

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KENAIKAN PPN
12% DI INDONESIA PADA MEDIA ONLINE
KOMPAS.COM EDISI DESEMBER 2024 HINGGA
JANUARI 2025**

Lie Ellyta Geralda Christian¹

Ignatius Ismojo Herdono²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis
Media, Universitas Ciputra Surabaya
Universitas Ciputra Surabaya, CitraLand CBD Boulevard, Surabaya, Jawa
Timur, Indonesia

lellyta01@student.ciputra.ac.id, ismojo.herdono@ciputra.ac.id

Dikirim: 1 April 2026, Direvisi: 26 April 2026, Diterima: 27
April 2026, Terbit: 28 Juni 2026. Sitasi: Christian, L. E. G.,
Herdon, I. I. (2026). Analisis Framing Pemberitaan Kenaikan
PPN 12% di Indonesia Pada Media Online Kompas.Com Edisi
Desember 2024 Hingga Januari 2025. *Promedia: Public Relation
dan Media Komunikasi*, 12(1), 129-149

Abstract

Tax is a primary source of state revenue that plays a crucial role in financing development, public services, and maintaining economic stability. One of the most impactful taxes is Value Added Tax (VAT). In 2025, the Indonesian government increased the VAT rate from 11% to 12% under the Law on Harmonization of Tax Regulations (UU HPP), triggering diverse public reactions. This study examines how Kompas.com frames the issue of the 12% VAT increase. This research employs a descriptive qualitative approach using Robert N. Entman's framing analysis, which includes defining problems, diagnosing causes, making moral judgments, and suggesting solutions. The primary data consist of ten Kompas.com news articles published between December 2024 and January 2025. The findings reveal that the coverage emphasizes proximity, conflict and controversy, and prominence. Kompas.com frames the VAT policy as a legitimate government decision while highlighting public responses and official clarifications.

Keywords: *Framing, VAT 12%, Online Media, Kompas.com*

Abstraksi

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam pembiayaan pembangunan dan pelayanan publik. Salah satu pajak yang berdampak langsung pada masyarakat adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pada tahun 2025, pemerintah Indonesia menetapkan kenaikan tarif PPN dari 11% menjadi 12% melalui Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Kebijakan ini memicu beragam respons publik dan menjadi perhatian media massa. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Kompas.com membingkai isu kenaikan PPN 12%. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis framing Robert N. Entman yang mencakup empat elemen: definisi masalah, penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi solusi. Data berupa sepuluh artikel Kompas.com periode Desember 2024–Januari 2025. Hasil menunjukkan bahwa pemberitaan mengandung nilai proximity, conflict and controversy, serta prominence, serta membingkai kebijakan sebagai keputusan sah negara dengan tetap menampilkan reaksi publik dan klarifikasi pemerintah.

Kata Kunci: *Framing, PPN 12%, Media Online, Kompas.com*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Permasalahan

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam pembiayaan pembangunan, pelayanan publik, serta menjaga stabilitas ekonomi nasional. Di Indonesia, kontribusi pajak terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sangat dominan, yakni mencapai sekitar 80% dari total pendapatan negara.

Uraian	Target APBN 2024 (Triliun)	1 Januari s.d. 30 November 2024				
		Realisasi Neto (Triliun)	Kontribusi (%)	Capaian (%)	Growth Neto (% yoy)	Growth Bruto (% yoy)
Pajak Penghasilan	1139,78	944,66	55,93	82,88	-2,36	-0,11
- Nonmigas	1063,41	885,77	52,45	83,30	-1,96	0,43
- Migas	76,37	58,89	3,49	77,10	-8,03	-8,03
PPN & PPnBM	811,36	707,76	41,91	87,23	6,11	8,17
PBB dan Pajak Lainnya	37,73	36,52	2,16	96,79	3,23	2,65
Jumlah	1988,88	1688,93	100,00	84,92	1,14	3,64

Gambar 1. 1 Realisasi Penerimaan Pajak 2024

Sumber: Laporan APBN Kinerja Nyata, 2024

Salah satu penyumbang terbesar ialah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang pada 2024 mencapai Rp707,76 triliun dan tumbuh 6,11% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2025, pemerintah Indonesia secara resmi menaikkan tarif PPN dari 11% menjadi 12% melalui Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Kebijakan ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tarif PPN tertinggi di kawasan Asia Tenggara.

