

BAB II

KERANGKA TEORI/KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Pemberitaan tentang lingkungan hidup telah diteliti secara akademis. Dikutip dari Congdon et al (2020), pemberitaan lingkungan tidak selalu menyoroti masalah yang berkaitan dengan komunitas terdampak, tetapi fokus pada segi ekonomi atau pembangunan sebagai alasan tindakan pemanfaatan sumber daya alam. Kecenderungan ini menghasilkan berita yang meminimalkan atau membungkam ketidakadilan sosial dan masalah lingkungan. Heinz dalam Congdon et al (2020) mengatakan pelaporan dengan cara ini mengedepankan gagasan bahwa selama mayoritas penduduk mendapat manfaat dari eksploitasi lingkungan, elemen spasial atau kelompok minoritas yang terdampak dapat dilewati dan dihapuskan.

Hal ini seperti temuan penelitian Congdon et al (2020) tentang *framing* media *mainstream* nasional terhadap masalah krisis air Flint di Amerika Serikat. Jurnalis menyuarakan keprihatinan atas kualitas air dan potensi penyakit bagi masyarakat luas, tetapi tidak mengangkat kepentingan kelompok minoritas yang terdampak. Amilia & Andung (2022) menemukan media nasional di tiga negara Barat menyoroti dampak lingkungan dari pembangunan IKN, tetapi tidak spesifik mengangkat dampak yang dirasakan masyarakat lokal.

Hopke (2012) juga menemukan hal serupa. Media nasional membingkai penambangan emas mendatangkan negara banyak keuntungan ekonomi. Media nasional kurang memberi ruang kepada masyarakat lokal yang dirugikan. Penelitian kuantitatif Du & Han (2019) menemukan media nasional milik negara menggunakan *tone* positif untuk isu nuklir di China. Pengembangan nuklir dianggap baik untuk pertumbuhan ekonomi dan solusi atas perubahan iklim. Meskipun media nasional memberitakan dan mengajak

masyarakat menjaga lingkungan, Yuliarti & Jatimurti (2019) menemukan pelaporan berita kurang mendalam dan tidak mendominasi seluruh artikel di media tersebut.

Walaupun demikian, ada media nasional yang menunjukkan perhatian kepada kelompok minoritas, seperti yang ditemukan oleh Wati & Yuningsih (2021). Namun, media tersebut tidak sepenuhnya berpihak kepada kelompok minoritas. Media nasional menerapkan prinsip *cover both sides* dengan menghadirkan alasan pemerintah Indonesia memindahkan ibu kota.

Pemberitaan yang benar-benar berpihak pada kelompok minoritas umumnya dilakukan oleh media alternatif. Media alternatif membingkai narasinya dengan mementingkan hak-hak masyarakat terpinggirkan, terutama kelompok yang mengalami kerugian akibat kegiatan perusakan lingkungan. Media alternatif menyerukan keadilan lingkungan melalui pemberian ruang kepada aktivis lingkungan Hopke (2012).

Hopke (2012) menemukan media alternatif membingkai penambangan emas sebagai ketidakadilan lingkungan bagi warga desa. Media alternatif memuat pandangan para aktivis lingkungan dan pihak anti-pertambangan. Media alternatif berfungsi sebagai sarana mengkritik kebijakan pemerintah yang tidak pro-lingkungan dan menyejahterakan kelompok minoritas. Media alternatif menekan pemerintah agar menyelidiki pembunuhan para aktivis lingkungan (Hopke, 2012).

Akan tetapi, ditemukan hasil yang berbeda dalam penelitian Harrison et al (2020). Media *mainstream* dan alternatif sama-sama membingkai bahaya perubahan iklim bagi kesehatan dan menekan pemerintah untuk mengatasinya. Akan tetapi, media *mainstream* memberi perhatian lebih besar daripada media alternatif terhadap suku Maori di Selandia Baru yang berisiko terdampak perubahan iklim.

Masalah lingkungan juga diberitakan oleh media lokal. Media lokal mengangkat demonstrasi yang dilakukan mahasiswa dan masyarakat

setempat akibat kebakaran hutan. Media lokal juga mengkritik pemerintah yang lamban menyelesaikan masalah lingkungan dan menuntut tanggung jawab bagi masyarakat lokal (Somerville & Ames; Wahidar & Yozani, 2020).

