

## ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN PENUTUPAN TIKTOK *SHOP* PADA PORTAL BERITA CNNINDONESIA.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID

Indah Mardini Putri <sup>1\*</sup>; Eka Fitri Qurniawati <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Riau, Pekanbaru

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau, Pekanbaru

\*Correspondence : indah.mardini6568@grad.unri.ac.id

### ABSTRAK

Saat ini berkat perkembangan teknologi, media telah menjadi suatu kebutuhan dalam berbagai kegiatan atau aktivitas, dengan pemanfaatan teknologi yang baik dan juga tepat maka akan dapat memperoleh informasi yang akurat. Penelitian ini menganalisis mengenai pola pemberitaan dengan menggunakan analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N Entman terhadap dua portal berita online *cnnindonesia.com* dan *republika.co.id* yang berhubungan tentang pemberitaan penutupan *TikTok Shop*. Sifat penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif yang dengan tujuan agar dapat mendeskripsikan secara sistematis, serta faktual dan akurat mengenai pemberitaan penutupan *TikTok shop* pada portal berita *Cnnindonesia.com* dan *republika.com* yang dipublikasikan pada tanggal 16-20 September 2023. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah headline berita yang ada pada *cnnindonesia.com* dan *republika.co.id*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cnnindonesia.com* menggunakan model sintaksis *frame* yang mengacu pada sumber, latar belakang, dan penggunaan kata tertentu dalam pemberitaan yang berhubungan penutupan *TikTok Shop*. Sementara *republika.co.id* menggunakan model *episodic framing*, yang mana berfokus kepada suatu peristiwa yang terjadi pada waktu itu saja dan hanya ingin memberitakan suatu hal yang mudah untuk khalayak pahami dan khalayak.

### Kata kunci

*Framing, Pemberitaan, Robert N Entman, TikTok Shop.*

### ABSTRACT

Currently, thanks to technological developments, media has become a necessity in various activities; with excellent and appropriate use of technology, you will be able to obtain accurate information. This research analyzes news patterns using framing analysis proposed by Robert N Entman on two online news portals, *cnnindonesia.com* and *Republika.co.id*, which relate to news about the closure of the *TikTok Shop*. The nature of the research used in this research is descriptive and qualitative with the aim of being able to describe systematically, as well as factually and accurately the news about the closure of the *TikTok shop* on the news portals *Cnnindonesia.com* and *Republika.com*, which was published on 16-20 September 2023. Source The data used in this research are news headlines on *cnnindonesia.com* and *Republika.co.id*. The research results show that *cnnindonesia.com* uses a frame syntactic model, which refers to the source, background, and use of certain words in news related to the closure of the *TikTok Shop*. Meanwhile, *Republika.co.id* uses an episodic framing model, which focuses on an event that occurred at that time and only wants to report something that is easy for the public to understand

### Keywords

*Framing, News, Robert N Entman, TikTok Shop*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dan pesat, membuat teknologi saat ini memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Saat ini sistem informasi telah menjadi suatu kebutuhan dalam berbagai kegiatan atau aktivitas. Pemanfaatan teknologi yang baik dan juga tepat, berdampak kepada memperoleh informasi yang akurat (Sa'adah, Rosma, and Aulia 2022). Salah satu teknologi informasi yang paling banyak digunakan ialah media sosial, dimana media sosial merupakan media yang digunakan untuk merepresentasikan diri, melakukan kolaborasi, saling berbagi komunikasi, menekankan pada eksistensi virtual dan mempererat hubungan sosial (Nasrullah 2014). Saat ini banyak sekali aplikasi media sosial yang muncul dan hadir, dimana aplikasi tersebut hadir dengan berbagai kemudahan untuk penggunaannya. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan saat ini adalah TikTok. Berdasarkan dari hasil survey yang dilakukan oleh kata data, pengguna TikTok di Indonesia kukuh berada pada posisi peringkat ke dua terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna 113 juta (Katadata 2023).

Lebih lanjut, aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi video pendek yang di lengkapi dengan filter dan musik sebagai pendukungnya. Selain itu para pengguna dari TikTok di tuntutan untuk kreatif karena format unggahan video yang ada pada TikTok terbatas mulai dari 15-180 detik (Putri and Sulistyanto 2020). Berkat perkembangan yang semakin pesat, aplikasi TikTok tidak hanya menjadi aplikasi yang berfokus kepada media sosial saja, tetapi TikTok berkembang menjadi aplikasi yang menggabungkan fitur *e-commerce* di dalamnya (Sa'adah, Rosma, and Aulia 2022). Fitur yang ditambahkan dalam aplikasi TikTok ialah bernama *TikTok Shop*, *TikTok Shop* hadir sebagai fitur yang memudahkan khalayak dalam melakukan pembelian berbagai macam produk baik itu makanan, *fashion*, *makeup*, *skincare*, dan lainnya melalui aplikasi TikTok.

