

**ANALISIS *FRAMING* MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN KOMPAS.COM
PADA KONTROVERSI GUS MIFTAH DENGAN PENJUAL ES TEH (Edisi
4 Desember 2024)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama: Irsyadatus Shofiyah

NIM: 1410621049

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

ABSTRAK

Irsyadatus Shofiyah (1410621049), Analisis *Framing* Media Online Detik.com dan Kompas.com Pada Kontroversi Gus Miftah Dengan Penjual Es Teh (Edisi 4 Desember 2024); 172 halaman; 9 buku; 24 jurnal; 15 situs. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Kontroversi antara Gus Miftah dan penjual es teh yang viral di media sosial pada Desember 2024 menyita perhatian publik. Peristiwa tersebut memunculkan perdebatan mengenai etika komunikasi publik figur, terutama dalam konteks bagaimana pesan keagamaan disampaikan di tengah sensitivitas sosial masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media online Detik.com dan Kompas.com membingkai kontroversi antara Gus Miftah dan penjual es teh yang viral di media sosial pada Desember 2024.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis *framing* model Robert Entman, yang mencakup empat elemen. Pertama, *Define Problems* (bagaimana media mendefinisikan masalah). Kedua, *Diagnose Causes* (menjelaskan penyebab masalah). Ketiga, *Make Moral Judgement* (penilaian moralnya). Dan keempat, *Treatment Recommendation* (Solusi yang ditawarkan).

Sumber data diperoleh dari delapan berita yang dipublikasikan awal pada tanggal 4 Desember 2024, terdiri dari empat berita Detik.com dan empat berita Kompas.com yang memiliki jumlah komentar terbanyak. Pemilihan tanggal tersebut dilakukan untuk menangkap konstruksi *framing* awal sebelum opini publik dan media lain ikut memberitakan. Analisis melalui unit teks berita yang mencakup penekanan isu dan penonjolan aspek.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa kedua media memiliki cara pandang yang berbeda dalam membingkai peristiwa tersebut. Detik.com lebih banyak menyoroti sisi viralitas dan reaksi publik di media sosial. Pemberitaannya menekankan pada klarifikasi dan permintaan maaf dari Gus Miftah, menggambarkan kontroversi ini sebagai bentuk kesalahpahaman akibat gaya komunikasi spontan. Sikap Detik.com terlihat netral dan berusaha menampilkan kedua sisi secara seimbang tanpa penilaian moral yang tajam. Gaya pemberitaan yang cepat dan ringan mencerminkan karakter media daring yang menekankan aktualitas serta nilai harmoni sosial. Berbeda dengan itu, Kompas.com menghadirkan

pemberitaan yang lebih reflektif dan mendalam. Media ini membingkai peristiwa sebagai persoalan etika komunikasi publik dan tanggung jawab moral seorang tokoh agama. Kompas.com menghadirkan pandangan tokoh keagamaan untuk memperkuat sudut pandang moral, sejalan dengan citranya sebagai media yang berorientasi pada nilai, keseimbangan, dan kedalaman analisis.

Ditekankan bahwa Detik.com membingkai kontroversi Gus Miftah dengan menonjolkan harmoni sosial, pemaafan, dan penyelesaian damai. Sedangkan Kompas.com menekankan aspek moral, etika komunikasi, serta tanggung jawab sosial tokoh publik terhadap masyarakat kecil. Perbedaan *framing* tersebut menunjukkan bahwa kedua media tidak menampilkan keberpihakan personal, tetapi memiliki keberpihakan nilai yang berbeda. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi media dalam menjaga keseimbangan antara kecepatan informasi, tanggung jawab moral, dan nilai edukatif dalam setiap pemberitaan.

Kata Kunci: Analisis *Framing*, Detik.com, Kompas.com, Gus Miftah



ABSTRACT

Irsyadatus Shofiyah (1410621049). Framing Analysis of Online Media Detik.com and Kompas.com on the Controversy Between Gus Miftah and an Iced Tea Seller (Edition of December 4, 2024); 172 pages; 9 books; 24 journals; 15 websites. Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta.

The controversy between Gus Miftah and an iced tea seller that went viral on social media in December 2024 attracted widespread public attention. The incident sparked debates about the ethics of public communication by religious figures, particularly regarding how religious messages are conveyed amidst social sensitivity. This study aims to examine how the online media Detik.com and Kompas.com framed the controversy between Gus Miftah and the iced tea seller that went viral on social media in December 2024.

This research employs a descriptive qualitative method using Robert Entman's framing analysis model, which consists of four elements: (1) Define Problems, how the media define the issue; (2) Diagnose Causes, identifying the causes of the problem; (3) Make Moral Judgement, the moral evaluation applied; and (4) Treatment Recommendation, the solutions or resolutions offered.