Kenaikan tarif PPN tersebut memunculkan beragam respons di masyarakat. Pemerintah memandang kebijakan ini sebagai langkah strategis untuk meningkatkan penerimaan negara dan mendukung pembangunan nasional. Namun, sebagian masyarakat menilai kebijakan ini berpotensi menurunkan daya beli, khususnya bagi kelompok berpenghasilan menengah ke bawah. Perbedaan perspektif ini menjadikan isu kenaikan PPN sebagai topik yang kontroversial dan banyak diperbincangkan di ruang publik.

Dalam konteks tersebut, media massa khususnya media online tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang membentuk cara pandang publik. Melalui framing, media menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas sehingga dapat mengarahkan interpretasi khalayak (Entman, 1993). Oleh karena itu, pemberitaan mengenai kenaikan PPN tidak bersifat netral, melainkan merupakan hasil konstruksi

media yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap kebijakan tersebut.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada beberapa studi sebelumnya yang menggunakan analisis framing Robert N. Entman untuk membahas cara media membingkai isu publik. Penelitian terdahulu mencakup: pemberitaan kebijakan COVID-19 di media lokal Beritajatim.com dan Jawapos.com (Hartanto et al., 2021), framing hak reproduksi perempuan di Kompas.com (Pascarina et al., 2023), pemberitaan buzzer politik di Tempo.co (Siregar & Qurniawati, 2022), kasus terorisme di Detik.com (Anipar & Rachmaria, 2022), dan kasus korupsi Bansos di Kompas.com dan BBC Indonesia (Leliana et al., 2021).

Kesamaan dari studi-studi tersebut terletak pada penggunaan pendekatan framing Entman dengan empat dimensi: mendefinisikan masalah, menelusuri penyebab, memberikan penilaian moral, dan menyarankan solusi. Perbedaannya adalah isu dan media yang dianalisis, mulai dari kebijakan daerah, hak reproduksi, politik, terorisme, hingga korupsi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus pada pemberitaan Kompas.com mengenai kenaikan PPN 12%, yakni kebijakan ekonomi nasional, sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa framing media berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap berbagai isu, seperti kebijakan COVID-19, politik, hingga kasus hukum. Namun, kajian framing dalam konteks kebijakan fiskal, khususnya terkait pemberitaan kenaikan PPN di media online Indonesia, masih relatif terbatas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kompas.com membingkai isu kenaikan PPN 12% berdasarkan model framing Robert N. Entman?

2. Apa kecenderungan framing yang muncul dalam pemberitaan tersebut?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan framing yang digunakan oleh Kompas.com dalam memberitakan kenaikan PPN 12% dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan framing yang muncul dalam pemberitaan terkait kebijakan tersebut.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuasi-kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pendekatan kuasi-kualitatif dipilih karena penelitian tidak sepenuhnya bersifat eksploratif, melainkan tetap menggunakan kerangka teori sebagai acuan analisis secara deduktif (Bungin, 2022). Paradigma konstruktivis digunakan karena penelitian ini memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi media melalui bahasa, narasi, dan representasi (Littlejohn et al., 2017). Paradigma konstruktivis digunakan karena penelitian ini memandang bahwa realitas dalam pemberitaan media merupakan hasil konstruksi yang dibentuk melalui bahasa dan narasi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis framing untuk mengidentifikasi bagaimana Kompas.com mengonstruksi dan menonjolkan aspek tertentu dari isu kenaikan PPN 12%.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami bagaimana media membingkai realitas, khususnya dalam pemberitaan kenaikan PPN 12% di Kompas.com. Fokus penelitian tidak pada pengalaman individu, melainkan pada analisis teks media. Dalam penelitian ini, peneliti memposisikan diri sebagai analis yang menafsirkan konstruksi media secara kritis

melalui pendekatan framing, dengan tetap menjaga konsistensi analisis berdasarkan kerangka teori yang digunakan.

B. Sumber Data Penelitian

Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berupa sepuluh berita dari Kompas.com yang diterbitkan pada periode 16 Desember 2024 hingga 2 Januari 2025 terkait kenaikan PPN 12%. Berita tersebut diperoleh dari indeks *headline* pada laman <https://indeks.kompas.com/>, yang merepresentasikan isu dengan tingkat visibilitas dan kepentingan tinggi dalam periode tersebut.

Pemilihan data dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria:

1. Berita yang secara langsung membahas kebijakan PPN 12%.
2. Berita yang muncul pada indeks *headline* Kompas.com dalam periode penelitian.
3. Memiliki nilai berita seperti *proximity*, *conflict* and *controversy*, dan *prominence*.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan dan menyeleksi teks berita dari Kompas.com. Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap: (1) penelusuran berita pada laman indeks *headline* <https://indeks.kompas.com/> sesuai periode penelitian, (2) seleksi berita berdasarkan relevansi dan nilai berita, serta (3) dokumentasi berita yang terpilih sebagai objek analisis.

Dalam proses ini, teori konstruksi realitas sosial dan nilai berita digunakan sebagai dasar dalam memahami dan memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian.

D. Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan analisis framing model Robert N. Entman. Framing digunakan untuk memahami bagaimana media mengonstruksi realitas melalui

seleksi dan penekanan aspek tertentu dalam pemberitaan (Eriyanto, 2015).

Model Entman terdiri dari empat elemen utama, yaitu:

1. *Define Problems* (pendefinisian masalah),
2. *Diagnose Causes* (penentuan penyebab),
3. *Make Moral Judgment* (penilaian moral), dan
4. *Treatment Recommendation* (rekomendasi penyelesaian).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berita, dengan fokus pada isi berita (body text), khususnya narasi dan kutipan pernyataan narasumber yang digunakan untuk mengidentifikasi elemen framing berdasarkan model Robert N. Entman. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi keempat elemen tersebut dalam teks berita untuk mengetahui bagaimana Kompas.com membingkai isu kenaikan PPN 12%.

E. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui validitas dan reliabilitas (Sugiyono, 2022). Validitas dilakukan melalui uji kredibilitas, dengan cara pengamatan secara mendalam, analisis data hingga mencapai kejenuhan, serta pembatasan ruang lingkup penelitian agar sesuai dengan fokus kajian.

Sementara itu, reliabilitas (dependability) dilakukan melalui proses audit oleh dosen pembimbing terhadap seluruh tahapan penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses penelitian dilakukan secara sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan.

III. PEMBAHASAN

A. Gambaran Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah media online Kompas.com, portal berita nasional yang berdiri sejak 14 September 1995 sebagai Kompas Online. Sejak 1998, Kompas.com menjadi unit bisnis mandiri di bawah PT Kompas Cyber Media dan melakukan rebranding pada 2008. Media ini dikenal kredibel, independen, dan menjadi salah satu rujukan utama masyarakat dalam memperoleh informasi (About Us - Kompas.Com, n.d.).

Objek penelitian adalah framing pemberitaan terkait kenaikan PPN 12% di Indonesia yang dimuat Kompas.com antara Desember 2024 hingga Januari 2025. Analisis menggunakan model framing Robert N. Entman, mencakup empat fungsi: pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi solusi. Tujuan analisis adalah mengungkap bagaimana Kompas.com membingkai isu kebijakan fiskal tersebut.

B. Analisis Data dan Pembahasan

Penelitian ini menganalisis 10 berita Kompas.com terkait kenaikan PPN 12 persen yang terbit pada periode 16 Desember 2024 hingga 2 Januari 2025. Berita dipilih berdasarkan relevansi isu, status sebagai headline news, dan nilai berita. Rentang waktu ditentukan mulai dari pengumuman resmi kebijakan hingga penerapan dan klarifikasi pemerintah, saat pemberitaan mencapai puncak respons publik. Berdasarkan hasil pengelompokan, keseluruhan berita tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga kecenderungan framing utama, yaitu legitimasi kebijakan negara, penolakan publik, serta klarifikasi dan penenangan pemerintah.

Oleh karena itu, peneliti memilih tiga berita yang dianggap paling representatif untuk mewakili masing-masing kecenderungan framing tersebut sebagai data utama analisis.

Analisis dilakukan menggunakan model framing Robert N. Entman dengan empat elemen, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*.

Melalui tahapan ini, peneliti menguraikan bagaimana setiap berita membingkai isu kenaikan PPN 12 persen, mulai dari pendefinisian masalah hingga solusi yang ditawarkan dalam teks berita.