Selain memudahkan khalayak yang melakukan pembelian, *TikTok Shop* juga memudahkan khalayak yang ingin berdagang, seperti dengan *live streaming* atau pun dengan mencantumkan *link* produk pada suatu video (Juliana 2023). Fitur *live streaming* yang ada pada *TikTok Shop* merupakan salah satu strategi TikTok yang dapat menarik minat khalayak dalam melakukan pembelian, dimana fitur ini pada dasarnya dapat memudahkan komunikasi antara penjual dan khalayak yang akan membeli. Terutama dalam hal produk yang sedang di jualnya baik itu mengenai detail produk, kualitas produk, dan lain sebagainya. Sehingga khalayak bisa memperoleh barang sesuai dengan apa yang di inginkan nya (Handayani, Fitriadi, and Pauzy 2022).

Oleh karena itu, fitur-fitur yang ada pada TikTok terkhusus pada fitur *TikTok Shop* di anggap menarik dan di anggap dapat lebih dipercaya. Karena produk yang di tampilkan di pameran pada *live* tersebut secara *real time*. Sehingga memungkinkan adanya interaksi antara *live streamer* dan khalayak dari *live* tersebut (Indriyani and Herlina 2021). Dan dari hal ini juga membuat khalayak lebih mudah untuk berbelanja tanpa harus mengunjungi langsung ke toko (Mulyansyah and Sulistyowati 2020). Selain itu peran media sosial di era globalisasi saat ini sangat membantu untuk meningkatkan kinerja bisnis. Dimana berkat kehadiran media sosial sangat memberikan pengaruh pada bisnis kecil yang dapat merubah interaksi antara pembeli dan konsumen, serta bagaimana cara memasarkan suatu produk atau jasa dengan efektif serta efisien kepada khalayak (Siagian, Martiwi, and Indra 2020).

Namun segala keunggulan dan kemudahan yang disajikan media sosial TikTok terkhusus pada fitur *TikTokShop* hanyalah sementara. Dimana tepat pada tanggal 4

Oktober 2023, fitur TikTok *Shop* resmi di tutup di Indonesia dan sejak saat itu fitur tersebut sudah tidak tersedia dalam aplikasi TikTok. Pada dasarnya hal tersebut buntut dari berbagai pro dan kontra dari hadirnya fitur TikTok *shop* pada media sosial TikTok. Seperti yang dikutip dalam Tribunnnews.com (2023) penutupan fitur TikTok *Shop* berawal dari berbagai macam keluhan dan juga laporan dari para pedagang yang berjualan di Tanah Abang yang mengalami kerugian hingga lebih dari 50%. Hal ini disebabkan karena pedagang yang berjualan di Tanah Abang tidak dapat bersaing dengan harga jual produk yang ditawarkan.

Dari hal ini membuat pemerintah lebih menyoroti TikTok *Shop*, dan hal ini telah memperoleh kesimpulan bahwa TikTok *Shop* berperan dalam penurunan omset UMKM lokal. Hal ini disebabkan karena menggunakan harga rendah di media sosial dan ini dapat mengancam pasar offline yang ada di Indonesia. Lebih lanjut, hal ini juga di sebabkan karena tidak adanya regulasi yang mengatur mengenai perkembangan teknologi tersebut. Berdasarkan dari hal tersebut, keluar lah Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023, yang mengatur mengenai bagaimana ketentuan perizinan usaha, pembinaan, periklanan, serta pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan secara elektronik pada 25 September 2023 lalu. Oleh karena itu, berdasarkan dari dikeluarkannya regulasi tersebut, sudah diketahui bahwa TikTok *Shop* belum memperoleh izin perdagangan secara elektronik dari Kementerian Perdagangan. Karena TikTok hanya terdaftar sebagai media sosial di Indonesia bukan sebagai *e-commerce*. Maka dari itu lah seluruh transaksi yang ada pada TikTok *Shop* di tutup di Indonesia karena telah melanggar aturan dan berperan ganda sebagai platform media sosial dan juga sebagai *e-commerce*. Berdasarkan dari hal tersebut dapat diidentifikasi dari penggunaan peristiwa penutupan TikTok *Shop* sebagai *headline* dalam pemberitaan.

Intinya, *headline* ini akan menjadi inti berita, ditulis dalam satu atau dua kalimat pendek dan menunjukkan bagaimana isu utama dari peristiwa yang dibicarakan menjadi berita. Karena pada akhirnya tidak banyak berita yang diberitakan dan setiap pemberitaan harus mampu menggugah minat dan diapresiasi oleh pembaca, sehingga judul berita utama tidak ditulis secara seragam (Gogali et al. 2021). Oleh karena itu, setiap berita mungkin diberi tanda yang berbeda dari berita lainnya. Selain bunyi ucapan dan gaya, ukuran dan susunan huruf atau kata, juga dirancang agar setiap berita berdasarkan judul mempunyai keunikan tersendiri, merangsang pendengar, pembaca, khalayak yang memperhatikan dan mengingatnya. Dengan cara ini di inginkan masyarakat tak ketinggalan berita dengan tidak membaca berita (Suhandang 2004).

Penentuan judul (*headline*) adalah suatu aktivitas yang memilih banyak artikel dengan berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh editor. Berita-berita yang menarik dan bernilai tinggi akan ditonjolkan dan akan menjadi berita yang penting. Berita terpopuler di media mempunyai keunikan tersendiri, karena akan menggugah minat pembaca masing-masing lembaga media. Permasalahan yang sering muncul adalah cara penentuan judul (*headline*) berita yang kurang tepat. Penentuan judul (*headline*) harus sesuai dengan standar yang terdapat pada setiap redaksional. Cara yang dapat di implementasi kan agar dapat mengetahui bagaimana intepretasi realitas pada suatu berita dalam suatu media adalah analisis *framing*. Seperti yang dikemukakan oleh Eriyanto (2011) *framing* merupakan suatu tahapan yang membuat informasi dapat lebih menonjol dan menjelaskan suatu realitas yang ada. Lebih lanjut apabila ditinjau berdasarkan dari sudut pandang yang dikemukakan oleh Entman (2007) hal utama yang dilakukan dalam analisis *framing* ialah mengamati apa yang perlu dilakukan. Karena

bagaimana pun, media berperan aktif dalam membentuk realitas, baik realitas tersebut negatif maupun positif.

Penelitian terhadap analisis *framing* telah dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya, salah satunya seperti penelitian yang dilakukan oleh Sucipta dan Kurniawan (2021) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara struktur media online Detik.com cenderung lebih menekankan kepada peran pemerintah, yang dimana berita yang di terbitkan lebih kepada membangun opini positif terhadap khalayak. Sedangkan kompas.com lebih berfokus kepada pemberitaan yang bersikap netral dan lebih fokus dengan pemberitaan baik dari sudut pandang pemerintah atau pun dari sisi masyarakat. Berikutnya penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Insani dan Zamzamy (2023) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa analisis *framing* yang dilakukan oleh CNBCIndonesia.com dan Kompas.com terdapat perbedaan dalam memberitakan dampak lingkungan pemindahan ibu kota negara. Yang dimana CNBCIndonesia.com lebih berfokus kepada lingkup wilayah Ibu Kota Negara di Kalimantan terdapat bencana alam yang terjadi pada setiap tahun nya dan sekaligus juga menjelaskan mengenai bagaimana pemerintah menyikapi hal ini. Sedangkan Kompas.com berfokus kepada upaya pemerintah dalam meminimalisir dampak lingkungan yang terjadi akibat pembangunan dari Ibu Kota Nusantara supaya tetap berjalan.

Lebih lanjut penelitian terdahulu oleh Paramita, Kartinawati, dan Wiryawan (2022) yang dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan yang dipublikasikan CNN Indonesia.com pada peristiwa yang ada pada penutupan Thomas Cup 2020 lebih berfokus kepada menyeleksi orang-orang yang berkompeten pada peristiwa tersebut seperti atlet, kemenpora, dan lain sebagainya. Sehingga pemberitaan yang di hadirkan dalam CNN Indonesia.com lebih objektif dan juga netral. Sedangkan Pikiran Rakyat.com dalam memberitakan upacara penutupan Thomas Cup 2020 tidak secara intens dan pemilihan informan cenderung lebih luas dalam memberikan tanggapan. Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marheinis dan Herpindo (2021) yang dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memberitakan berita kekalahan Timnas Indonesia, Indosport.com lebih berfokus kepada penyebab kekalahannya, sedangkan Bolasport.com lebih berfokus kepada respon pelatih terhadap kekalahan Timnas.

Dari sini terlihat bagaimana sebuah lembaga media mengembangkan kerangka tersebut, seperti Entman yang lebih memfokuskan *framing* pada dua dimensi luas untuk memilih penekanan, kepentingan dan isu-isu terkait mengenai aspek-aspek tertentu dari permasalahan. Hal ini berfungsi untuk mendapatkan informasi yang lebih bermakna dan menarik. Secara kategorisasi model *framing* yang dikemukakan oleh Entman terbagi menjadi empat yaitu pertama, *Define problems*, yang merupakan suatu tahapan yang lebih menekankan kepada bagaimana suatu peristiwa dapat dipahami oleh wartawan ketika munculnya suatu permasalahan. Kedua, *Cause Diagnosis*, merupakan langkah yang dilaksanakan untuk menentukan siapa yang di duga sebagai pelaku utama pada suatu kejadian. Ketiga, membuat penilaian moral, yaitu langkah yang digunakan untuk membenarkan cara argumen disajikan untuk mendefinisikan masalah. Dan keempat, rekomendasi pengobatan, merupakan langkah yang berfungsi untuk mengevaluasi penyelesaian apa yang harus ditetapkan untuk memecahkan suatu masalah. Penyelesaian suatu masalah bergantung kepada bagaimana suatu peristiwa dimaknai

dan siapa yang diduga sebagai penyebab terjadinya masalah tersebut (Jaya and Syam 2019).

Media massa sangat berperan dan berpengaruh dalam memberikan serta membentuk pemahaman khalayak mengenai suatu peristiwa yang berdampak kepada pembentukan opini publik. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas hal tersebut namun dengan topik yang berbeda yaitu lebih berfokus kepada peristiwa penutupan TikTok *Shop* di berbagai portal berita terkhusus pada portal berita seperti CNNIndonesia.com dan republika.co.id. dan dari hal ini akan memberikan pengaruh serta interpretasi khalayak mengenai peristiwa tersebut. Keputusan portal berita cnnindonesia.com dan republika.co.id sebagai *headline* dalam isu atau peristiwa penutupan TikTok *Shop* di dalam portal berita mereka, menjadikan suatu hal yang menarik untuk dikaji. Karena dari hal ini dapat terlihat bagaimana media dapat memahami suatu kejadian. Dan hal ini dapat diketahui dengan di analisis menggunakan analisis *Framing*, yang dimana penelitian ini lebih memfokuskan kepada analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman. Analisis *Framing* yang digunakan bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis *framing* pada portal berita cnnindonesia.com dan republika.co.id dalam lingkup pemberitaan penutupan TikTok *Shop* pada tanggal 16-20 September 2023.

## Metode

Metode penelitian adalah salah satu faktor yang dapat dikatakan sebagai suatu hal yang sangatlah penting karena pada hakikatnya metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang berlandaskan kepada tujuan atau pun kegunaan tertentu. Lebih lanjut penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dimana dengan maksud agar dapat memahami bagaimana fenomena yang sedang didapati oleh subjek penelitian yang dilihat secara keseluruhan, serta secara deskripsi yang berupa bahasa atau pun kata-kata (Moleong 2015). Untuk sifat penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif yang dengan tujuan agar dapat mendeskripsikan secara sistematis, serta faktual dan akurat mengenai pemberitaan penutupan TikTok *shop* pada portal berita Cnnindonesia.com dan republika.com. unit analisis pada penelitian ini ialah teks judul (*headline*) pada pemberitaan yang berkaitan tentang penutuap TikTok *Shop*. Peneliti menggunakan sumber data berdasarkan dari headline berita yang ada pada Cnnindonesia.com dan Republika.co.id. Pada penelitian ini peneliti memperoleh berita mengenai penutupan TikTok pada bulan September 2023. Lebih lanjut seperti yang dikemukakan oleh Bungin (Bungin 2008), bahwa metode penelitian kualitatif deskriptif pada dasarnya memiliki tujuan untuk menggambarkan dan meringkas berbagai situasi, fenomena, atau pun kondisi dari realitas sosial yang ada pada masyarakat yang menjadi objek dari suatu penelitian, sehingga dari hal menjadi suatu upaya dapat memperoleh fakta ini dari suatu sifat, watak, gambaran, atau pun tanda mengenai situasi dan fenomena-fenomena tertentu.

Dalam hal ini peneliti memakai metode analisis *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman. Kerangka yang dikemukakan Entman lebih fokus pada bagaimana proses seleksi muncul dari berbagai unsur realitas, sehingga terdapat beberapa bagian menjadi lebih penting dibandingkan bagian lainnya. Selain itu, Entman memberikan penempatan informasi yang lebih tepat sasaran pada konteks tertentu, sehingga ia dapat mengalokasikannya lebih banyak dibandingkan sisi lainnya (Eriyanto, 2011). Lebih

lanjut Eriyanto juga menjelaskan terdapat empat dalam melakukan *framing* pemberitaan yaitu pertama, mendefinisikan masalah yang berisi mengenai bagaimana suatu peristiwa atau isu dilihat, sebagai masalah apa, atau sebagai apa. Kedua, memperkirakan suatu masalah atau asal muasal nya, termasuk apa yang menyebabkan terjadinya peristiwa tersebut, apa yang dianggap sebagai masalah, dan siapa yang menyebabkan masalah ini. Ketiga, pengambilan keputusan etis dimana jenis penilaian moral apa yang dikedepankan untuk menjelaskan permasalahannya, dan penilaian moral apa yang digunakan untuk melegitimasi suatu tindakan. Dan yang keempat,berfokus pada solusi yang mengusulkan jenis solusi apa untuk mengatasi masalah atau masalah, dan jalan mana yang harus diambil untuk mengatasi masalah tersebut.

Data primer yang ada di gunakan pada penelitian ini mengenai pemberitaan penutupan TikTok *shop* pada portal [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) dan [republika.co.id](http://republika.co.id) dengan rentang tanggal 17-20 September 2023. Dan data sekunder yang di gunakan pada penelitian ini berkaitan dengan berbagai literatur yang bisa di jadikan sebagai landasan atau pun landasan dalam menganalisis pemberitaan yang berasal dari sudut pandang media atau pun realitas yang sedang di teliti.

## Hasil dan Pembahasan

### ***Framing* pemberitaan [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com)**

Penetapan suatu agenda yang ditetapkan oleh suatu media massa dipilih dengan cara memilih suatu isu apa yang menurut oleh media massa menarik, sehingga dapat memberikan perhatian terhadap pemberitaan pada isu tersebut (McQuail 2010). Selain itu dalam penentuan suatu agenda merupakan hal yang sama dengan menetapkan *framing* yang dimana suatu metode yang berfungsi untuk melihat bagaimana media bercerita terhadap suatu peristiwa (Gogali et al. 2021). [Cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) memilih pemberitaan kemudian menjadikannya suatu agenda media nya yang memberikan perhatian nya dengan menjadikannya *headline* pada peristiwa yang ada pada pemberitaannya. [Cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) menjadikan peristiwa penutupan TikTok *Shop* menjadi suatu agenda untuk media nya sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat mengenai informasi perkembangan penetapan penutupan TikTok *Shop*. Pada tanggal 20 September 2023, dimana [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) memilih pemberitaan yang berhubungan mengenai keluhan dan jeritan pedagang yang belakangan ini mengalami omzet yang anjlok parah, dan hal ini menjadi suatu agenda pemberitaan pada [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com).

### **Gambar 1. Berita CNNIndonesia.com**



Sumber: cnnindonesia.com

Langkah yang dilakukan oleh cnnindonesia.com telah sesuai dengan hakikat *headline* sesungguhnya, dimana *headline* menjadi inti berita, dan merepresentasikan bagaimana isu utama dari peristiwa yang dibicarakan menjadi berita (Gogali et al. 2021). Berikutnya tema isu pemberitaan mengenai dampak dan penyebab kenapa TikTok *shop* menjadi tokoh utama yang menjadi dalang kerugian bahkan kebangkrutan untuk UMKM di Indonesia dalam pemberitaan, yang dimana seperti yang dikemukakan oleh Entmant dengan mendefinisikan masalah, penyebab masalah, evaluasi moral, dan rekomendasi penyelesaiannya (Jaya and Syam 2019). Pada pemberitaan yang ada pada cnnindonesia.com apa bila di lihat dari perspektif dan isi yang juga sama yaitu perihal mengenai dampak dari adanya TikTok *Shop* sehingga muncul peristiwa penutupan TikTok *Shop* di Indonesia yang dalam hal ini berdampak kepada penutupan TikTok *Shop* di Indonesia.

Peristiwa penutupan TikTok *Shop* menurut cnnindonesia.com cenderung diarahkan kepada pemberitaan yang di frame cenderung negatif. Dimana seperti pada tanggal 19 September 2023 mengangkat pemberitaan yang berhubungan tentang dengan adanya TikTok *Shop* berdampak kepada pedagang pasar tanah abang yang menunggak sewa kios hingga puluhan juta, dimana pada pemberitaan tersebut disebutkan bahwa tunggakan pembayaran kios pada pasar tanah abang telah mencapai puluhan juta rupiah yang dimana berdasarkan kepada surat peringatan dari unit pasar besar yang di tempel pada kios pedagang-pedagang yang menunggak. Hal menjadi fokus disini adalah penyebab dari menunggak tersebut adalah belakangan ini para pedagang mengalami penurunan omzet dagangan hingga 80%.

Gambar 2. Berita CNNIndonesia.com

Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>  
DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.155>



Sumber: cnnindonesia.com

Lebih lanjut persoalan ini tidak lepas dari hadirnya TikTok *Shop* yang memberikan peluang kepada penjual untuk menawarkan barangnya ke pengguna secara live, feed video, dan katalog produk. Lebih lanjut harga barang yang dijual pada TikTok *Shop* cenderung lebih murah dan dengan belanja online khalayak lebih di mudah kan serta tidak perlu membuat khalayak untuk berdesak-desakan hingga panas-panasan ketika belanja. Hal ini sejalan dengan temuan yang ditemukan oleh Gunarso (2023) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa TikTok *Shop* lebih murah dari pada harga toko.

Dari hal ini dapat diketahui bahwa kecenderungan dari *framing* yang di gunakan oleh cnnindonesia.com pada pemberitaan penutupan TikTok *Shop* adalah basis *frame* ekonomi yang dimana telah dijelaskan oleh Dahinden (2006), basis *frame* ekonomi merupakan suatu basis frame ini yang dilihat berdasarkan dari sudut pandang ekonomi. Seperti yang dipahami bahwa *framing* yang dikemukakan oleh Entman berfungsi untuk memfokuskan suatu unsur tertentu yang ingin di fokuskan berdasarkan dari isu-isu penting yang diketahui oleh khalayak khususnya pembaca dari pemberitaan itu sendiri. Lebih lanjut seperti yang dikemukakan oleh Entman, yang dimana kerangka kerja dari *framing* lebih berfokus kepada bagaimana pemberitaan menampilkan suatu teks atau pesan dan bagaimana juga pembuat dari teks tersebut menilik teks tersebut adalah hal yang penting. Dari hal ini sebenarnya dapat disimpulkan bahwa ketika suatu teks dikonstruksikan dengan fokus pada teks tertentu, maka teks itu akan memiliki nilai. Dan hal ini sejalan dengan yang disampaikan sebelumnya bahwa realitas yang dikemukakan oleh Entman lebih kepada memilih masalah serta menekankan aspek tertentu yang berasal realitas, serta inti nya adalah pada tahapan pembentukan suatu pesan yang dapat lebih menarik serta memiliki makna untuk khalayak.

Berdasarkan dari peristiwa penutupan TikTok *Shop*, dapat diketahui bahwa analisis yang diketahui berdasarkan dari cnnindonesia.com menggunakan sintaksi frame, yang dimana model tersebut lebih berfokus kepada asumsi setiap berita pasti memiliki frame yang memiliki peran dalam menghasilkan berita yang penting diketahui oleh khalayak. Lebih lanjut model ini merupakan pandangan yang berfungsi menggabungkan banyak elemen pada teks berupa kutipan yang berasal dari sumber,

Journal Homepage : <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/index>

DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.155>

latar belakang, dan penggunaan kata tertentu. Selain itu model ini juga mengacu kepada pengertian dari konten berita, sumber, petunjuk, berita utama, dan artikel lengkap berita.

### **Framing pemberitaan republika.co.id**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilaksanakan republika.co.id mempunyai *frame* yang berbeda dengan cnnindonesia.com, dimana republika.co.id memiliki beberapa *frame* yang berbeda dalam memberitakan isu penutupan TikTok *Shop* di Indonesia. Seperti pada berita tanggal 17 September 2023, dimana lebih berfokus kepada pemantauan perkembangan regulasi yang mengatur mengenai perdagangan pada media sosial TikTok.

**Gambar 3.** Berita Republika.co.id

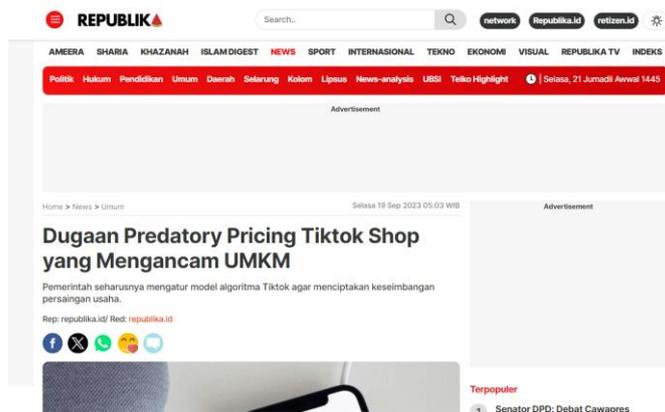


Sumber: republika.co.id

Dari hal ini terlihat bahwa *frame* yang digunakan oleh republika.co.id pada pemberitaan ini adalah basis *frame* moral, etika, hukum. Yang dimana basis *frame* ini membahas mengenai suatu isu atau peristiwa yang berdasarkan dari sudut pandang moral, etika, dan juga hukum (Dahinden 2006). Basis ini secara khusus digunakan oleh republika.co.id ketika menceritakan perkembangan regulasi mengenai perdagangan di media sosial.

Lebih lanjut pemberitaan lainnya yang dimana *frame* yang dibuat oleh republika.co.id cenderung negatif mengenai TikTok *shop*. Seperti pemberitaan pada tanggal 19 September 2023, yang berfokus kepada dugaan TikTok *shop* yang menggunakan *predatory pricing* atau biasa disebut sebagai menjual barang atau produk dengan harga dibawah harga modal.

**Gambar 4.** Berita Republika.co.id



Sumber: republik.co.id

Dampak dari penerapan *predatory pricing* merupakan suatu hal yang merugikan untuk pelaku UMKM, yang dimana membuat UMKM sulit untuk bersaing. Dari hal ini dapat diketahui bahwa kecenderungan dari *framing* yang di gunakan oleh republik.co.id. Pada pemberitaan ini lebih kepada basis *frame* konflik, yang dimana basis *frame* konflik ini lebih berfokus kepada suatu isu yang ditentukan berdasarkan dari konflik atau permalahan kepentingan kelompok sosial yang beragam (Dahinden 2006).

Namun terdapat hal yang berbeda lainnya dalam pemberitaan yang dibuat oleh republik.co.id. dimana pemberitaan republik.co.id terdapat suatu pemberitaan yang cenderung adanya hal positif dari peristiwa yang berhubungan TikTok Shop. Dimana seperti pemberitaan pada tanggal 20 September 2023., yang berfokus bahwa adanya pedagang tanah abang yang justru merasa terbantu dengan adanya TikTok Shop. Karena bagi pedagang tersebut TikTok Shop membantu mereka dalam menjangkau pembeli yang berasal dari seluruh wilayah yang ada di tanah air tanpa adanya musim-musim tertentu.

Gambar 5. Berita Republik.co.id



Sumber: republik.co.id

Dengan penggunaan media sosial ini lebih merasa terbantu dan penghasilan lebih cenderung meningkat. Dari hal ini dapat kita ketahui bahwa basis *frame* yang digunakan untuk pemberitaan yang berhubungan dengan merasa terbantu dengan adanya TikTok Shop menggunakan basis *frame personalisasi*, karena lebih berfokus kepada penjelasan yang dijelaskan oleh perspektif dari personal individu saja. Dari ketiga perbedaan basis

frame pemberitaan republika.co.id dapat disimpulkan bahwa republika.co.id hanya berfokus kepada suatu peristiwa yang terjadi pada waktu itu saja. Sehingga karena hal tersebut republika.co.id menggunakan *episodic framing* terhadap pemberitaan yang berhubungan dengan TikTok Shop. Lebih lanjut dari hal ini memungkinkan republika.co.id hanya ingin memberitakan pemberitaan yang diberitakannya mudah untuk khalayak pahami dan khalayak mengerti

Analisis *framing* merupakan suatu pembahasan yang berfungsi untuk memahami bagaimana suatu media dalam melaksanakan tahapan konstruksi pada pemberitaannya. Dimana pemberitaan ini pasti memiliki perbedaan, untuk memahami segalanya yang berhubungan dengan apa yang dilakukan suatu media dan mengapa suatu media melakukan pembingkaihan tersebut terhadap pemberitaan yang berhubungan dengan isu pemberitaan penutupan TikTok Shop, sebagai salah media sosial yang banyak digunakan oleh khalayak khususnya di Indonesia. Seperti yang dikemukakan oleh Pan Kosicki menyatakan bahwa *frame* merupakan suatu media yang diimplementasikan dalam menjalankan *encoding*, menafsirkan, dan memunculkan suatu informasi yang mampu mengkomunikasikan dan juga di hubungkan dengan bagaimana kebiasaan dari pekerjaan jurnalistik. Maka dari itu *frame* bisa dikaji sebagai suatu strategi yang mampu mengkonstruksikan suatu proses dari karakteristik wacana berita tersebut (Meilani and Setiawan 2022).

Pada dasarnya *frame* adalah hasil akhir dari suatu tahapan produksi suatu berita, dimana dalam memahami hal ini, menjelaskan bagaimana tahapan dalam memproduksi suatu berita. Lebih lanjut tahap pertama adalah bagaimana seorang wartawan mempersepsikan suatu fenomena yang akan di dokumentasikan. Dalam hal ini wartawan pasti akan membatasi pemikirannya ketika mengidentifikasi peristiwa atau isu apa yang akan dijadikan suatu berita (Eriyanto, 2011). Dari hal tersebut bisa disimpulkan bahwa dalam produksi suatu berita bisa disebut sebagai konstruksi, yang dimana maksudnya disini adalah suatu struktur yang ia tentukan apakah berita tersebut dianggap penting dan layak untuk diberitakan. Karena suatu media pada dasarnya memiliki standar atau nilai tersendiri ketika melihat suatu kenyataan. Yang mana standar penilaian yang dimiliki oleh media tidak bersifat pribadi, melainkan standar atau penilaian tersebut sesuai kesepakatan sesama jurnalis. Maka dari itu wartawan pada dasarnya memiliki prinsip yang sama, dan prinsip ini yang akan membentuk suatu *frame* dan ideologi untuk setiap pemberitaan maupun media massa.

## Kesimpulan

Berdasarkan dari hal-hal yang telah dijelaskan pada hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa analisis *framing* pemberitaan penutupan TikTok Shop pada portal berita cnnindonesia.com menggunakan model sintaksis *frame* dalam pemberitaan yang berhubungan penutupan TikTok Shop. Yang dimana model tersebut lebih berfokus kepada asumsi setiap berita mempunyai frame yang memiliki peran dalam membuat berita yang penting diketahui oleh khalayak. Lebih lanjut model ini suatu pandangan atau gagasan yang berfungsi untuk menggabungkan berbagai elemen pada teks berupa kutipan yang berasal dari sumber, latar belakang, dan penggunaan kata tertentu. Selain itu model ini juga mengacu kepada pengertian dari konten berita, sumber, petunjuk, berita utama, dan artikel lengkap berita.

