

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN PENAYANGAN CAPAIAN
PROGRAM PEMERINTAH PRABOWO SUBIANTO DI BIOSKOP DI
KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO (PERIODE 14-19 SEPTEMBER 2025)**

SKRIPSI



OLEH:

BERLIANA DWI FEBIYANI

NPM. 22043010135

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA**

2026

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN PENAYANGAN CAPAIAN PROGRAM
PEMERINTAH PRABOWO SUBIANTO DI BIOSKOP DI KOMPAS.COM DAN
TEMPO.CO (PERIODE 14-19 SEPTEMBER 2025)**

SKRIPSI



OLEH:

BERLIANA DWI FEBIYANI

NPM. 22043010135

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN PENAYANGAN CAPAIAN PROGRAM
PEMERINTAH PRABOWO SUBIANTO DI BIOSKOP DI KOMPAS.COM DAN
TEMPO.CO (PERIODE 14-19 SEPTEMBER 2025)**

Disusun oleh:

Berliana Dwi Febiyani
NPM. 22043010135

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.
NIP. 198202112025212038

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS *FRAMING* Pemberitaan Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo Subianto di Bioskop di Kompas.com dan Tempo.co (Periode 14-19 September 2025)

Oleh:

Berliana Dwi Febiyani
NPM. 22043010135

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 27 Februari 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI


Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NIP. 198202112025212038


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001


Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198501082018032001


Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NIP. 198202112025212038

Mengetahui,
DEKAN FISIBPOL


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Berliana Dwi Febiyani
NPM : 22042010135
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

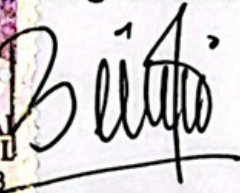
Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 5 Maret 2026

Yang Membuat pernyataan




Berliana Dwi Febiyani
NPM. 22043010135

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi dan selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
3. Ibu Roziana Febrianita, S.Sos., M.A, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu, motivasi, arahan, dan saran yang berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama ini.
5. Kedua orang tua penulis, alm. Bapak Purwanto dan Ibu Hari Winarsih yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan mendoakan untuk kebaikan, keberhasilan, maupun kesuksesan penulis.
6. Kakak penulis, Alfian Yudha Bhakti dan Atik Maslakhah, adik penulis, Muhammad Naufal Rasyid, dan seluruh keluarga besar yang

senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dari segi materil dan moril hingga penyusunan skripsi ini selesai.

7. Danny Setiawan Dwi Pambayu yang selalu menemani, mendukung, dan memberikan semangat dari awal perkuliahan hingga saat ini.
8. Sahabat dekat penulis, yaitu Suanamanta Eka Sonya, Aulia Dwi Ananda Putri, Hanna Resti Melanie, Husnia Nuriza Wardhani, Narulita al-Kholifina, Amalia Jannah, Feby Valentina, Aulia Shifa Azzahra, Syivana Dwi Nur Fadhilah, Natasya Neyla, Nissa Ariella, Gavrilu Reyna, Pingky Nadianti, dan teman-teman satu bimbingan yang selalu menemani saat susah dan senang serta memberikan dukungan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Keluarga besar Mahapala, BLM FISIP, dan BLMJ Ilmu Komunikasi, serta Creating UPNVJT yang telah membersamai penulis selama masa perkuliahan ini dan menjadi wadah berkembang yang sangat berharga bagi penulis. Terutama kepada keluarga besar Mahapala UPNVJT, terima kasih telah menjadi tempat belajar, bertumbuh, dan menemani penulis baik suka maupun duka sehingga penulis mampu melewati proses penyusunan skripsi hingga selesai.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