Berita pertama merepresentasikan framing kebijakan sebagai keputusan negara yang sah dan struktural:

Judul Berita 1: “PPN 12 Persen Jadi Berlaku, Ini Pemanis yang Diberikan Pemerintah untuk Masyarakat Kelas Bawah”

Tanggal Terbit: 16 Desember 2024

Tabel 1. Analisis *Framing* Robert N. Entman-Berita 1

Model Framing	Isi Berita
Define Problems	- “Pemerintah akan tetap memberlakukan tarif pajak pertambahan nilai (PPN) sebesar 12 persen mulai 1 Januari 2025.” (paragraf 1) - (Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga) “Pemerintah akan tetap menaikkan tarif PPN menjadi 12 persen terhitung sejak 1 Januari 2025.” (paragraf 12)
Diagnose Causes	- “Hal ini sebagaimana amanat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP).” (p13) - (Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian) “Sesuai dengan amanat UU tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, tarif PPN tahun depan akan naik sebesar 12 persen per 1 Januari,” ucap Airlangga Hartarto. (p14)
Make Moral Judgement	- “Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto membeberkan, untuk masyarakat kelas bawah, pemerintah memberikan "pemanis" ke dalam tiga bentuk kebijakan.” (p3)

Treatment Recommendation	- (Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian) “Pemerintah memberikan insentif pajak ditanggung pemerintah (DTP) sebesar 1 persen terhadap tiga barang pokok penting, yakni minyak kita, tepung terigu, dan gula industri.” (p4) .
---------------------------------	---

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berdasarkan analisis framing Robert N. Entman, pemberitaan Kompas.com menempatkan kenaikan PPN 12 persen sebagai kebijakan negara yang bersifat wajib karena merupakan amanat Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Penekanan pada aspek legalitas ini menunjukkan bahwa kebijakan diposisikan sebagai sesuatu yang tidak dapat dihindari, sehingga ruang perdebatan publik menjadi terbatas.

Namun, pemberitaan tidak berhenti pada legitimasi semata. Kompas.com juga menonjolkan penggunaan istilah “pemanis” sebagai representasi upaya pemerintah dalam mengurangi dampak kebijakan terhadap masyarakat kelas bawah. Secara simbolik, “pemanis” merepresentasikan sesuatu yang ditambahkan untuk meredam dampak yang terasa pahit, sehingga kenaikan PPN dibingkai sebagai kebijakan yang tetap dapat diterima karena disertai kompensasi.

Melalui pbingkaian ini, Kompas.com tidak sepenuhnya berada pada posisi netral, melainkan turut mereproduksi narasi pemerintah dengan menampilkan kebijakan sebagai bentuk keseimbangan antara kepentingan fiskal dan perlindungan sosial. Dengan demikian, perhatian pembaca diarahkan pada upaya mitigasi dampak, bukan pada potensi beban ekonomi yang ditimbulkan oleh kebijakan tersebut.

Berita kedua merepresentasikan framing penolakan publik terhadap kebijakan kenaikan PPN 12 persen, yang menempatkan masyarakat sebagai pihak yang terdampak langsung oleh

kebijakan tersebut. Perspektif ini terlihat melalui munculnya petisi penolakan yang ditandatangani oleh puluhan ribu masyarakat sebagai bentuk resistensi terhadap kebijakan pemerintah.

Judul Berita 2: “Muncul Petisi Tolak PPN 12 Persen, 90 Ribu Orang Desak Pemerintah Batalkan Kenaikan”

Tanggal Terbit: 19 Desember 2024

Tabel 2. Analisis *Framing* Robert N. Entman-Berita 2

Model Framing	Isi Berita
Define Problems	- “Gelombang penolakan terhadap kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12 persen terus menggema.” (p1) - “Sebuah petisi berjudul ‘Pemerintah, Segera Batalkan Kenaikan PPN!’ yang diunggah di situs Change.org telah ditandatangani lebih dari 90 ribu orang.” (p2) - “Hingga Kamis (19/12/2024) pukul 08.28 WIB, jumlah tanda tangan mencapai 94.540 orang.” (p3)
Diagnose Causes	- (Menurut Petisi Bareng Warga) “Kenaikan ini dianggap semakin memperberat beban masyarakat, terutama karena harga barang kebutuhan pokok dipastikan ikut naik.” (p6) - (Menurut Data Badan Pusat Statistik) “Angka pengangguran terbuka masih tinggi, mencapai 4,91 juta orang.” (p7) - (Menurut Data Badan Pusat Statistik) “Mayoritas pekerja Indonesia—sekitar 57,94 persen dari total 144,64 juta tenaga kerja—masih berada di sektor informal, dengan penghasilan yang tak menentu.” (p8) - “Berdasarkan kebijakan pemerintah, mulai 1 Januari 2025, PPN 12 persen akan dikenakan pada beberapa barang dan jasa, di antaranya layanan kesehatan VIP, ...” (p13)
Make Moral Judgement	- “Hidup layak memerlukan biaya sekitar Rp14 juta per bulan, jauh di atas UMP Jakarta tahun 2024 yang hanya Rp5,06 juta.” (p10)

