

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media massa digital nasional dan lokal membingkai isu pengelolaan sampah di kawasan wisata Malioboro, Yogyakarta, selama periode Juni 2024 hingga April 2025. Analisis dilakukan terhadap 25 artikel dari empat media daring, yaitu Kompas.com, Harianjogja.com, Radarjogja.jawapos.com, dan Tribun Jogja. Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan dua pendekatan utama: analisis *tone of voice* dan *framing* pemberitaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar artikel menggunakan nada positif (17 artikel), sementara sisanya bersifat netral (7 artikel) dan negatif (1 artikel). Dari segi framing, media cenderung menonjolkan solusi pemerintah (13 artikel), diikuti oleh klarifikasi atau pembelaan (6 artikel), partisipasi stakeholder (5 artikel), dan kritik terhadap kebijakan (1 artikel). Temuan ini mencerminkan bahwa media tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen pembentuk opini publik dan penguat narasi pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, pemberitaan media mengenai isu sampah menjadi strategis dalam membentuk persepsi publik, mendorong partisipasi lintas sektor, serta mendukung kebijakan pengelolaan lingkungan yang lebih inklusif. Oleh karena itu, representasi media terhadap isu pengelolaan sampah di kawasan wisata tidak hanya merefleksikan kondisi lingkungan, tetapi juga menjadi bagian dari upaya kolektif dalam menjaga keberlangsungan destinasi wisata seperti Malioboro.

**Kata kunci:** framing, media digital, pengelolaan sampah, Malioboro, pariwisata berkelanjutan

## ***ABSTRACT***

*This study aims to analyze how national and local digital media frame the issue of waste management in the Malioboro tourist area, Yogyakarta, during the period of June 2024 to April 2025. The analysis was conducted on 25 news articles from four online media outlets: Kompas.com, Harianjogja.com, Radarjogja.jawapos.com, and Tribun Jogja. The research employed a qualitative content analysis method with two main approaches: tone of voice analysis and news framing analysis. The findings reveal that most of the articles adopted a positive tone (17 articles), followed by neutral (7 articles), and only one article with a negative tone. In terms of framing, most media focused on government solutions (13 articles), followed by clarification or defense (6 articles), stakeholder participation (5 articles), and policy criticism (1 article). These findings indicate that media do not merely serve as information channels but also act as agents of public opinion and promoters of sustainable development narratives. In the context of sustainable tourism development, media coverage of environmental issues such as waste management is crucial in shaping public perception, encouraging cross-sectoral collaboration, and supporting more inclusive environmental policies. Therefore, the way media represent waste management issues in tourist areas not only reflects the environmental condition but also contributes to collective efforts in maintaining the sustainability of tourist destinations like Malioboro.*

***Keywords:*** framing, digital media, waste management, Malioboro, sustainable tourism