Du & Han (2019) menemukan hasil yang berbeda. Media lokal tidak memuat sudut pandang *Non Governmental Organization* (NGO) dan masyarakat lokal. Media lokal berhati-hati dan kurang menjelaskan dampak pengembangan nuklir bagi masyarakat lokal. Fitryarini (2013) menemukan mayoritas media cetak lokal Kalimantan Timur memuat narasumber para birokrat daripada masyarakat lokal. Hasil wawancara Fitryarini (2013) dengan akademisi menganggap media lokal belum mampu memberi edukasi kepada masyarakat untuk menjaga lingkungan

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, terdapat *research gap* berupa inkonsistensi temuan penelitian satu dengan yang lain terhadap perbandingan *framing* media *mainstream* dan alternatif. Inkonsistensi temuan penelitian juga terjadi dalam *framing* pemberitaan media lokal.

Penelitian terdahulu menyarankan penelitian selanjutnya untuk membandingkan *framing* antara 2 hingga lebih jenis media. Saran lainnya adalah meneliti media lokal untuk melihat apakah berita lingkungan dibingkai secara terlokalisasi dan bagaimana caranya. Peneliti juga mengamati bahwa penelitian *framing* media dan lingkungan di Indonesia masih terbatas, terutama yang membandingkan ketiga jenis media sekaligus. Untuk topik IKN sendiri, beberapa penelitian terdahulu hanya meneliti *framing* media *mainstream* nasional.

Oleh sebab itu, penelitian ini akan menganalisis lebih lanjut *framing* media nasional, lokal, dan alternatif dalam memberitakan lingkungan hidup, tepatnya yang berkaitan dengan peristiwa pemindahan ibu kota ke IKN. Penelitian ini harapannya dapat mengisi *research gap* sebelumnya, memperkaya ragam penelitian kualitatif tentang *framing* media dan lingkungan.

2.2 Teori atau Konsep

2.2.1 Teori *Framing*

Teori *framing* memiliki akar dalam bidang psikologi dan sosiologi. Menurut Tewksbury & Scheufele dalam Bryant et al (2013), perspektif psikologis *framing* dikemukakan Sherif (1967) dalam “*Frames of Reference*” dan teori perspektif. Individu menilai dan mempersepsikan dunia dalam kerangka referensi tertentu. Teori perspektif memperluas ide ini dengan menjelaskan bahwa persepsi tergantung pada referensi dari informasi yang diberikan. Dengan kata lain, membingkai pesan dengan cara yang berbeda akan menghasilkan interpretasi yang berbeda.

Heider dalam Bryant et al (2013) menjelaskan pendekatan sosiologis dalam pemahaman *framing* berasal dari teori atribusi dan analisis *frame* Goffman. Teori atribusi menyatakan bahwa orang menyederhanakan persepsi tentang realitas dengan membuat penilaian terhadap tindakan orang lain. Mereka mengaitkan tindakan yang diamati dengan faktor-faktor pribadi, sosial, atau lingkungan (Bryant et al., 2013).

Sementara itu, Goffman pada 1974 membangun analisis *frame* untuk menjelaskan secara sistematis cara individu untuk memandang dunia dan orang di dalamnya (Baran & Davis, 2010). Menurut Goffman, individu selalu mengubah cara mendefinisikan, melambangkan situasi, tindakan, dan orang lain dalam ruang dan waktu. Pengalaman individu terhadap realitas bergantung kepada kemampuannya dalam memaknai situasi dan orang lain di dalamnya tanpa berupaya sungguh-sungguh (Baran & Davis, 2010).

Goffman berpendapat keyakinan, pengalaman, dan pengetahuan seseorang adalah hal paling penting dalam memandang dunia. Sementara secara tradisional, makna dunia diketahui dari proses sosialisasi, penciptaan realitas kolektif dalam masyarakat atau budaya.