ABSTRAKSI

Penelitian ini menganalisis *framing* pemberitaan penayangan capaian program pemerintah Prabowo Subianto di bioskop pada portal berita online Kompas.com dan Tempo.co periode 14–19 September 2025. Fenomena ini menuai kontroversi karena dianggap berpotensi sebagai propaganda dan pelanggaran etika komunikasi publik sehingga penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana kedua media membingkai isu tersebut serta faktor penyebab perbedaannya dengan menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, *recommend treatment* secara kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan Kompas.com menerapkan *framing* toleran dan cenderung mendukung pemerintah dengan memandang fenomena tersebut sebagai bentuk komunikasi publik yang sah, transparan, dan wajar selama tidak melanggar hukum atau mengganggu penonton dengan menonjolkan pernyataan resmi pemerintah, legitimasi praktik, dan perbandingan era Jokowi, serta hanya menyisipkan sedikit kritik masyarakat. Hal ini dilatarbelakangi karena kepemilikan Kompas Gramedia Group berorientasi pada komersial iklan dengan ideologi nasionalis moderat, dan dikenal dengan gaya “jurnalisme kepiting” sejak era pasca-Orde Baru. Sementara itu, Tempo.co membingkai secara kritis dengan menyoroti isu etika, potensi propaganda, indoktrinasi, resistensi masyarakat, penurunan kepercayaan publik, serta ancaman demokrasi sehingga lebih mengangkat penolakan publik, kritik akademisi dan aktivis HAM, serta perbandingan dengan praktik era Orde Baru. Tempo.co menggambarkan fenomena ini sebagai strategi yang tidak tepat. Hal ini dilatarbelakangi kepemilikan PT Tempo Inti Media Tbk sebagai perusahaan terbuka dengan kepemilikan saham tersebar sehingga Tempo tidak terpengaruh oleh kepentingan pemilik media dengan ideologi independen kritis yang terbentuk dari sejarah pembredelan. Perbedaan *framing* ini menunjukkan bahwa portal berita online bukan sekadar penyampai informasi, melainkan aktor aktif dalam membentuk persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah yang dipengaruhi oleh kepemilikan, sejarah, ideologi, dan faktor ekstramedia lainnya.

Kata kunci: Komunikasi Pemerintah, Prabowo Subianto, Pembingkai, Kompas.com, Tempo.co

ABSTRACT

This research analyzes the framing of news coverage regarding the screening of President Prabowo Subianto's government program achievements in cinemas on the online news portals Kompas.com and Tempo.co during the period of September 14–19, 2025. The phenomenon sparked controversy for its perceived potential as propaganda and a violation of public communication ethics. Employing Robert N. Entman's framing model which includes defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and recommending treatments, this descriptive qualitative research examines relevant articles to reveal how the two media framed the issue and the factors influencing their differences. Findings indicate that Kompas.com adopted a tolerant framing leaning toward government support, viewing the practice as legitimate, transparent, and acceptable public communication as long as it did not violate laws or disrupt audiences, it highlighted official government statements, legitimized the approach, drew comparisons with the Jokowi era, and minimally addressed public criticism, resulting in a neutral-to-positive narrative shaped by Kompas Gramedia Group's commercial-advertising orientation, moderate-nationalist ideology, and post-New Order "crab journalism" style. In contrast, Tempo.co framed the issue critically, emphasizing ethical concerns, potential propaganda and indoctrination, public resistance, declining public trust, and threats to democracy, it amplified public rejection, criticisms from academics and human rights activists, and parallels with New Order practices, portraying the strategy as inappropriate and risk-laden driven by PT Tempo Inti Media Tbk's open shareholder structure with dispersed ownership free from dominant owner influence and its independent-critical ideology rooted in historical censorship experiences. These framing differences underscore that online news portals are not mere information transmitters but active actors in shaping public perceptions of government policies, influenced by ownership structures, historical contexts, ideologies, and other extramedia factors.