The data were collected from eight news articles published on December 4, 2024 four from Detik.com and four from Kompas.com selected based on the highest number of comments. The specific publication date was chosen to capture the initial framing construction before being influenced by other media narratives and public opinion. The analysis focused on textual units highlighting issue emphasis and salience aspects within the news coverage.

The findings reveal that the two media platforms presented contrasting framing perspectives. Detik.com predominantly emphasized the viral aspect and public reactions on social media. Its reports focused on Gus Miftah's clarification and apology, portraying the controversy as a misunderstanding caused by spontaneous communication. Detik.com maintained a neutral stance, balancing both sides without strong moral judgment. The quick, light-toned coverage reflects the platform's character as an online media outlet that prioritizes immediacy and social harmony. In contrast, Kompas.com presented a more reflective and in-depth narrative, framing the event as an issue of communication ethics and moral

responsibility for public figures. The platform included perspectives from religious leaders to reinforce its moral stance, aligning with its reputation as a value-oriented media emphasizing balance and analytical depth.

Overall, *Detik.com* framed the controversy by highlighting social harmony, forgiveness, and peaceful resolution, while *Kompas.com* underscored moral values, communication ethics, and the social responsibility of public figures toward marginalized communities. These differing framings demonstrate that both media do not exhibit personal bias but instead reflect distinct value orientations. The findings of this study are expected to serve as a reflection for media practitioners to maintain a balance between informational speed, moral responsibility, and educational value in news reporting.

Keywords: *Framing Analysis, Detik.com, Kompas.com, Gus Miftah*



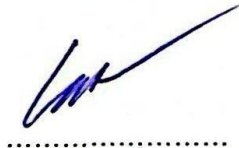
Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si.</u> NIP. 197803182008012010 Ketua		19/01 26
2.	<u>Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si.</u> NIP. 197403092005012001 Penguji Ahli I		19/01 26
3.	<u>Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D</u> NIP. 199106022024061002 Penguji Ahli II		19/01 26
4.	<u>Dr. Elisabeth Nugrahaeni, P., M.Si.</u> NIP. 197311152006042001 Pembimbing I		19/01 26
5.	<u>Dr. Dini Safitri, M.Si.</u> NIP. 198402062010122002 Pembimbing II		19/01 26

Tanggal Lulus: 23 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irsyadatus Shofiyah

NIM : 1410621049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : Analisis *Framing* Media Online Detik.com dan Kompas.com Pada Kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh (Edisi 4 Desember 2024)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul "**Analisis *Framing* Media Online Detik.com Dan Kompas.com Pada Kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh (Edisi 4 Desember 2024)**" merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 4 Desember 2025



Irsyadatus Shofiyah

NIM. 1410621049



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: (021) 4894221
Laman: lib.unj.ac.id.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irsyadatus Shofiyah
NIM : 1410621049
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/S1 Ilmu Komunikasi
Alamat Surel : sovyaaah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas Karya Ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-Lain (.....)

yang berjudul: **Analisis *Framing* Media Online Detik.com dan Kompas.com Pada Kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh (Edisi 4 Desember 2024)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, dan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Januari 2026

Irsyadatus Shofiyah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat diizinkan untuk menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul 'Analisis *Framing* Media Online Detik.com dan Kompas.com Pada Kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh (Edisi 4 Desember 2024)'. Skripsi ini disusun sebagai tanggungjawab dan syarat mahasiswa akhir dalam mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orangtua penulis yakni Almarhum ayahanda, Bapak Ahmad Buchori Hady dan Ibu tercinta, Ibu Sritatik yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, doa, dan semangat dalam perjalanan ini. Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Ifan Iskandar, M. Hum., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Kemahasiswaan dan Alumni, Prof. Dr. Ari Saptono, S. E., M.Pd., selaku Wakil Rektor Bidang Keuangan dan Sumber Daya, Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd., selaku Wakil Rektor III Bidang Riset, Inovasi, dan Sistem Informasi, Serta Dr. Andy Hadiyanto, M.A, selaku Wakil Rektor IV Bidang Kerja Sama dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta. Dr. Kurniawati, M.Si., selaku Wakil Dekan I, Dr. Aris Munandar, M.Si selaku Wakil Dekan II, Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Dini Safitri, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta
5. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, Ph.D., selaku Koordinator Sidang Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta.
6. Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi dan Dr. Dini Safitri, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta, yang memberi arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi sedari awal hingga akhir.

7. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., selaku Ketua Sidang Skripsi, Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., selaku Penguji Ahli Skripsi, dan Sandy Allifiansyah M.A., Ph.d selaku Sekretaris Sidang Skripsi yang memberikan arahan serta masukan terkait skripsi penelitian ini.
8. Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri., S.Sos., M.I.Kom., Dr. Kinkin Yuliaty S. P., M.Si., CICS., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Nada Arina Romli, M.I.Kom., CPR., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., CPR., Dr. M. Fikri Akbar, M.Si., Sandy Allifiansyah M.A., Ph.d Mega Ayu Permatasari, M.Si., dan Noprita Herari, M.Ikom selaku Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta yang senantiasa memberikan ilmu kepada peneliti selama proses belajar mengajar dibangku perkuliahan.
9. Kepada teman-teman yang kebersamai penulis selama studi di Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, yakni Anisa Rahma Putri, Dianita Sari, Ainulia Pardicha, Haisya Imanda Nabila Maisa, Rachel Archita Salwa, Hauzana Saniyya, Hanivah Sani, dan Gihan Fatihah Tumu.
10. Sahabat penulis, yakni Danilla Faradesi, Ilmatus Sa'adah, dan Muhammad Zidan Nabawi sebagai tempat berkeluh kesah dikala suka maupun duka.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2021 yang memberikan dukungan, hiburan, dan masukan kepada peneliti selama menjalani pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat memberi kontribusi ilmiah, khususnya dalam kajian Ilmu Komunikasi bidang Komunikasi Media Massa pada topik analisis *Framing* Media Online.

Jakarta, 19 Oktober 2025

Peneliti

Irsyadatus Shofiyah

NIM. 1410621049

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.2 <i>State of The Art</i>	49
2.3 Perspektif Teoritis	50
2.3.1 Teori <i>Framing</i> Media	53
2.3.2 Analisis <i>Framing</i> Robert Entman.....	54
2.4 Konsep	57
2.4.1 Media Online.....	57
2.4.2 Konstruksi Realitas Media	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Paradigma Penelitian	60
3.2 Metode Penelitian	61

3.3	Tipe Penelitian.....	61
3.4	Unit Analisis.....	62
3.5	Subjek Penelitian	63
3.6	Teknik Penggalan Data.....	69
3.7	Teknik Reduksi Analisis Data	69
3.8	Teknik Keabsahan Data	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Hasil Penelitian	72
4.1.1	Daftar Berita Media Online Detik.com.....	73
4.1.2	Analisis Berita Pertama Media Online Detik.com.....	74
4.1.3	Analisis Berita Kedua Media Online Detik.com.....	84
4.1.4	Analisis Berita Ketiga Media Online Detik.com	92
4.1.5	Analisis Berita Keempat Media Online Detik.com.....	99
4.1.6	Daftar Berita Media Online Kompas.com.....	109
4.1.7	Analisis Berita Pertama Media Online Kompas.com.....	111
4.1.8	Analisis Berita Kedua Media Online Kompas.com.....	119
4.1.9	Analisis Berita Ketiga Media Online Kompas.com	126
4.1.10	Analisis Berita Keempat Media Online Kompas.com	136
4.2	Pembahasan Penelitian	144
4.2.1	<i>Framing</i> Media Online Detik.com.....	144
4.2.2	<i>Framing</i> Media Online Kompas.com.....	149
4.2.3	Perbandingan <i>Framing</i> Detik.com dan Kompas.com.....	154
BAB V PENUTUP		168
5.1	Kesimpulan	168
5.2	Saran.....	171
DAFTAR PUSTAKA		173
LAMPIRAN PENELITIAN.....		xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pemberitaan Kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh pada Media Online Detik.com	65
Tabel 3.2	Pemberitaan Kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh pada Media Online Kompas.com	67
Tabel 4.1	Perangkat Analisis <i>Framing</i> Robert Entman	72
Tabel 4.2	Daftar Berita Media Online Detik.com	73
Tabel 4.3	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Pertama Detik.com	76
Tabel 4.4	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Kedua Detik.com	86
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Ketiga Detik.com	93
Tabel 4.6	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Keempat Detik.com	101
Tabel 4.7	Daftar Berita Media Online Kompas.com	110
Tabel 4.8	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Pertama Kompas.com	112
Tabel 4.9	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Kedua Kompas.com	120
Tabel 4.10	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Ketiga Kompas.com	128
Tabel 4.11	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita Keempat Kompas.com	137
Tabel 4.12	Perbandingan Hasil Analisis <i>Framing</i> Media Online Detik.com dan Kompas.com	155

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Berita Pertama Detik.com	92
Gambar 4.2 Berita Kedua Detik.com	100
Gambar 4.3 Berita Ketiga Detik.com	75
Gambar 4.4 Berita Keempat Detik.com	85
Gambar 4.5 Berita Pertama Kompas.com	119
Gambar 4.6 Berita Kedua Kompas.com	127
Gambar 4.7 Berita Ketiga Kompas.com	136
Gambar 4.8 Berita Keempat Kompas.com	111



Intelligentia - Dignitas