

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KERETA CEPAT JAKARTA-BANDUNG  
DALAM DETIK.COM DAN TRIBUNNEWS.COM  
(Periode Oktober 2023 – Februari 2024)**

**Meysinta Wulandari dan Yuliatwati**

Universitas Mercu Buana, Maxindo Mitra Solusi  
meysinta@maxindo.net.id, yuliatwati.hardi@mercubuana.ac.id

**Abstrak.** Kereta cepat dipilih oleh pemerintah sebagai bentuk modernisasi transportasi massal untuk membangun konektivitas antar kota, antar provinsi, dan kawasan. Meskipun pembangunan Kereta Cepat dianggap sebagai solusi untuk berbagai permasalahan, peluncurannya menuai banyak kontroversi dan menciptakan berbagai pemberitaan di berbagai media. Media sebagai sarana penghubung memegang peranan penting dalam mempengaruhi massa. Fokus penelitian ini adalah bagaimana media membingkai pemberitaan terkait Kereta Cepat Jakarta-Bandung dalam media berita online detik.com dan tribunnews.com. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pembingkai berita yang dilakukan oleh media online detik.com dan tribunnews.com terkait pemberitaan Kereta Cepat Jakarta-Bandung. Penelitian ini menggunakan analisis model framing Entman yang terdiri dari empat komponen yakni (1) pendefinisian masalah (define problem), (2) penyebab masalah (defining causes), (3) tawaran solusi untuk menyelesaikan permasalahan (treatment recommendation), dan (4) membuat penilaian moral terhadap persoalan tersebut (make moral judgement). Hasil penelitian adalah menunjukkan perbedaan pendekatan antara kedua media. Detik.com lebih menekankan aspek teknis dan finansial proyek dengan nada konstruktif dan menyajikan informasi yang terstruktur serta dukungan terhadap upaya perbaikan. Sebaliknya, Tribunnews.com fokus pada kontroversi, kritik mendalam, dan menekankan perlunya transparansi serta kepatuhan regulasi.

**Kata Kunci :** Kereta Cepat, Analisis Framing, Media Online, Detik.com, Tribunnews.com

**Abstract.** The government has chosen high-speed trains as a form of modernizing mass transportation to build connectivity between cities, provinces, and regions. Despite being seen as a solution to various issues, the launch of the high-speed train has sparked controversy and generated extensive media coverage. Media, as a means of communication, plays a crucial role in influencing the public. The focus of this research is how the media frames news related to the Jakarta-Bandung high-speed train in the online news media detik.com and tribunnews.com. The objective to be achieved in this study is to determine the news framing carried out by the online media detik.com and tribunnews.com related to the news about the Jakarta-Bandung high-speed train. This research utilizes Entman's framing model analysis, consisting of four components: (1) defining the problem, (2) identifying the causes of the problem, (3) offering solutions to address the issue, and (4) making moral judgments regarding the matter. The results of the research found that Detik.com and Tribunnews.com have different approaches. Detik.com emphasizes the technical and financial aspects of the project with a constructive tone, presenting information in a structured manner and supporting improvement efforts. In contrast, Tribunnews.com focuses on controversy, in-depth criticism, and emphasizes the need for transparency and regulatory compliance.

**Keywords:** High-Speed Train, Framing Analysis, