

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini secara spesifik berfokus pada "Analisis Framing Lampung Geh Pada Berita Banjir Periode Februari – Maret 2024 Dalam Membentuk Opini Publik Terkait Pemerintah Kota Lampung". Pemilihan judul ini dilandasi oleh keinginan untuk memahami bagaimana Lampung Geh, sebagai salah satu media lokal terbesar di Lampung dengan pengikut Instagram terbanyak, mengemas pemberitaan mengenai peristiwa genting seperti banjir. Peneliti akan mengkaji bagaimana media ini menyajikan informasi tersebut dan bagaimana penyajian ini memengaruhi pandangan publik terhadap Pemerintah Kota Bandar Lampung.

Analisis akan menggunakan model framing Robert Entman, yang memungkinkan peneliti untuk mengurai bagaimana Lampung Geh melalui model Framing Robert Etman melalui empat elemen di dalam nya untuk mengetahui framing yang di lakukan oleh media Lampung geh yaitu dengan mendefinisikan masalah banjir, mendiagnosis penyebab (aktor yang bertanggung jawab), membuat penilaian moral terhadap situasi dan pihak terkait, dan merekomendasikan solusi atau langkah penanganan. Melalui kerangka ini, kita dapat melihat perspektif Lampung Geh dalam merepresentasikan realitas, dan bagaimana framing ini berkontribusi pada pembentukan opini publik. Framing merupakan sebuah cara untuk memberikan interpretasi pada suatu peristiwa yang disajikan dalam media massa. Istilah yang lebih sederhana dari framing adalah sebagai proses menyusun berita. Konsep framing juga berkaitan dengan memberikan pemahaman, penjelasan, tinjauan, dan rekomendasi dalam sebuah artikel.

Sermerntara framing mernurut (Nabil Hafidli, 2023) merupakan proserns pertunjukkan atau penonjolan pada aspek tertentu dalam berita yang bertujuan untuk membingkai berita sehingga mampu mempengaruhi publik sesuai dengan kepentingan dan tujuan media itu sendiri. Proses ini berkaitan dengan budaya pada kelompok tertentu dimana sebuah informasi akan dikonstruksi sesuai dengan kepercayaan khalayak terkait, serta menghasilkan pandangan sesuai dengan apa yang dikonstruksi atau diciptakan oleh masing-masing khalayak tersebut.

Peristiwa banjir besar yang melanda Kota Bandar Lampung pada Februari

sampai Maret 2024 menjadi sorotan krusial peneliti dalam penelitian ini. Bencana ini tidak hanya memengaruhi masyarakat di dataran rendah, tetapi dampaknya terasa luas, menghambat aktivitas sehari-hari dan kegiatan perekonomian seluruh masyarakat Lampung. Hal ini menjadikan bencana banjir sebagai isu hangat yang banyak dicari dan diperbincangkan oleh masyarakat Kota Bandar Lampung.

Dalam pra-riset yang dilakukan, Peneliti mengamati bahwa unggahan berita mengenai banjir oleh Lampung Geh di platform Instagramnya memicu lonjakan opini publik, khususnya opini publik negatif terhadap Pemerintah Kota Bandar Lampung. Kolom komentar Lampung Geh di postingan Lampung Geh dipenuhi dengan kritik dan opini publik terhadap Pemerintah Kota Bandar Lampung, menyoroti kurangnya peran atau respons cepat Pemerintah Kota Bandar Lampung dalam mengatasi dan menangani bencana banjir yang terjadi di Kota Bandar Lampung. Pada hal ini Pemerintah Kota Bandar Lampung menjadi tokoh utama dalam narasi yang membentuk opini publik di media sosial Lampung Geh, hal ini menunjukkan bahwa peran media massa dalam dinamika politik dan partisipasi publik di era digital, sebagaimana disebutkan oleh Juleha (2024).

Komentar yang berada di unggahan Lampung Geh ini memicu respon cepat Pemerintah Provinsi Lampung untuk bergerak. Walikota beserta jajarannya segera memberikan bantuan berupa sembako dan uang tunai sebagai penanganan awal. Ini menunjukkan bahwa pemberitaan media memicu opini publik pada Pemerintah Kota bandar Lampung. Hal ini menjadi pemicu pemerintah untuk melakukan tindakan dan tanggung jawab sebagai Pemerintah Kota Bandar Lampung.

PT. Lampung Geh Helau (Lampung Geh) merupakan media online yang berdedikasi memberikan informasi seputar Lampung. Selain menyajikan konten mengenai pariwisata, budaya, sosok inspiratif, kuliner, gaya hidup, sejarah, komunitas, dan acara, Lampung Geh juga merupakan bagian dari program 1001 startup media online Kumparan (PT DynamoMedia Network).