Komunikasi yang dimediasi mempunyai kekuatan untuk membingkai persepsi dunia yang akan terjadi, memberi tantangan, dan melakukan negosiasi ulang dengan pengalaman hidup yang ada (Yuliarti & Jatimurti, 2019).

Manusia melakukan ini secara berkomitmen untuk hidup yang disebut sebagai realitas primer atau dominan. Realitas primer adalah dunia nyata ketika orang dan peristiwa menuruti peraturan tertentu yang konvensional dan diterima secara luas. Realitas primer adalah dasar keberadaan manusia (Baran & Davis, 2010).

Dalam praktik media, Goffman berpendapat bahwa konten media disusun untuk menyoroti tindakan paling bermakna, misalnya dalam menampilkan iklan. Goffman memandang *frame* sebagai “bagian sentral dari suatu budaya dan dilembagakan dalam berbagai cara” yang mana budaya dibentuk oleh “seperangkat keyakinan, kode, mitos, stereotip, nilai, norma, dan norma yang terorganisir yang dibagikan dalam memori kolektif suatu kelompok atau masyarakat” (Gorp, 2007, p. 62).

Teori *framing* Goffman berada di level mikro karena hanya fokus pada cara individu memaknai dunia sosial. Teori *framing* kemudian dikembangkan lagi dalam konteks jurnalisme. Salah satu pengembang teori *framing*, William Gamson dalam Scheufele (1999) mendefinisikan *frame* media sebagai “ide pengorganisasian sentral atau alur cerita yang memberi makna pada rangkaian peristiwa yang berlangsung. *Frame* menyoroti kontroversi yang terjadi dan inti permasalahannya.” Tuchman dalam Scheufele (1999) mengatakan *frame* berita mengatur realitas sehari-hari dan tidak dapat terpisahkan.

Menurut Gorp (2007), *framing* adalah teknik jurnalistik yang penting karena penerapan *frame* tertentu dapat memengaruhi bagaimana sebuah berita dikonstruksi dan diterima. “Peristiwa yang sama memiliki makna yang berbeda tergantung pada kerangka yang

diterapkan.” Analisis *framing* berguna untuk “mengidentifikasi bingkai-bingkai yang dominan diterapkan dalam konteks dan periode sosial, politik, atau sejarah lainnya.” (Gorp, 2007, p. 63). Gitlin berpendapat *frame* berfungsi bagi jurnalis untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mengemas informasi dengan cepat agar dapat disampaikan secara efisien kepada khalayak (Scheufele, 1999).

2.2.2 Media Framing

Dimensi psikologis dan sosiologis memengaruhi konsep *framing*. Secara psikologis, Kahneman dan Tversky dalam Eriyanto (2002) menyatakan individu cenderung menyederhanakan realitas agar lebih mudah dipahami berdasarkan perspektif tertentu. Karena setiap orang memiliki perspektif yang berbeda, realitas digambarkan dengan cara yang berbeda pula. Menurut Schutz, Goffman, dan Berger (Eriyanto, 2002), dimensi sosiologis menjelaskan cara wartawan dan ruang redaksi membuat berita bersama. Media sebagai organisasi kompleks dan tempat kerja profesional berperan mencari, dan menyebarkan berita. Berita adalah produk dari proses institusional.

Menurut Eriyanto (2002), *framing* adalah pendekatan yang melihat cara media menyajikan peristiwa, membentuk dan mengonstruksi realitas. Proses ini menghasilkan bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat elemen tertentu yang difokuskan media. Elemen yang tidak ditonjolkan, bahkan tidak diberitakan oleh media tidak akan diperhatikan hingga terlupakan oleh khalayak.

Gans (Scheufele & Tewksbury, 2007) mengatakan *framing* adalah alat jurnalis untuk mengurangi kompleksitas suatu isu karena adanya batasan di media dalam durasi tayang, halaman berita, dan sebagainya. *Frame* menjadi alat berharga untuk menyajikan isu-isu yang relatif kompleks secara efisien dan membuatnya mudah diakses oleh audiens.