	- “Kenaikan PPN dinilai akan semakin menekan daya beli masyarakat yang terus menurun sejak Mei 2024.” (p11) - “Sebelum luka masyarakat kian menganga, sebelum tunggakan pinjaman online membesar, pemerintah perlu membatalkan kenaikan ini,” tulis Bareng Warga dalam petisinya. (p12) - “Kebijakan ini diperkirakan mampu menyerap hingga Rp75 triliun pendapatan negara, namun kekhawatiran akan dampaknya pada kesejahteraan masyarakat tetap tinggi.” (p14)
Treatment Recommendation	- (Menurut Akun Bareng Warga) “Petisi ini dibuat oleh akun Bareng Warga sejak 19 November 2024, dengan tujuan mendesak Presiden Prabowo Subianto agar segera membatalkan kenaikan PPN yang akan berlaku mulai 1 Januari 2025.” (p4)

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berdasarkan analisis framing model Robert N. Entman, berita berjudul “Muncul Petisi Tolak PPN 12 Persen” membingkai kenaikan PPN 12 persen sebagai kebijakan yang memicu resistensi publik luas. Masalah utama ditampilkan melalui munculnya petisi penolakan yang telah ditandatangani sebanyak 94.540 orang, sehingga menunjukkan bahwa isu ini telah berkembang menjadi perhatian publik yang signifikan. Kompas.com tidak hanya menampilkan jumlah dukungan, tetapi juga memperkuatnya dengan narasi sosial-ekonomi yang melatarbelakangi penolakan tersebut.

Pada aspek diagnose causes, penolakan dikaitkan dengan kondisi ekonomi masyarakat yang belum stabil, seperti tingginya angka pengangguran, dominasi pekerja sektor informal dengan penghasilan tidak menentu, serta potensi kenaikan harga kebutuhan pokok. Dengan demikian, penolakan dibingkai bukan sebagai reaksi emosional semata, melainkan sebagai respons rasional terhadap tekanan ekonomi yang nyata.

Pada aspek make moral judgement, penggunaan diksi “luka masyarakat kian menganga” menjadi elemen kunci dalam

membangun makna. Metafora ini merepresentasikan penderitaan ekonomi yang bersifat berkelanjutan dan berpotensi semakin parah. Selain itu, kontras antara potensi penerimaan negara dan kondisi masyarakat menunjukkan adanya ketegangan antara kepentingan fiskal negara dan kesejahteraan publik.

Secara keseluruhan, framing yang dibangun menempatkan masyarakat sebagai pihak yang terdampak, sekaligus memperkuat legitimasi kritik terhadap kebijakan pemerintah.

Berita ketiga akan menunjukkan perspektif pemerintah sebagai aktor utama dalam memberikan klarifikasi kebijakan kenaikan PPN 12 persen. Berita ini merepresentasikan bagaimana pemerintah membingkai kebijakan tersebut sebagai keputusan yang telah dipertimbangkan serta berupaya menenangkan kekhawatiran publik melalui penegasan batasan penerapannya.

Judul Berita 3: “Kado Tahun Baru dari Prabowo: PPN 12 Persen Berlaku Hari Ini, Hanya untuk Barang Mewah”

Tanggal Terbit: 1 Januari 2025

Tabel 3. Analisis Framing Robert N. Entman – Berita 3

Model Framing	Isi Berita
Define Problems	- “Sesuai kesepakatan pemerintah Indonesia dengan DPR tahun 2021, kenaikan tarif dilakukan secara bertahap dari 10 persen menjadi 11 persen mulai 1 April 2022, kemudian naik kembali menjadi 12 persen pada 1 Januari 2025.” (p35)
Diagnose Causes	- (Menurut Presiden Prabowo Subianto) “Ia merasa perlu menyampaikan keterangan pers untuk menghilangkan keraguan masyarakat ketika pemerintah menaikkan tarif PPN alih-alih membatalkannya ketika penolakan terjadi secara meluas.” (p4)
Make Moral Judgement	- "Presiden Prabowo Subianto memberikan kado Tahun Baru 2025, yakni menaikkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 12 persen mulai Rabu (1/1/2025)." (p1)

