UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Konstruksi Pemberitaan Pencapaian Target Pajak (Analisis Framing Pemberitaan Pencapaian Target Pajak
pada Media Online Detik.com dan Kompas.com Periode 2021-2022)**
Mohammad Idris, Dr. Wisnu Martha Adiputra, S.I.P., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *framing* media *online* tentang isu pencapaian target pajak oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) pada 2021 dan 2022 setelah dua belas tahun tidak tercapai. Peneliti menggunakan konsep *framing* Entman (1993) yaitu *selection* dan *salience* serta perangkat *framing* dari Pan & Kosicki (1993) untuk mengidentifikasi elemen teks wacana berita terkait isu pencapaian target pajak. Analisis dilakukan untuk mengetahui strategi *framing*, *frame building* berdasarkan pendapat Scheufele (1999), jenis *frame* menurut Semetko & Valkenburg (2000), dan menurut Iyengar (1990). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *framing* yang digunakan detik.com dan Kompas.com berbeda. Strategi *framing* yang digunakan detik.com yaitu pemilihan tema yang bervariasi dengan permainan gaya bahasa yang dominan. Sementara strategi *framing* Kompas.com hanya menggunakan satu tema dengan gaya bahasa yang lugas dan baku. Kedua media menggunakan sumber tertulis sebagai kutipan berita. Namun, detik.com menambahkan dengan kutipan yang bersumber dari media sosial. *Frame building* berita dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersumber dari rutinitas organisasi dan jurnalis. Selain itu, terdapat faktor lain yang memengaruhi *frame building* berita yaitu bentuk media *online*, salah satunya ditunjukkan dengan penggunaan *clickbait* pada berita detik.com. Jenis *frame* yang teridentifikasi dari berita detik.com adalah *human interest frame* dan *responsibility frame* dikombinasikan dengan *frame* episodik. Sedangkan, jenis *frame* pada Kompas.com adalah *economic consequences frame* dengan kombinasi *frame* tematik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat variasi *framing* terhadap isu yang sama pada media yang berbeda. Media memiliki pengaruh dalam membentuk *frame* berita yang disampaikan pada masyarakat.

Kata kunci: detik.com, Direktorat Jenderal Pajak, framing, kompas.com, media online, pajak

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Konstruksi Pemberitaan Pencapaian Target Pajak (Analisis Framing Pemberitaan Pencapaian Target Pajak
pada Media Online Detik.com dan Kompas.com Periode 2021-2022)**
Mohammad Idris, Dr. Wisnu Martha Adiputra, S.I.P., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to identify the framing strategies used by online media concerning the issue of tax target achievements by the Directorate General of Taxes (DGT) in 2021 and 2022, following twelve years of unmet targets. The researcher employs Entman's (1993) concept of framing, which includes selection and salience, and the framing devices from Pan & Kosicki (1993) to identify textual elements in news discourse related to the tax target achievement issue. The analysis was conducted to understand the framing strategies, frame building based on Scheufele's (1999) perspectives, types of frames according to Semetko & Valkenburg (2000), and Iyengar (1990). The study's results indicate that the framing strategies employed by detik.com and Kompas.com differ. Detik.com's framing strategy involves selecting various themes with a dominant use of stylistic language, whereas Kompas.com uses a single theme with straightforward and formal language. Both media use written sources as news quotes; however, detik.com also incorporates quotes sourced from social media. The frame building of news is influenced by factors originating from organizational and journalistic routines. Additionally, other factors influencing news frame building include the form of online media, as evidenced by the use of clickbait in detik.com's news. The types of frames identified in detik.com's news are the human interest frame and responsibility frame combined with episodic frame. In contrast, Kompas.com's news employs an economic consequences frame combined with thematic frame. These findings indicate a variation in framing the same issue across different media outlets. Media have an influence in shaping the news frames presented to the public.

Keywords: detik.com, Directorate General of Taxes, framing, Kompas.com, online media, taxes