

## **PEMBINGKAIAN BERITA PEMINDAHAN IBU KOTA INDONESIA OLEH MEDIA ONLINE OKEZONE.COM DAN VIVA.CO.ID**

Alifia Pradyanti<sup>1</sup>, Antar Venus, M.A.Comm<sup>2</sup>, Vina Mahdalena<sup>3</sup>

*Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jakarta*

*Jalan R.S Fatmawati, Pangkalan Jati, Cilandak, Cinere, Kota Jakarta Selatan 16514*

Email: (1) [alifiaprdyanti@yahoo.co.id](mailto:alifiaprdyanti@yahoo.co.id), (2) venusantar@yahoo.com, (3)  
Vinamahdalena@upnvj.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas bagaimana media online Okezone.com dan Viva.co.id dalam membingkai berita Pemindahan Ibu Kota Indonesia. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori framing. Metode yang digunakan adalah Model Zhongdan Pan dan Gerald. M. Kosick Model. Model tersebut menganalisa dengan empat struktur yaitu sintaksis (judul, lead, latar informasi, kutipan sumber dan penutup) Skrip (kelengkapan unsur berita 5W+1H), Tematik (paragraph proposisi antar kalimat) dan Retoris (kata, idiom, gambar/foto). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi dokumen yang berasal dari unggahan kedua media online pada bulan Juli-September 2019 terkait Pemindahan Ibu Kota Indonesia. Sehingga terkumpul enam berita yang diteliti sebagai unit analisis data pada penelitian ini. Hasil temuan yang didapat yaitu dari struktur sintaksis kedua media menggunakan judul yang bertolak belakang, dimana latar informasi yang digunakan Okezone.com lebih kepada pemerintah sedangkan Viva.co.id lebih kepada masyarakat. Pada struktur skrip Okezone.com memenuhi unsur berita namun narasumber yang dipilih hanya satu sudut pandang, sedangkan Viva.co.id belum memenuhi unsur berita pada berita ketiga. Pada struktur tematik kedua media berbeda dalam menonjolkan isinya walaupun dengan tema yang sama. Untuk unsur retoris sendiri penggunaan gambar pada kedua media cukup menjelaskan isi pemberitaannya. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menekankan ideologi media dalam membingkai suatu peristiwa. Selain itu media juga dapat menampilkan lebih dari satu narasumber agar dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Untuk masyarakat sendiri diharapkan menggali informasi lebih dalam dengan tidak bersumber hanya dari satu media saja.

**Kata kunci:** Media *online*, membingkai, pemindahan ibu kota

**FRAMING NEWS ABOUT INDONESIAN CAPITAL CITY TRANSLOCATION  
BY ONLINE MEDIA OKEZONE.COM AND VIVA.CO.ID**

Alifia Pradyanti<sup>1</sup>, Antar Venus, M.A.Comm<sup>2</sup>, Vina Mahdalena<sup>3</sup>

*Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jakarta*

*Jalan R.S Fatmawati, Pangkalan Jati, Cilandak, Cinere, Kota Jakarta Selatan 16514*

Email: (1) [alifiaprdyanti@yahoo.co.id](mailto:alifiaprdyanti@yahoo.co.id), (2) [venusantar@yahoo.com](mailto:venusantar@yahoo.com), (3)  
[Vinamahdalena@upnvj.ac.id](mailto:Vinamahdalena@upnvj.ac.id)

**Abstracts**

*This study discusses how online media Okezone.com and Viva.co.id frame the news of the Moving of the Indonesian Capital. The research approach used is descriptive qualitative using framing theory. The method used is the Zhongdan Pan and Gerald Models. M. Kosick Model. The model analyzes with four structures namely syntax (title, lead, background information, source and closing quotes) Scripts (completeness of 5W + 1H news items), Thematic (paragraph propositions between sentences) and Rhetorical (words, idioms, pictures / photographs). This study uses document study data collection techniques originating from uploads of both online media in July-September 2019 related to the Moving of the Indonesian Capital. So that collected six news that were examined as a data analysis unit in this study. The findings obtained from the syntactic structure of the two media use the opposite title, where the background information used by Okezone.com is more to the government while Viva.co.id is more to the public. In the structure of the script Okezone.com fulfills the news element, but the resource persons chosen are only one point of view, while Viva.co.id has not fulfilled the news element in the third news. In the thematic structure the two media differ in highlighting their contents even with the same theme. For the rhetorical element, the use of images in both media is sufficient to explain the contents of the news. It is hoped that further research can emphasize media ideology in framing an event. In addition, the media can also display more than one resource so that it can be seen from various points of view. The community itself is expected to dig deeper information by not only from one media.*

**Keywords:** Online media, framing, moving the capital