	- "Prabowo menegaskan, pemerintah tetap tidak akan mengenakan tarif PPN 12 persen pada barang kebutuhan pokok yang selama ini berlaku tarif PPN 0 persen." (p13)
Treatment Recommendation	- "(Menurut Presiden Prabowo Subianto) untuk barang dan jasa selain yang tergolong barang mewah, tidak ada kenaikan PPN." (p21) - "Untuk melengkapi itu, pemerintah telah berkomitmen memberi paket stimulus atau bantuan senilai Rp 38,6 triliun." (p27) - (Menurut Presiden) "Ia pun belajar dari pemerintahan sebelumnya, bahwa setiap kebijakan perpajakan harus selalu mengutamakan kepentingan rakyat secara keseluruhan, perlindungan daya beli rakyat, serta mendorong pemerataan ekonomi." (p32)

Sumber: diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis framing menggunakan model Robert N. Entman, berita berjudul "Kado Tahun Baru dari Prabowo: PPN 12 Persen Berlaku Hari Ini, Hanya untuk Barang Mewah" membingkai kenaikan PPN 12 persen sebagai kebijakan negara yang telah direncanakan secara struktural, namun dikomunikasikan melalui strategi simbolik untuk meredam resistensi publik. Pada aspek define problem, kenaikan PPN diposisikan sebagai konsekuensi dari kebijakan jangka panjang hasil kesepakatan pemerintah dan DPR sejak 2021, sehingga membentuk persepsi bahwa kebijakan ini tidak bersifat tiba-tiba, melainkan inevitabel.

Pada aspek diagnose causes, munculnya polemik dikaitkan dengan kebingungan dan penolakan masyarakat, yang kemudian dijawab melalui intervensi langsung Presiden sebagai aktor otoritatif. Hal ini menunjukkan adanya upaya pengendalian narasi oleh negara dalam merespons tekanan publik.

Pada aspek make moral judgement, penggunaan diksi "kado" menjadi strategi framing yang signifikan. Istilah ini menggeser makna kebijakan dari beban fiskal menjadi sesuatu yang seolah bernilai positif dan layak diterima. Namun, framing ini sekaligus

berfungsi sebagai alat legitimasi kekuasaan dengan menutupi potensi dampak negatif kebijakan melalui narasi perlindungan, seperti pengecualian barang kebutuhan pokok.

Sementara itu, pada aspek treatment recommendation, solusi difokuskan pada pembatasan PPN hanya untuk barang mewah serta pemberian stimulus Rp 38,6 triliun. Secara keseluruhan, Kompas.com tidak sepenuhnya netral, melainkan mereproduksi narasi pemerintah dengan mengedepankan legitimasi kebijakan sekaligus menjaga citra keberpihakan pada masyarakat.

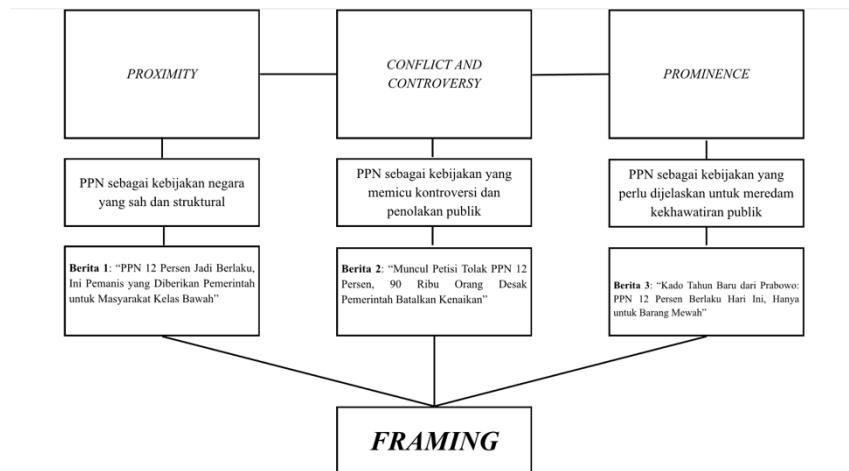
Pola Framing Kompas.com

Pola framing dalam ketiga berita menunjukkan bahwa Kompas.com tidak sekadar merepresentasikan realitas secara netral, melainkan secara konsisten membangun tiga arah utama, yaitu legitimasi kebijakan negara, penonjolan kegelisahan publik, dan klarifikasi melalui otoritas pemerintah. Namun, ketiga framing tersebut tidak berdiri secara seimbang. Meskipun terdapat ruang bagi suara masyarakat, pemberitaan tetap didominasi oleh narasi resmi pemerintah yang menempatkan kebijakan sebagai sesuatu yang rasional, terstruktur, dan pada akhirnya dapat diterima.