Eriyanto (2002) membagi aspek *framing* menjadi dua. Pertama, memilih fakta atau realitas. Pemilihan fakta didasarkan pada asumsi bahwa wartawan pasti melihat peristiwa melalui suatu perspektif. Fakta bisa dipilih atau dibuang. Wartawan memilih bagian mana dari realitas yang akan ditampilkan. Peristiwa dilihat dari sisi tertentu. Setiap media menghasilkan berita yang berbeda karena masing-masing memilih dan menekankan aspek tertentu.

Kedua, menuliskan fakta. Fakta yang sudah dipilih kemudian disajikan kepada khalayak menggunakan kata, kalimat, proposisi, foto, dan sebagainya. Fakta ditekankan dengan perangkat tertentu, seperti *headlines*, grafis, pengulangan kata, pemberian label untuk menonjolkan aspek tertentu sehingga mendapat perhatian lebih besar dari yang lain. Penonjolan ini memengaruhi masyarakat dalam melihat dan memahami realitas (Eriyanto, 2002).

Menurut Entman (Lecheler & Vreese, 2019, p. 5), *frame* berita dapat dianalisis dan diidentifikasi dengan “kehadiran atau ketidakhadiran beberapa kata kunci, frasa umum, gambaran stereotip, sumber informasi, dan kalimat yang menyediakan kelompok-kelompok fakta atau penilaian terkait secara tematis.” Sementara itu, Gamson dan Modigliani mengidentifikasi perangkat *framing* yang terdiri dari metafora, contoh-contoh, frasa yang mudah diingat, penggambaran, dan visual (foto, video) (Lecheler & Vreese, 2019).

Framing menghasilkan berbagai efek, termasuk berdampak pada pengetahuan, persuasi, dan agenda *setting*. Eriyanto (2002) menyebut ada tiga efek *framing*. Pertama, menonjolkan aspek tertentu dan mengaburkan aspek lain. Kedua, menampilkan sisi tertentu dan melupakan sisi yang lain. Ketiga, menampilkan aktor tertentu dan menyembunyikan aktor lainnya.

Tewksbury & Scheufele menyatakan “pada tingkat paling kuat, *framing* membuat orang berpikir tentang suatu isu dengan cara tertentu”

(Bryant et al., 2013). Orang akan mempelajari fakta dalam isu yang baru diangkat di media. Jika sudah memiliki ide tetap tentang suatu isu yang pernah dibahas media, *framing* membuat orang merenungkan kembali isu tersebut atau bereaksi terhadap informasi yang disajikan (Bryant et al., 2013).

Zhou & Moy mengeksplorasi mekanisme masyarakat dan media bersama-sama membangun *frame-frame* seputar isu-isu yang politis. Mereka menemukan efek *framing* terjadi ketika audiens memberi perhatian yang substansial terhadap pesan berita. Artinya, konten dan konsekuensi dari sebuah *frame* paling jelas bagi audiens yang memperhatikan sebuah berita (Scheufele & Tewksbury, 2007).

Chong & Druckman menemukan pengulangan *frame* memiliki dampak lebih besar terhadap individu yang kurang berpengetahuan. Sementara itu, individu yang memiliki pengetahuan luas cenderung terlibat dalam pemrosesan informasi sistematis dengan membandingkan satu *frame* dengan *frame* alternatif lainnya (Scheufele & Tewksbury, 2007).

2.2.3 Media Online

Perkembangan internet melahirkan jurnalisme online yang menyalurkan informasi kepada masyarakat melalui media online. Media online berasal dari dua kata, yaitu 'media' dan 'online.' Media berasal dari kata 'medium' yang berarti saluran atau sarana. Sementara itu, online artinya terhubung dengan komputer dan internet. Secara umum, media online diartikan sebagai segala jenis media komunikasi yang memerlukan koneksi internet untuk mengaksesnya, baik dari sisi pengirim maupun penerima pesan (Wendratama, 2017).

