

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang ini, media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi opini masyarakat. Media sosial tidak hanya menjadi sumber bagi masyarakat untuk mengetahui kehidupan pribadi mereka, namun juga merupakan *platform* yang efektif untuk kampanye pendidikan dan promosi kesehatan. Salah satu topik yang paling umum adalah program pangan bergizi, yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat dengan mendorong kebiasaan makan yang lebih sehat dan seimbang. Program pangan bergizi merupakan inisiatif penting dalam konteks kesehatan masyarakat Indonesia. Menurut data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, prevalensi gizi buruk dan kurang gizi masih cukup tinggi, terutama di wilayah-wilayah kecil. (Ardelia Maharani et al., 2024)

Program makan bergizi diharapkan dapat memberikan solusi dengan memperkenalkan dan mendorong pola makan yang memenuhi kebutuhan nutrisi harian masyarakat. Namun, keberhasilan inisiatif ini sangat dipengaruhi oleh cara informasi mengenai hal ini dikomunikasikan kepada masyarakat umum. Berita telah terbukti memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini dan sentimen masyarakat seputar suatu isu tertentu. Pada penelitian yang dilakukan oleh Robertn. N Entman menunjukkan bagaimana framing bisa membentuk dan mengubah persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, analisis framing pemberitaan program makan bergizi pada media Tempo.co dan Tirto.id menjadi

relevan untuk memahami bagaimana media dapat membantu atau menghambat keberhasilan program ini. (Alrizki & Aslinda, n.d.)

Kondisi ideal yang diharapkan adalah masyarakat memperoleh informasi yang lengkap dan akurat mengenai manfaat dan pentingnya program makan bergizi. Informasi ini diharapkan dapat menginspirasi masyarakat untuk menerapkan pola makan yang lebih sehat dan seimbang. Kondisi faktualnya, tidak semua informasi yang disajikan di media dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi cara masyarakat memproses informasi, termasuk bias media, framing berita, dan latar belakang pengetahuan masyarakat. (Indriyani, 2020)

Untuk menyampaikan realitas kepada masyarakat umum, media merupakan agen yang aktif. Media dapat berfungsi sebagai jembatan antara ideologi-ideologi yang berlawanan, alat yang sah, dan alat untuk mengendalikan opini publik. Hal ini menggambarkan bahwa media memiliki pemahaman yang kuat terhadap informasi yang ditujukan untuk masyarakat umum. Secara umum media mempunyai pengaruh yang besar dan signifikan terhadap pola pikir, sikap, dan khalayak perilaku media. Profesional media harus berpedoman pada tujuan nasional, oleh karena itu diperlukan regulasi yang dapat menjunjung tinggi profesionalisme media. Pemerintah telah memberikan informasi mengenai kegiatan terkait media dalam berbagai bentuk Undang-Undang, antara lain Undang-Undang Pers, Undang-Undang Penyiaran, dan Undang-Undang ITE. Peraturan yang mengatur aktivitas media antara lain yang tertuang dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Selain Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik (KEJ) juga dirancang

untuk pekerja media atau karyawan, dan selanjutnya diperiksa oleh Dewan Pers. Penyiaran Undang-Undang No. 32 Tahun 2002. Sebagai contoh media adalah radio dan televisi yang digunakan dalam pelaksanaan KPI Indonesia sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), Standar Program Siaran (SPS), dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik. (Ika Novita, 2021, p. 70)

Analisis framing pemberitaan program makan bergizi pada media sosial Tempo.co dan Tirto.id penting untuk dilakukan. Studi ini akan mengkaji bagaimana kedua media ini membingkai berita tentang program makan bergizi dan bagaimana framing tersebut mempengaruhi persepsi publik. Analisis ini juga akan melihat apakah ada keberpihakan tertentu dalam penyajian berita dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi efektivitas program. Penelitian ini akan membantu dalam memahami dinamika antara media dan masyarakat dalam konteks promosi kesehatan, serta memberikan rekomendasi bagaimana media bisa lebih efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan kepada publik. Berita mengenai program makan bergizi sering kali menjadi sorotan dalam media seperti Tirto.id dan Tempo.co, terutama dalam konteks upaya pemerintah untuk meningkatkan gizi anak-anak di sekolah.