Secara ideologis, hal ini menunjukkan kecenderungan media dalam menjaga stabilitas wacana publik dengan tidak sepenuhnya mengonfrontasi kebijakan negara. Kritik terhadap dampak kebijakan memang dihadirkan, tetapi cenderung dibatasi pada level deskriptif dan tidak berkembang menjadi kritik struktural terhadap relasi kuasa antara negara dan masyarakat. Dengan kata lain, framing yang dibangun tidak sepenuhnya berpihak pada masyarakat, melainkan berada pada posisi moderat yang tetap mengakomodasi kepentingan negara.

Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa media berperan sebagai mediator yang menyeimbangkan antara kepentingan publik dan legitimasi kebijakan, namun sekaligus berpotensi mereduksi kedalaman kritik terhadap kebijakan fiskal yang

berdampak luas. Oleh karena itu, arah framing tersebut perlu dipahami tidak hanya sebagai pilihan editorial, tetapi juga sebagai bagian dari praktik ideologis media dalam membentuk persepsi publik terhadap kebijakan ekonomi.



Gambar 3.1 Bagan *Framing* Pemberitaan Kenaikan PPN 12% pada Kompas.com
Sumber: Diolah peneliti, 2025

Bagan di atas menjabarkan kembali bahwa pemberitaan mengenai kebijakan kenaikan PPN 12 persen di Kompas.com tidak hanya dipengaruhi oleh satu nilai berita, melainkan oleh beberapa nilai berita yang saling berkaitan, yaitu proximity, conflict and controversy, dan prominence. Hal ini sejalan dengan konsep nilai berita yang menyatakan bahwa suatu peristiwa akan dipilih dan diberitakan media apabila dianggap memiliki nilai berita yang layak untuk disampaikan kepada publik (Eriyanto, 2015). Framing legitimasi kebijakan negara berkaitan dengan nilai berita proximity karena kebijakan PPN memiliki kedekatan langsung dengan kehidupan ekonomi masyarakat. Sementara itu, nilai conflict and controversy muncul pada pemberitaan yang menyoroti penolakan publik dan polemik politik terkait kebijakan tersebut. Adapun nilai prominence terlihat melalui penonjolan pernyataan tokoh-tokoh

penting pemerintah dalam memberikan klarifikasi dan penjelasan mengenai kebijakan PPN 12 persen. Dengan demikian, ketiga nilai berita tersebut saling berperan dalam membentuk cara Kompas.com membingkai isu kenaikan PPN 12 persen di Indonesia.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis framing terhadap tiga berita Kompas.com mengenai kenaikan PPN 12 persen, dapat disimpulkan bahwa media ini membangun tiga kecenderungan utama, yaitu legitimasi kebijakan negara, penonjolan respons dan kegelisahan publik, serta klarifikasi melalui otoritas pemerintah. Ketiga pola framing tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berperan dalam membentuk pemaknaan publik terhadap kebijakan fiskal yang diberitakan.

Secara keseluruhan, framing yang dibangun Kompas.com cenderung berada pada posisi moderat, di mana kritik terhadap kebijakan memang dihadirkan melalui suara publik, namun tetap diimbangi oleh dominasi narasi pemerintah yang berfungsi menjaga legitimasi kebijakan. Hal ini menunjukkan bahwa media tidak sepenuhnya netral, melainkan turut mereproduksi keseimbangan wacana yang tetap selaras dengan stabilitas kebijakan negara.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan beberapa media guna melihat perbedaan kecenderungan ideologis dalam pemberitaan isu kebijakan publik, serta dapat mengombinasikan analisis framing dengan pendekatan lain seperti analisis wacana kritis atau wawancara redaksi agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses produksi berita.