Bradshaw dalam Romli (2012) memaparkan lima prinsip media online yang sering disingkat dengan B-A-S-I-C, yakni:

1. Keringkasan (*brevity*). Manusia cenderung memiliki tingkat kesibukan yang tinggi. Mereka ingin segera mengetahui informasi dengan sedikitnya waktu untuk membaca. Oleh sebab itu, sebaiknya berita online dikemas secara ringkas dan sederhana. Ini juga sesuai dengan kaidah penulisan jurnalistik *Keep It Short and Simple* (KISS).
2. Kemampuan adaptasi (*adaptability*). Jurnalis media online dituntut mampu beradaptasi di tengah kebutuhan dan preferensi publik terhadap informasi. Kemajuan teknologi membuat jurnalis dapat menyajikan berita dengan berbagai elemen pendukung, seperti foto, video, audio, dan infografis.
3. Dapat dipindai (*scannability*). Prinsip ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat membaca berita. Situs media online sebaiknya dapat dipindai agar pembaca tidak merasa dipaksa dalam membaca berita.
4. Interaktivitas (*interactivity*). Pembaca dan media online dapat saling berinteraksi, seperti di media sosial. Pembaca juga dapat mengirim informasi kepada media online. Dengan begitu, pembaca merasa dilibatkan dan dihargai sehingga akan semakin senang membaca berita.
5. Komunitas dan percakapan (*community and conversation*). Keistimewaan yang dimiliki media online adalah menjadi penjangkaran komunitas. Jurnalis media online harus memberi jawaban kepada pembaca untuk mewujudkan interaksi timbal balik.

Media online memiliki beberapa keunggulan daripada media konvensional. Foust dalam Romli (2012) menjelaskan ada tujuh keunggulan media online:

1. *Audience control*. Pembaca lebih mudah dan leluasa memilih berita yang diminati. Cukup menggerakkan jari atau kursor untuk mengklik judul berita yang ingin dibaca.
2. *Nonlinearity*. Setiap berita yang diterbitkan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan.
3. *Storage and retrieval*. Berita yang sudah terbit dapat dibaca kembali kapan pun selama masih tersimpan atau terasip di situs media online tersebut.
4. *Unlimited space*. Media online dapat menerbitkan berita yang lebih lengkap dan beragam daripada media lainnya. Keunggulan ini yang membedakan media online dengan radio atau televisi yang terbatas durasi dan koran yang terbatas kolom atau jumlah halaman.
5. *Immediacy*. Informasi dari media online diterima lebih cepat oleh masyarakat selama terhubung dengan internet.
6. *Multimedia capability*. Berita hadir berupa tulisan dan komponen multimedia lain, seperti foto, video, audio, dan infografik.
7. *Interactivity*. Media online memungkinkan adanya interaksi dengan pembaca, misalnya melalui kolom komentar dan fitur *share* ke media sosial.

Media online memiliki karakteristik yang tercermin dalam elemen-elemen dalam berita. Menurut Rosales (Romli, 2012) berita online memiliki elemen dasar (*basic*) dan *advance*. Elemen dasar meliputi judul (*headline*), isi (teks), gambar atau foto, grafis (ilustrasi, logo), dan link terkait (*related link*). Sementara itu, elemen *advance* terdiri dari penambahan elemen dasar dengan audio, video, animasi, *slide show*, fitur interaktif (*maps, timeline*), dan *interactive game*.

Wendratama (2017) berpendapat keberhasilan media online ditandai dengan kemampuan media tersebut menggunakan kelebihan internet sebaik mungkin untuk melayani kebutuhan informasi dan

keinginan pembaca. Teknologi yang digunakan media online memungkinkannya menghasilkan liputan lebih panjang dan mendalam daripada media cetak. Media online juga memiliki ciri dapat mengikutsertakan partisipasi khalayak dalam pengumpulan informasi, terutama melalui media sosial.

2.2.4 Media Nasional

Media nasional menurut Couldry et al (2009) adalah media yang beroperasi dalam batas-batas negara tertentu. Media nasional melaporkan berita yang menarik bagi masyarakat luas, tetapi juga didefinisikan dan dibatasi secara teritorial. Liputan media nasional yakni berita dan peristiwa yang menarik bagi publik nasional dalam batas-batas nasional. Meskipun menjangkau publik yang lebih besar dan mempromosikan agenda media lintas lokal, media nasional masih terkait dengan sejumlah lokalitas dalam batas-batas nasional tertentu. Media nasional memproduksi dan mempromosikan berita yang terkait dengan budaya tertentu (Couldry et al., 2009). Media nasional dapat memberitakan peristiwa regional atau yang terjadi di pelosok daerah secara berbeda daripada media lokal. Hal ini disebabkan karena berbagai faktor, seperti kedekatan geografis, ukuran pasar, dan kohesi audiens (Nagel, 2020).