Tirto.id merupakan *website* berita, opini, artikel, dan infografis berbahasa Indonesia yang berdiri sejak Februari 2016 dan diluncurkan pada 3 Agustus. Dengan *tagline* “Jernih, Mengalir, Mencerahkan,” media tirto.id menggunakan statistik, foto, kutipan, dan rekaman peristiwa data. Produk jurnalistik yang ditawarkan meliputi hasil analisis media seluruh Indonesia yang disajikan dalam

bentuk timeMeter (evaluasi sentimental) terhadap perusahaan, organisasi, dan kasus yang dibahas di setiap artikel. (Indriyani, 2020)

Tempo.co merupakan salah satu media terkemuka yang mampu menyajikan informasi akurat dan mudah dipahami. Teknik framing yang digunakan bisa mempengaruhi cara pesan tersebut diterima oleh publik. Framing yang positif, misalnya, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program tersebut, sementara framing yang negatif dapat menimbulkan keraguan dan ketidakpercayaan. Tirto.id dan Tempo.co mungkin memberikan detail tentang bagaimana program ini diimplementasikan, termasuk kerja sama dengan sekolah, penyediaan bahan makanan, serta tantangan yang dihadapi, seperti anggaran dan distribusi. Tempo.co, sebagai salah satu media berita terkemuka di Indonesia, sering kali menjadi referensi bagi masyarakat dalam memahami berbagai isu, termasuk kesehatan dan gizi. Tempo.co menggunakan berbagai teknik jurnalistik untuk menyampaikan informasi kepada pembaca, salah satunya adalah melalui framing berita. (Permadi et al., 2024)

Kedua media dapat menjelaskan kebijakan pemerintah yang mendasari program makan bergizi, seperti upaya untuk mengurangi angka stunting dan meningkatkan kesehatan anak. Tak jarang mereka menyebutkan bahwa tujuan program ini adalah untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Selain itu, Tirto.id dan Tempo.co juga mencantumkan isu lain terkait aplikasi tersebut. Seperti kesenjangan akses di daerah terpencil, kualitas bahan makanan yang digunakan, dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Dengan demikian, keduanya memberikan gambaran yang komprehensif mengenai program makan bergizi,

membantu pembaca memahami tantangan dan pencapaian dalam upaya meningkatkan gizi anak di Indonesia. (Susanto, 2021)

Kondisi ideal yang diharapkan adalah penyajian berita mengenai program makan bergizi harus informatif, edukatif, dan berbasis data yang valid. Pada kondisi ini, media sosial diharapkan mampu menjadi solusi dalam menyelesaikan masalah kurangnya pengetahuan masyarakat terkait makan bergizi. Faktanya, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat tentang pentingnya makanan bergizi masih rendah. Hal ini terlihat dari data kesehatan nasional, di mana angka masalah gizi seperti stunting, anemia, dan obesitas masih tinggi. Program gizi anak Indonesia yang dicanangkan oleh pemerintah melalui Kementerian Kesehatan telah berupaya menekan angka stunting, salah satu negara dengan angka stunting tertinggi di dunia adalah Indonesia. Sekitar 37% (hampir 9 Juta) anak balita mengalami stunting. Stunting adalah sebuah kondisi tinggi badan seseorang anak/balita ternyata lebih pendek dibandingkan tinggi 2 badan orang lain pada umumnya atau anak/balita yang seusianya. Terkait permasalahan stunting di Indonesia, Kemenkes mendorong masyarakat untuk melakukan upaya intervensi. Jumlah 260 Kab/Kota pada tahun 2020 akan terus dibutuhkan hingga seluruh kabupaten tersebut ditargetkan pada tahun 2024. Hal ini sejalan dengan tujuan pemerintah dalam menurunkan prevalensi stunting. Hal ini sudah dilakukan pemerintah, baik melalui mekanisme Transfer ke Daerah dan Dana Desa (TKDD) dengan alokasi yang sangat besar maupun melalui mekanisme belanja kementerian atau lembaga lain nya. (Purnaningsih et al., 2023)

