positif program makan siang gratis sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat kurang mampu, beberapa kalangan justru mengkhawatirkan kebijakan ini berpotensi memunculkan permasalahan baru bagi negara. Berbagai kontroversi muncul terkait program tersebut, seperti kekhawatiran akan besarnya anggaran yang harus dikeluarkan dari APBN yang mencapai ratusan triliun rupiah.

Program makan siang dan susu gratis untuk anak sekolah yang diinisiasi oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam Pemilu 2024 telah dipastikan akan dialokasikan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tahun 2025. Kepastian tersebut disampaikan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto. “Masuk. Sudah pasti masuk, anggarannya nanti bertahap ada skalanya,” kata Airlangga di Kantor Kemenko Bidang Perekonomian. (Kumparan, 23 Februari 2024). Sementara itu, Budiman Sudjatmiko selaku Wakil Ketua Dewan Pakar Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran menjelaskan bahwa total anggaran yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan program makan siang gratis diperkirakan mencapai Rp 450 triliun. Pelaksanaannya akan dilakukan secara bertahap, dengan kebutuhan dana awal berada di kisaran Rp 100 hingga 120 triliun. Ia menambahkan bahwa sumber pendanaan berasal dari APBN, namun nominal tersebut masih berpotensi ditekan hingga 40–50 persen apabila pemerintah memanfaatkan dana yang tersedia untuk menyediakan bahan pangan langsung, bukan membeli makanan siap saji.

Pada situasi ini, media memainkan peran vital dalam membingkai pemberitaan program oleh Prabowo-Gibran, yaitu makan siang gratis. Framing yang dilakukan oleh media dapat mempengaruhi persepsi dan opini publik terkait program tersebut, serta pasangan yang mendukung program ini. Media memiliki kekuatan untuk menyoroti atau mengabaikan aspek-aspek tertentu dari program ini, serta memberikan pemaknaan yang bervariasi tergantung pada sudut pandang dan filosofi yang dipegang oleh masing-masing media. Dengan demikian, penting untuk menganalisis bagaimana media membingkai program makan siang gratis dalam pemberitaannya. Analisis framing dapat mengungkap bagaimana media mengkonstruksi realitas sosial terkait program ini, serta potensi dampaknya terhadap opini dan persepsi masyarakat. Hal ini menjadi penting mengingat media memiliki pengaruh

yang signifikan dalam membentuk wacana publik dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan masyarakat dalam pemilihan umum.

Selain mempertimbangkan popularitas program makan siang gratis sebagai salah satu isu utama dalam Pemilu 2024, pemilihan media Kumparan sebagai satu-satunya objek penelitian juga didasarkan pada karakteristik unik dan pengaruh editorial media ini dalam lanskap digital Indonesia. Tidak seperti media arus utama yang memiliki afiliasi politik yang eksplisit, Kumparan mengklaim dirinya sebagai platform *storytelling journalism* dengan pendekatan interaktif dan multiplatform, yang menjadikan analisis atas framing-nya lebih menarik untuk diteliti secara mendalam.

Pemilihan satu media saja dalam penelitian ini bukan untuk membatasi cakupan, melainkan agar analisis dapat dilakukan secara mendalam (*in-depth*) pada aspek framing, ideologi, dan konstruksi realitas media tersebut terhadap isu strategis kampanye. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan teori ekonomi politik media, sehingga dapat melihat bagaimana struktur kekuasaan dan relasi ekonomi media turut membentuk narasi tunggal yang dibangun terhadap suatu program kampanye populis.

Penelitian sebelumnya oleh Azwar et al. (2021) yang menganalisis keberpihakan media Kumparan dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2019 menunjukkan bahwa Kumparan cenderung memberikan citra positif terhadap pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin dan citra negatif terhadap pasangan Prabowo-Sandiaga Uno. Hal ini menunjukkan adanya keberpihakan dalam pemberitaan yang disajikan oleh Kumparan, yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap pasangan tertentu. Temuan ini memperkuat alasan pemilihan Kumparan dalam penelitian ini, karena media ini terbukti memiliki pola pemberitaan yang dapat dikaji

lebih lanjut untuk melihat bagaimana framing terhadap pasangan Prabowo-Gibran dibentuk. (Azwar, Pratama, & Uljanatunnisa, 2021)

Dalam konteks media, penting untuk memahami bahwa media tidak sepenuhnya netral dalam menyampaikan informasi. Media beroperasi dalam kerangka ekonomi dan politik tertentu yang dapat memengaruhi isi pemberitaannya. Menurut Mosco (2009), media merupakan institusi ekonomi-politik yang tidak hanya memproduksi informasi, tetapi juga merepresentasikan kepentingan dominan melalui proses komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.