2.2.5 Media Lokal

Media lokal berambisi untuk melayani keinginan dan kebutuhan daerah tempat mereka berada. Oleh sebab itu, tujuan media lokal adalah menyediakan konten yang relevan dalam konteks geografis tertentu, memainkan peran dalam membangun jaringan komunitas lokal, dan melayani kepentingan lokal (Heiselberg & Hopmann, 2024).

Heiselberg & Hopmann (2024) menjelaskan media lokal memiliki empat fungsi yang menjadikannya unik dan berbeda dengan media

nasional. Pertama, media lokal menuntut akuntabilitas pemerintah dan otoritas lokal. Kedua, media lokal mendukung identitas dan kohesi komunitas dengan memberi informasi kepada masyarakat tentang permasalahan lokal, meliput acara komunitas, dan melakukan advokasi untuk komunitas. Ketiga, media lokal cenderung kurang sensasional. Keempat, media lokal meliput kisah-kisah kemanusiaan tentang masyarakat yang hidup di daerah. Dengan melakukan hal tersebut, media lokal melayani komunitas, menghubungkan dan memberikan kesempatan bagi warga untuk berdiskusi dan memecahkan masalah daerahnya (Heiselberg & Hopmann, 2024).

Kedekatan secara geografis memberi kesempatan bagi media lokal untuk memberitakan kondisi terkini suatu peristiwa regional lebih cepat daripada media nasional (Wahidar & Yozani, 2020). Media lokal juga memiliki kedekatan psikologis (emosional) yang membuat suatu peristiwa regional menjadi relevan bagi pembaca di luar daerah. Hal ini terjadi ketika media lokal menyoroti implikasi ekonomi, budaya, kesehatan masyarakat, dan masalah lingkungan dengan menekankan sudut pandang warga lokal (Jerit et al., 2019).

2.2.6 Media Alternatif

Media alternatif adalah media yang menyediakan informasi dan interpretasi tentang dunia yang tidak disajikan di media *mainstream*. Media alternatif mengusung opini dari kaum minoritas atau masyarakat terpinggirkan. Publikasi media alternatif pada dasarnya tertarik pada kebebasan ide daripada meraup keuntungan. Media alternatif cenderung menunjukkan sikap ‘bermusuhan’ terhadap keyakinan yang diterima secara luas di masyarakat (Atton, 2002).

Menurut O'Sullivan dalam Atton (2002), media alternatif memperjuangkan perubahan sosial, berusaha melibatkan masyarakat terpinggirkan dalam proses liputan. Traber (Atton, 2002) berpendapat

bahwa tujuan media alternatif adalah mengubah tatanan menuju kesatuan sosial, budaya, dan ekonomi yang lebih adil. Individu tidak direduksi menjadi objek dari media atau kekuatan politik, tetapi mampu menemukan pemenuhan sebagai manusia seutuhnya.

Media alternatif dapat mempengaruhi cara orang membaca pesan dominan dari media *mainstream*. Manning dalam Harcup (2003) setuju bahwa audiens kurang mampu terlibat secara kritis dengan teks berita jika tidak memiliki akses ke ‘tolok ukur alternatif’ untuk mengevaluasi liputan berita tersebut. Media alternatif dianggap sebagai salah satu cara untuk menyediakan tolok ukur terkait hal yang telah dikarakterisasi sebagai ruang publik alternatif (Harcup, 2003).

Media alternatif tidak hanya sekadar penyampai konten alternatif. Menurut Atton dalam Harcup (2003), media alternatif merupakan pengganti ‘komunikasi vertikal dari atas ke bawah’ yang ada pada sebagian besar media *mainstream*. Media alternatif cenderung memiliki ‘komunikasi horizontal’ antara penulis dan pembaca.