Besaran dana yang dialokasikan pemerintah untuk stunting melalui TKDD

mencapai Rp76,2 triliun pada tahun 2020. Sebuah anggaran yang tidak selalu kuat. Selain upaya penurunan daerah, pemerintah daerah mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya pencegahan stunting secara komprehensif di semua tingkatan, baik provinsi, kota, bahkan kecamatan dan desa. Pada tahun 2019, pemerintah menerapkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 61/PMK.07/2019 yang melarang penggunaan transfer uang untuk mengurangi pelaksanaan kegiatan intervensi stunting. Selain Kemenkeu, Kemenkes juga mengidentifikasi stunting sebagai salah satu prioritas utama penggunaan dana pada tahun 2019 dan 2020.

Untuk memberikan kesempatan kepada setiap daerah untuk berpartisipasi dalam empat program stunting, Salah satu dokumen yang menggambarkan proses perpindahan barang dari suatu daerah ke Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) adalah laporan konvergensi dan tingkat desa. Pemerintah Daerah sangat penting khususnya sebagai langkah awal program stunting. Stunting merupakan permasalahan multifaset yang memerlukan solusi multisektoral, sehingga pemerintah daerah harus memahami, mendukung, dan berkomitmen dalam mengembangkan strategi penanggulangan stunting. (Sugianto, 2021, 197- 209)

Salah satu strategi pencegahan stunting adalah Posyandu yang mempunyai kedekatan erat dengan kehidupan warga di setiap daerah. Posyandu dapat digunakan sebagai sarana pendidikan, pusat informasi, pusat penyaluran (tambahan makanan/minuman vitamin dan bergizi) bagi orang tua dan balita-nya, dimana pembiayaan dibebankan pada APBD. Untuk menurunkan prevalensi stunting, pemerintah provinsi dan pemerintah daerah juga mengacu pada Strategi Nasional Percepatan Pencegahan Anak Kerdil (Stunting) Tahun 2018–2024, yang didasarkan

pada Keputusan Presiden Nomor 72 Tahun 2021 tentang Percepatan Penurunan Stunting.

Artikel ini membahas tentang strategi nasional penanggulangan stunting, koordinasi stunting, pemantauan, evaluasi, dan upaya pelaporan dan pendanaan. Setiap tahunnya, Indonesia menunjukkan penurunan prevalensi stunting. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 14% pada tahun 2024 dari presentase sebelumnya yang cukup tinggi sebesar 27,67% di tahun 2019. Dalam konteks pemberitaan, sering kali media masa tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga menanamkan interpretasi tertentu yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap isu tersebut. Oleh karena itulah, analisis framing pemberitaan menjadi sangat penting untuk mengetahui bagaimana informasi program makan bergizi tersebut disampai. (BPKP, 2024)

Gibran Rakabuming sebagai calon presiden dan wakil presiden nomor 2, Raka telah menjadikan program pangan bergizi sebagai fokus utama agenda mereka. Dengan yakin dan penuh komitmen, mereka menyatakan bahwa program ini tidak sia-sia dan menandakan bahwa komitmen tersebut akan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh dan penuh keinginan. Program pangan gratis dalam platform politik bertujuan untuk memberikan akses pangan kepada semua orang, terutama mereka yang kurang mampu. Selain itu, kurikulum ini dianggap sebagai program komprehensif yang mencakup sejumlah mata pelajaran di bidang pangan, seperti BUMDes, UMKM, dan koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa Prabowo dan Gibran memahami kompleksitas permasalahan pangan di Indonesia dan solusi efektif memerlukan kolaborasi dari berbagai sektor. Oleh karena itu, program makan siang

gratis tidak hanya merupakan salah satu cara untuk menyelesaikan permasalahan pendek, namun juga sebagai sarana untuk mengembangkan kebiasaan kerja yang inklusif dan produktif dalam konteks permasalahan pangan. Dalam melaksanakan skema tersebut, Prabowo dan Gibran menyimpulkan bahwa hal tersebut bukanlah tugas yang mudah. Mereka berpendapat bahwa untuk menjalankan program ini secara efektif, diperlukan koordinasi yang efektif antara banyak pihak terkait, termasuk Badan Gizi Nasional, serta persiapan yang matang. Keterlibatan Badan Gizi Nasional memiliki komite untuk memastikan bahwa program ini tidak hanya menyediakan pangan tetapi juga pangan yang bergizi dan bergizi, terutama bagi anak usia sekolah dan remaja yang dianggap rentan. (Ardelia Maharani et al., 2024)