Keywords: Government Communication, Prabowo Subianto, Framing, Kompas.com, Tempo.co

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	17
2.2.1 Portal Berita Online.....	17
2.2.2 Ekonomi Politik Media	24
2.2.3 Konstruksi Realitas Sosial	26
2.2.4 Agenda Setting	28
2.2.5 Ideologi Media	30
2.2.6 Analisis <i>Framing</i>	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3 Sumber Data dan Korpus Penelitian	37
3.5 Pengumpulan Data	39
3.6 Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Profile Portal Berita Online Kompas.com	42
4.1.2 Profile Portal Berita Online Tempo.co.....	46
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	51
4.2.1 Hasil Penelitian	51

4.2.2 Pembahasan.....	55
4.2.3 Perbandingan Framing Kompas.com dan Tempo.co tentang Pemberitaan Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo Subianto di Bioskop	117
4.2.4. Konfirmasi temuan dengan Teori.....	137
BAB V KESIMPULAN	149
5.1 Kesimpulan	149
5.2. Saran.....	151
5.2.1. Saran Praktis	151
5.2.2. Saran Akademik	151
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN.....	156
RIWAYAT HIDUP	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar Warganet di Instagram @catatanfilm terkait Video Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo di Bioskop.....	2
Gambar 1. 3 Kritik Pakar UGM di Portal Berita Online UGM terkait Video Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo di Bioskop.....	3
Gambar 1. 4 Berita Tanggal 14 September 2025 pada Portal Berita Online Kompas.com	6
Gambar 1. 5 Berita Tanggal 14 September 2025 pada Portal Berita Online Tempo.co.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	16
Tabel 3. 1 Berita Kompas.Com terkait Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo Subianto di Bioskop.....	38
Tabel 3. 2 Berita Tempo.co terkait Penayangan Capaian Program Pemerintah Prabowo Subianto di Bioskop.....	38
Tabel 4. 1 Struktur Redaksi Kompas.com	44
Tabel 4. 2 Struktur Redaksi Tempo.co.....	50
Tabel 4. 3 Teks Berita Kompas.com.....	52
Tabel 4. 4 Teks Berita Tempo.co	54
Tabel 4. 5 Hasil Framing Teks Berita "Viral Video Prabowo Ditayangkan Sebelum Film Bioskop, Istana Buka Suara”	59
Tabel 4. 6 Hasil Framing Teks Berita “Video Prabowo Tayang Sebelum Film di Bioskop, Ternyata Jokowi Juga Pernah”	65
Tabel 4. 7 Hasil Framing Teks Berita "Heboh Iklan Prabowo di Bioskop, XXI Pastikan Sudah Tidak Diputar Lagi”.....	70
Tabel 4. 8 Hasil Framing Teks Berita "Ketika Video Keberhasilan Prabowo Tayang di Layar Bioskop..”	76
Tabel 4. 9 Hasil Framing Teks Berita "Apa Isi Video Prabowo di Bioskop yang Tuai Kritik?"	80
Tabel 4. 10 Hasil Framing Teks Berita "Transparansi atau Propaganda Gaya Lama?"	85
Tabel 4. 11 Hasil Framing Teks Berita “Mengapa Tayangan Video Prabowo di Bioskop Mendulang Kritik?”	90
Tabel 4. 12 Hasil Framing Teks Berita "Hujan Kritik Penayangan Video Prabowo di Bioskop".....	94
Tabel 4. 13 Hasil Framing Teks Berita "Sederet Fakta Penayangan Video Prabowo di Bioskop"	98
Tabel 4. 14 Hasil Framing Teks Berita "Video Prabowo di Bioskop, Dosen IKJ: Terlihat Konyol"	104
Tabel 4. 15 Analisis Framing Teks Berita "Politikus Gerindra Klaim Video Prabowo di Bioskop Langkah Inovatif”.....	109
Tabel 4. 16 Hasil Framing Teks Berita "Video Prabowo di Bioskop Sudah Tak Tayang di Solo".....	112
Tabel 4. 17 Hasil Framing Teks Berita "Akademikus UGM: Video Prabowo di Bioskop Justru Munculkan Ketidakpercayaan Publik”.....	116
Tabel 4. 18 Perbandingan Framing Teks Portal Berita Online Kompas.com dan Tempo.co.....	132