2.2.7 Jurnalisme Lingkungan

Jurnalisme lingkungan adalah proses mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan berbagai informasi terkait peristiwa, masalah, tren, dan praktik kehidupan bermasyarakat yang berkaitan dengan lingkungan hidup. Jurnalisme lingkungan melihat berbagai elemen, aktor, faktor, dan kepentingan berinteraksi satu sama lain, terutama yang membawa dampak negatif bagi lingkungan. Perhatian utama jurnalisme lingkungan adalah penyebab, dampak, dan tingginya laju kerusakan lingkungan (Sudiby, 2014).

Cox dalam buku *Environmental Communication and the Public Sphere* (Fitryarini, 2013) menjelaskan komunikasi lingkungan adalah cara praktis dan konstitutif untuk memberi masyarakat pemahaman tentang lingkungan dan hubungan antarmanusia dan alam.

Kompleksitas hubungan antara individu, alam, dan masyarakat membuat jurnalisme lingkungan menghasilkan pelaporan yang lebih luas dan saling terkait untuk membantu masyarakat memahami isu-isu lingkungan (Holanda et al., 2022).

Jurnalisme lingkungan adalah upaya media untuk mendorong setiap orang untuk terlibat dalam gerakan menyelamatkan kelestarian lingkungan hidup. Pada dasarnya, media adalah agen masyarakat yang berfungsi untuk mengontrol kekuasaan dan memperjuangkan kepentingan publik. Salah satu kepentingan publik adalah penyelamatan lingkungan hidup. Pers harus memiliki sikap yang jelas tentang persoalan lingkungan hidup yang sering bertentangan dengan keuntungan ekonomi dan politik (Sudibyo, 2014).

Isu lingkungan penting diberitakan oleh media. Hal ini seperti diungkapkan oleh Novo (Mercado, 2012) bahwa ada potensi besar bukan hanya penyampaian informasi, melainkan dalam edukasi melalui pesan audio-visual atau tertulis. Jurnalis lingkungan menyampaikan masalah lingkungan yang serius tanpa menakuti masyarakat. Jurnalis harus mempresentasikan opsi dan alternatif yang membantu mengatasi krisis lingkungan (Mercado, 2012).

Kompleksitas masalah lingkungan, seperti klarifikasi penyebab atau penjelasan konsekuensinya, menuntut sikap tanggung jawab dari jurnalis lingkungan. Mereka menyajikan fakta mendalam berdasarkan dokumentasi, narasi latar belakang, konsekuensi dan pelaku yang terlibat, dan analisis fakta-fakta lingkungan. Victor dalam Mercado (2012) berpendapat jurnalisme lingkungan adalah salah satu genre jurnalisme yang paling luas dan kompleks, yaitu investigatif, edukatif, ilmiah, dan dijalankan dengan profesionalisme, objektivitas, dan tanggung jawab sosial.

Hansen (Holanda et al., 2022) mencatat bahwa berita lingkungan tidak tercipta begitu saja, lebih tepatnya ‘diproduksi’ atau

‘dikonstruksi’. Berita lingkungan merupakan bagian dari proses yang melibatkan pemilihan, produksi, penyiaran, dan penerimaan informasi. Melalui proses *framing*, media menghasilkan pengetahuan lingkungan yang mendukung beberapa wacana sekaligus merugikan yang lain (Holanda et al., 2022).