Makanan bergizi diyakini menjadi kekhawatiran yang wajar di kalangan masyarakat umum. Oleh karena itu, program ini memperkenalkan nilai-nilai sosial yang mungkin dapat menarik perhatian masyarakat umum, khususnya kelompok masyarakat yang hidup dalam kemiskinan. Menurut [Prabowogibran2.id](https://prabowogibran2.id), program tersebut akan melayani 82,9 juta masyarakat Indonesia, terdiri dari 30 juta anak (pra SD), 24 juta anak (anak SD), 9 atau 8 SMP, 10, 2 SMA dan SMK, 4, 3 santri, dan 4 ibu hamil. Tujuan dari program siang siang gratis ini adalah untuk meningkatkan angka kemiskinan akut dan kronis serta rata-rata pertumbuhan dan tinggi setiap anak per tahun dibandingkan dengan rata-rata sebelum program dilaksanakan. Melalui teori struktur, Anthony Giddens (1984) memberikan penjelasan komprehensif tentang bagaimana struktur yang sah berfungsi dalam masyarakat. Menurut Giddens, struktur legitimasi berkaitan dengan hukum normatif yang mengatur perilaku dan menetapkan perilaku yang pantas dalam konteks sosial

tertentu. (Sajdan & Dema, 2024)

1.2 Fokus penelitian

Peneliti memusatkan penelitian ini untuk mengkaji analisis framing kedua media, Tirto.id dan Tempo.co untuk mengetahui bagaimana media membingkai suatu isu dan menyajikan informasi yang membentuk pada opini masyarakat dalam pemberitaan program makan bergizi, sesuai dengan informasi latar belakang yang telah dirilis sebelumnya.

1.3 Rumusan masalah

1. Bagaimana cara Tempo.co dan Tirto.id membingkai isu program makan bergizi dalam pemberitaan?
2. Bagaimana framing pemberitaan program makan bergizi pada media sosial Tempo.co dan Tirto.id dalam menyampaikan informasi tentang pentingnya pola makan bergizi?
3. Bagaimana informatif dan edukatif pada framing pemberitaan program makan bergizi pada media sosial Tempo.co dan Tirto.id dalam mengedukasi masyarakat terkait makan bergizi?

1.4 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui cara Tempo.co dan Tirto.id membingkai isu program makan bergizi dalam pemberitaan di media daring.
2. Untuk menganalisis bagaimana framing pemberitaan mengenai program makan bergizi disampaikan oleh Tempo.co dan Tirto.id melalui media sosial, khususnya dalam menyampaikan informasi tentang pentingnya pola makan bergizi.

3. Untuk mengkaji sejauh mana pemberitaan program makan bergizi oleh Tempo.co dan Tirto.id di media sosial memiliki nilai informatif dan edukatif dalam mengedukasi masyarakat terkait pentingnya konsumsi makanan bergizi.

1.5 Manfaat penelitian

Pada manfaat penelitian ini terdapat dua poin antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian memberikan kontribusi dalam bidang studi framing media, khususnya dalam konteks pemberitaan program makan bergizi. Dengan menganalisis perbedaan framing antara media Tirto.id dan Tempo.co, melalui penelitian ini dapat membantu kita memahami lebih jelas bagaimana media arus utama mengkonstruksi informasi tentang pentingnya pangan bergizi. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi peneliti selanjutnya yang ingin memahami bagaimana media massa mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap program kesehatan.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan penelitian ini dapat membuka wawasan yang lebih luas bagi pembaca mengenai pentingnya pola makan bergizi. Dengan mengevaluasi framing pemberitaan program makan bergizi dalam media Tirto.id dan Tempo.co, penelitian ini dapat membantu pembaca untuk lebih memahami informasi yang disajikan oleh kedua media tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pihak terkait, seperti pemerintah atau organisasi kesehatan, dalam merancang program-program

kesehatan yang lebih efektif dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan bergizi.