Sebagai perwakilan Lampung dalam program 1001 startup ini, Lampung Geh memiliki fokus khusus dalam menyajikan berita-berita bersifat *hard news* di kanal Kumparan, meliputi isu-isu sosial, politik, pemerintahan, pembangunan, ekonomi, keamanan, kriminal, hingga bencana alam. Lampung Geh dapat diakses melalui website kumparan/Lampunggeh.com. Portal berita ini secara konsisten menyajikan berita aktual dari berbagai bidang dengan mengedepankan akurasi dan kecepatan dalam penyampaian. Lampung Geh berkomitmen menjadi sumber

informasi terpercaya bagi masyarakat Lampung dan sekitarnya.

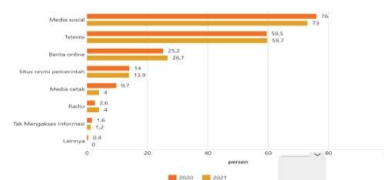
Selain itu, Lampung Geh juga mengemas beritanya dengan mengangkat sisi humanis dan menggunakan judul yang menarik untuk membangkitkan sisi emosional pembaca, sehingga dapat mempertahankan kredibilitas media. Praktik ini menunjukkan adanya konvergensi media pada Lampung Geh, di mana berita yang disajikan di website juga diunggah kembali di platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok, untuk memperluas jangkauan dan interaksi dengan audiens.

Dalam era internet saat ini penyebaran informasi terjadi pergeseran signifikan dalam cara masyarakat mendapatkan berita. Jika sebelumnya media cetak dan elektronik dominan, kini berita online telah menjadi format yang paling diminati. Berita online menawarkan keuntungan kecepatan dan kemudahan akses; penggunaanya tidak perlu khawatir ketinggalan berita karena informasi selalu *up to date* dan disajikan dengan cepat. Pertumbuhan berita online ini beriringan dengan pesatnya peningkatan jumlah pengguna internet, karena akses situs berita digital sangat bergantung pada konektivitas internet.

Data dari Databoks (2022) mengonfirmasi bahwa 26,7% penduduk Indonesia mendapatkan informasi dari media online. Angka ini, yang lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya, mengindikasikan bahwa hampir sepertiga masyarakat Indonesia memilih media online untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, menandakan adanya kecenderungan dan pola konsumsi informasi yang jelas.

Media online menempati peringkat ketiga yang sering diakses pada saat ini guna mendapatkan sebuah informasi atau sebuah kutipan berita. Dari laman databoks.com sebanyak 26,7 persen penduduk Indonesia mendapatkan informasi dari media online.

Gambar 1. 1 Data Persentase Masyarakat Mencari Berita



Sumber: Databoks (2022)

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 terdapat persentase yang lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya dalam preferensi masyarakat dalam mendapatkan sebuah informasi terkini. Presentase tersebut mencapai 26,7 persen, yang menunjukan bahwa hampir sepertiga

masyarakat memilih media online untuk dalam mendapatkan berita. Angka ini mengindikasikan adanya kecenderungan dan pola tertentu dalam cara masyarakat memperoleh dan mengonsumsi informasi.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui framing yang dilakukan media Lampung Geh dalam membentuk opini publik tentang Pemerintah Kota Bandar Lampung dalam pemberitaan banjir Lampung Tahun 2024.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tinjauan penelitian diatas, maka pertanyaan penelitian yang menjadi fokus perhatian dalam penelitian ini adalah, bagaimana *framing* yang dilakukan Lampung Geh dalam membentuk pembentukan opini publik tentang Pemerintah Kota Bandar Lampung dalam pemberitaan banjir Lampung Tahun 2024?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua aspek, yakni manfaat teoritis dan manfaat secara praktis

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat menambah hasil penelitian yang berkaitan dengan upaya dan perencanaan aktivitas humas untuk pengembangan Ilmu Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat digunakan sebagai bahan informasi pembaca untuk mengetahui upaya dan perencanaan aktivitas humas yang dilakukan sebuah instansi atau perusahaan dalam mengkampanyekan logo baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai wadah untuk memperluas ilmu pengetahuan mengenai peran media massa dalam pembentukan opini publik terhadap pemerintah Provinsi Lampung.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana evaluasi penting bagi Lampung Geh dan instansi media lainnya. Tujuannya adalah untuk membantu mereka dalam upaya

pembentukan opini publik yang efektif terhadap Pemerintah Provinsi Lampung

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama 12 bulan terhitung dari bulan Januari 2024 hingga bulan Desember 2024. Untuk memperkuat data dan informasi ini akan dilakukan di Provinsi Lampung, Kota Bandar Lampung. Lokasi ini diharapkan dapat mengungkap data-data yang dapat diambil interretasinya secara valid dan komprehensif.

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	2024											
		Ja n	Fe b	Ma r	Ap r	Me i	Ju n	Ju l	Ag u	Se p	Ok t	No v	De s
1.	Pra Riset												
2.	Penentuan Tema												
3.	Pembuatan BAB 1												
4.	Pembuatan BAB 2												
5.	Pembuatan BAB 3												
6.	Desk Evaluation												
7.	Penyusunan Bab 4-5												

	Pendaftara n Sidang skripsi												
9.	Pelaksanaa n Sidang Skripsi												

Sumber : Olahan Peneliti (2024)