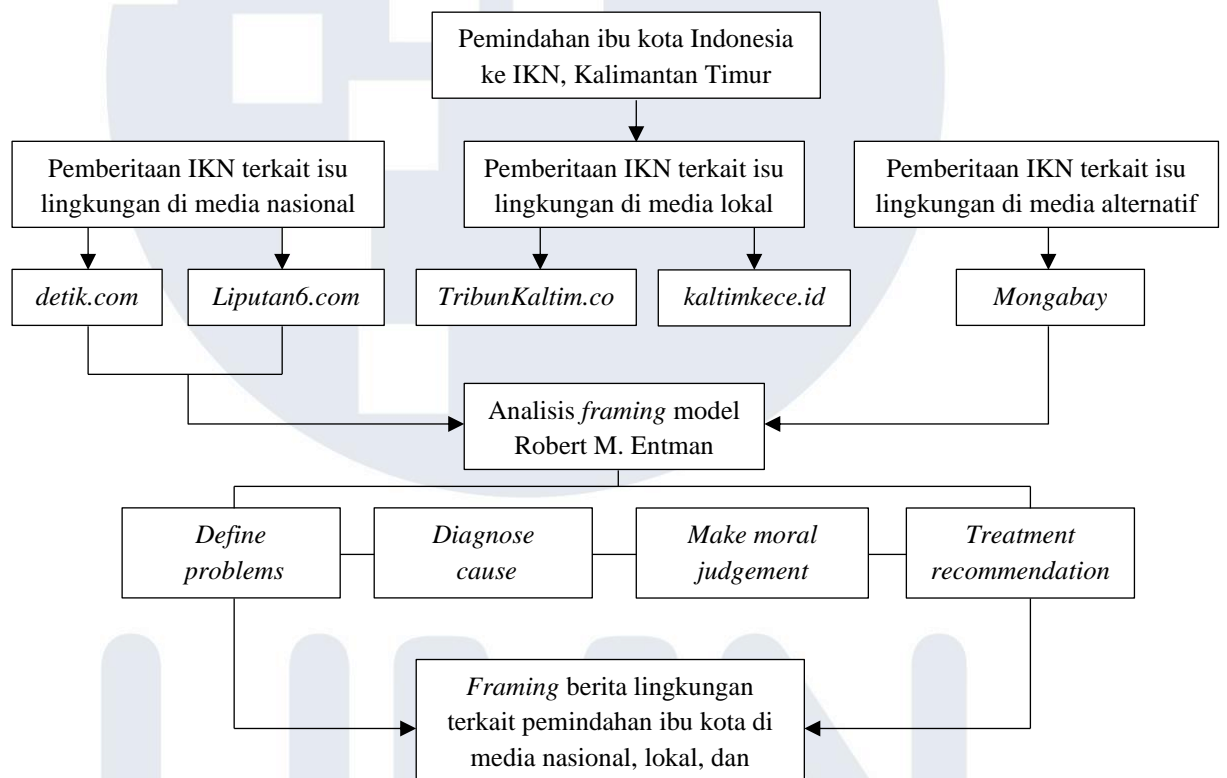
Praktik jurnalisme lingkungan berkaitan dengan jurnalisme konflik. Sebagian besar tujuan jurnalisme lingkungan adalah menggambarkan realitas konflik dan manajemen pengelolaan lingkungan. Konflik ini melibatkan pertentangan antara upaya melestarikan lingkungan secara berkelanjutan dan kepentingan yang mendukung investasi iklim, pertumbuhan ekonomi daerah atau nasional, penciptaan lapangan kerja, serta konflik lainnya. Oleh karena itu, isu lingkungan tidak berdiri sendiri; selalu terkait dengan masalah-masalah publik lainnya, seperti politik lokal, nasional, dan internasional, keadilan sosial-ekonomi, investasi, kesehatan masyarakat, kemiskinan, kriminalitas, budaya lokal, teknologi, dan sebagainya (Sudiby, 2014).

Hutchins & Lester dalam Hackett et al (2017) mencetuskan 4 fase pendekatan konflik lingkungan yang dimediasi oleh media. Pendekatan ini menjelaskan bahwa konflik lingkungan terus disampaikan oleh media dalam kaitannya dengan risiko lingkungan, ancaman, dan bencana. Pendekatan 4 fase Hutchins menggambarkan bahwa konflik lingkungan yang dimediasikan adalah produk dari interaksi yang saling mendukung, yaitu strategi dan kampanye aktivis lingkungan, praktik jurnalisme dan pelaporan berita, politik formal dan proses pengambilan keputusan, serta kegiatan industri dan perdagangan.

2.3 Alur Penelitian

Berikut ini adalah alur dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan analisis *framing* Robert M. Entman untuk mengetahui bagaimana media online nasional, lokal, dan alternatif membingkai peristiwa pemindahan ibu kota Indonesia.

Tabel 2.1 Alur Penelitian



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A