DAFTAR PUSTAKA

- About Us* - Kompas.com. (n.d.). Retrieved December 18, 2025, from <https://inside.kompas.com/about-us>
- Abrar, A. N. (2015). *Tata Kelola Jurnalisme Politik*. Gadjah Mada University Press.
- Anipar, C., & Rachmaria, L. (2022). “*ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KASUS TEROR BOM DI GEREJA KATEDRAL MAKASSAR PADA MEDIA ONLINE DETIK.COM PERIODE 28 MARET 2021*” (*Analisis Framing Robert M. Entman*).
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2022*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- Bungin, B. (2022). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2015). Analisis Framing: Konstruksi. Ideologi. dan Politik media. In *LKis*.
- Hartanto, L. C., Wono, H. Y., Sumantri, S. N. S., & Syafarani, Y. (2021). Analisis Framing Media Online Dalam Mendorong Partisipasi Publik Untuk Mendukung Kebijakan Gubernur Jatim Terkait COVID-19. *Communication*, 12(2). <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1480>
- Ivan Hanifa Rahman, pegawai D. J. P. (2024, December 30). *Berikan Kebijakan PPN Ruang dan Waktu*.
- Johnson, P. C., & Goffman, E. (1976). A Frame for TheatreFrame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. In *Educational Theatre Journal* (Vol. 28, Issue 4).
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. (2024). *APBN-KiTa-Desember-2024*.

- Khoirul Muslimin. (2021). *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial* (1st ed.). Lingkar Media Jogja.
- Leliana, I., Suratriadi, P., & Enrieco, E. (2021). Analisis Framing Model Robert Entman Tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos Juliari Batubara Di Kompas.Com Dan BBC Indonesia.Com. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 21(2).
- Littlejohn, Stephen, W., A.Foss, K., & Oetzel, J. G. (2017). THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION Eleventh Edition. In *Waveland Press, Inc.* (Vol. 53, Issue 95).
- Majid, & H. S. Sholikhah. (2023). DAMPAK KENAIKAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) PADA MASYARAKAT DI INDONESIA. *JURNAL MAHASISWA AKUNTANSI UNITA*.
- Mardiasmo. (2023). *PERPAJAKAN - Edisi Terbaru* (Fransisca Yulia, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Penerbit ANDI.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Pertama). PRENADAMEDIA GROUP.
- Nur Avifah Dwi Apriliani. (2022). Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik dalam Konteks Kewarganegaraan. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(2).
- Pascarina, P. A., Hartanto, L. C., Angela, C., & Purnomo, F. (2023). *Challenging Women's Reproductive Rights: Framing Analysis of Indonesian Women's Reproductive Rights in Kompas.Com*. Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-098-5_27
- PricewaterhouseCoopers. (2025). *Standard VAT rates for WWTs territories*. <https://taxsummaries.pwc.com/quick-charts/value-added-tax-vat-rates#anchor-M>
- Ramli, R., & Djumena, E. (2024, December 16). PPN 12 Persen Jadi Berlaku, Ini Pemanis yang Diberikan Pemerintah untuk Masyarakat Kelas Bawah. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2024/12/16/131300126/ppn-12-persen-jadi-berlaku-ini-pemanis-yang-diberikan-pemerintah-untuk>

- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2018). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. In *Advances in Foundational Mass Communication Theories*. <https://doi.org/10.4324/9781315164441-7>
- Reuters Institute. (2024). *Public opinion on brand trust*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/indonesia>
- Romdani, L. N. (2021). Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemi. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(2). <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i2.2265>
- Romli, A. S. M. (2018). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. In *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*.
- Rosa, M. (2024, December 19). Muncul Petisi Tolak PPN 12 Persen, 90 Ribu Orang Desak Pemerintah Batalkan Kenaikan. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2024/12/19/201954788/muncul-petisi-tolak-ppn-12-persen-90-ribu-orang-desak-pemerintah>
- Siahaan, A. (2023). Menelaah Kenaikan tarif PPN 11% di Indonesia. *Indonesia Journal of Business Law*, 2(1), 24–28. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i1.2029>
- Siregar, A. K., & Qurniawati, E. F. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Buzzer di tempo.co. *Journal of New Media and Communication*, 1(1). <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.1>
- Sobur, A. (2017). Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisi Wacana, Analisi Semiotika, dan Analisi Framing. In *Remaja Rosdakarya* (Vol. 53, Issue 9).
- Sugiyono, Prof. Dr. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Edisi 2|Cetakan Ke-29, Februari 2022. In *@2022, Penerbit Alfabeta, Bandung*.
- Ulya, F., & Movanita. (2025, December 1). Kado Tahun Baru dari Prabowo: PPN 12 Persen Berlaku Hari Ini, Hanya untuk Barang Mewah. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2025/01/01/08392241/ka>

do-tahun-baru-dari-prabowo-ppn-12-persen-berlaku-hari-
ini-hanya-untuk
Zaenuddin, H. (2017). *The Journalist: Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur & Mahasiswa Jurnalistik* (3rd ed.).