Selain itu, seperti dijelaskan oleh Ema Khotimah (2022), bias ideologis media dapat tercermin melalui pemilihan narasumber, penekanan tema tertentu, serta penghilangan informasi yang tidak sesuai dengan kepentingan dominan. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan media juga menjadi medan reproduksi wacana kekuasaan dan ideologi. Oleh karena itu, menganalisis framing dalam pemberitaan media menjadi sangat penting, bukan hanya untuk melihat bagaimana isu dikonstruksi, tetapi juga untuk mengungkap potensi keberpihakan atau representasi ideologis yang tersirat di dalamnya.

Dengan situasi politik yang berubah, di mana Prabowo kini berpasangan dengan Gibran, yang mana merupakan anak dari Presiden Joko Widodo, penting untuk menganalisis apakah ada perubahan dalam framing pemberitaan Kumparan terhadap pasangan Prabowo-Gibran. Apakah Kumparan, yang sebelumnya memiliki keberpihakan terhadap Jokowi-Ma'ruf Amin, akan memberitakan pasangan ini dengan cara yang berbeda, ataukah framing negatif yang ditemukan pada pemberitaan tentang Prabowo-Sandiaga akan tetap ada atau tidak. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk menelusuri cara media Kumparan melakukan framing terhadap pemberitaan program makan siang gratis yang diinisiasi oleh pasangan

Prabowo-Gibran, sekaligus menganalisis kemungkinan adanya pergeseran dalam pola keberpihakan atau gaya penyajian informasi terkait program tersebut.

Meskipun telah ada beberapa studi terdahulu yang menganalisis framing media terhadap isu politik, khususnya pada media Kumparan, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan dalam konteks pemilu sebelumnya atau topik non-programatik seperti ujaran kebencian dan kasus kriminal. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan dengan mengkaji bagaimana media membingkai program makan siang gratis dalam suasana politik pasca-pemilu 2024, serta menganalisisnya secara berurutan melalui tiga perspektif: analisis teks menggunakan metode framing, konstruksi realitas sosial, dan ekonomi politik media. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya fokus pada bentuk pemberitaan, tetapi juga membongkar struktur kekuasaan dan relasi ekonomi yang melatarbelakangi penyajian wacana tersebut.

Adapun framing yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Pan & Kosicki karena menawarkan perangkat analisis struktural yang sistematis terhadap teks berita. Meskipun model ini tidak secara langsung menjelaskan konteks kekuasaan di balik teks, keunggulannya terletak pada kemampuannya membedah struktur berita ke dalam empat dimensi: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Dalam konteks penelitian ini, model Pan & Kosicki digunakan sebagai titik awal untuk mengidentifikasi pola-pola framing, yang kemudian ditafsirkan lebih dalam menggunakan teori konstruksi realitas sosial dan teori ekonomi politik media. Dengan demikian, pendekatan ini bersifat multi-level dan integratif, sehingga mampu memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana dan mengapa isu makan siang gratis dibingkai oleh media tertentu dengan cara tertentu.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana framing pemberitaan program makan siang gratis oleh pasangan Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka dikonstruksi oleh media online Kumparan, ditinjau dari model framing Pan & Kosicki serta dianalisis dalam perspektif teori konstruksi realitas sosial dan teori ekonomi politik media?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengidentifikasi dan menganalisis cara media online Kumparan membingkai pemberitaan mengenai program makan siang gratis pasangan Prabowo–Gibran dengan menggunakan model analisis framing Pan & Kosicki, serta menginterpretasikan hasilnya dalam konteks teori konstruksi realitas sosial dan teori ekonomi politik media.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian analisis framing media terhadap isu politik dan kebijakan publik. Selain itu, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana realitas sosial dikonstruksi melalui teks berita, serta bagaimana relasi kekuasaan dan kepentingan ekonomi-politik memengaruhi proses produksi wacana media.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah memberikan masukan bagi media dalam menyikapi isu-isu kepentingan publik dan mengoptimalkan peran mereka dalam proses demokrasi, menjadi bahan evaluasi bagi partai politik dan pemangku kepentingan lainnya

dalam memahami dampak framing media terhadap persepsi masyarakat, serta meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat dalam mengkritisi pemberitaan media terkait isu-isu penting seperti program kebijakan politik.