Sementara [republika.co.id](http://republika.co.id) memiliki tema yang berbeda dalam memberitakan peristiwa yang berhubungan dengan penutupan TikTok Shop. Model yang digunakan diantaranya ialah *episodic framing*, yang mana apabila disimpulkan [republika.co.id](http://republika.co.id) hanya berfokus kepada suatu peristiwa yang terjadi pada waktu itu saja. Lebih lanjut dari hal ini memungkinkan [republika.co.id](http://republika.co.id) hanya ingin memberitakan pemberitaan yang diberitakan nya mudah untuk khalayak pahami dan khalayak mengerti.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan bahwa peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih banyak lagi sumber-sumber referensi dalam penelitiannya agar dapat lebih banyak memperoleh referensi dan sumber data penelitiannya. Ditambah media harus menjadi institusi yang netral dalam pemberitaannya, dan untuk menghasilkan berita yang benar-benar positif bagi masyarakat, media tidak boleh mengkonstruksi realitas yang berpihak pada politik tertentu.

## Referensi

- Bungin, Burhan. 2008. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Dahinden, Urs. 2006. "Framing: Eine Integrative Theorie Der Massenkommunikation." *Forschungsfeld Kommunikation* 22(October).
- Entman, Robert M. 2007. "Framing Bias: Media in the Distribution of Power." *Journal of Communication* 57(1): 163-73.
- Eriyanto. 2011a. *Analisis Framing : Konstruksi Ideologi, Dan Politik Media*. Yogyakarta: CLKis.
- . 2011b. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Gogali, Venessa Augusta, Angga Pradipta, Achmad Haikal, and Muhammad Ichsan. 2021. "Analisis Framing Robert N Entman Pada Pemberitaan Kecelakaan Pesawat Sriwijaya Air SJ 182 Di Kompas.Com Dan Detik.Com Tanggal 9-11 Januari 2021." *eJournal Komunikasi* 12(1): 67-74. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index67>.
- Gunarso, Sandy. 2023. "Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat." 3(1): 109-14.
- Handayani, Rade, Budhi Wahyu Fitriadi, and Depy Muhamad Pauzy. 2022. "The Influence of Social Media TikTok and E-Wom Interested to Buy Soemethinc Brand and Impact on The Purchase Decision (Survey of TikTok Users in The Management Study Program of University Perjuangan Tasikmalaya)." *Journal of Indonesian Management (JIM)* 2(3): 473-82.
- Indriyani, Tesi, and Rita Herlina. 2021. "Makna Interaksi Host Dengan Penonton Saat Live." *Jurnal Profesional FIS UNIVED* 8(2): 1-6.
- Insani, D F, and A Zamzamy. 2023. "Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNBC Indonesia. Com Dan Kompas. Com Mengenai Dampak Lingkungan Pemindahan Ibu Kota Negara." *Innovative: Journal Of Social Science ...* 3: 2981-93. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3806>.
- Jaya, Denny Elvras, and Hamdani M Syam. 2019. "Analisis Framing Pemberitaan Kasus Korupsi E-Ktp Oleh Setya Novanto Di Cnnindonesia.Com Dan Viva.Co.Id." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* 4(3): 1-14. [www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP).
- Juliana, Hellen. 2023. "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop." *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi* 1(6): 1517-38.
- Katadata. 2023. "Pengguna TikTok Di Indonesia Terbanyak Kedua Di Dunia per April 2023." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>.

- Marheinis, Muhamad Irfan, and Herpindo. 2021. "ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN MEDIA DARING PERBEDAAN PEMBERITAAN INDOSPORT DAN BOLASPORT.COM TENTANG KEKALAHAN TIMNAS INDONESIA." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 17(1): 52-61.
- McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Meilani, Dian Nur Sahar, and Hendra Setiawan. 2022. "Analisis Framing PAN Dan Kosicki: Hibah Bunda Pintar Tempo.Co Dan CNN Indonesia." *Jurnal Bahasa, Sastra dan Budaya* 1(1).
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyansyah, Gumilar Tintan, and Raya Sulistyowati. 2020. "Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya." *Pendidikan Tata Niaga* 9(1): 1097-1103.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori Dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Paramita, Nabila Prajna, Erwin Kartinawati, and Hari Wiryawan. 2022. "Analisis Framing Pemberitaan Tidak Berkibarnya Bendera Merah Putih Di Upacara Penutupan Thomas Cup 2020 ( Studi Di Cnn Indonesia . Com Dan Pikiran Rakyat . Com )." 1(2): 78-86.
- Putri, Reza, and Ari Sulistyanto. 2020. "Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @Buiramira." *Jurnal ilmu komunikasi media sosial* 4(1): 48-64.
- Sa'adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. 2022. "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2(5): 131-40.
- Siagian, Ade Onny, Rini Martiwi, and Natal Indra. 2020. "Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 3(3): 44.
- Sucipta, Johantan Alfando Wikandana, and Rizky Chandra Kurniawan. 2021. "Analisis Framing Pemberitaan Media Online Detik.Com Dan Kompas.Com Mengenai Kebijakan Kaltim Silent." *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 13(1): 37-49.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Penerbit Nuansa.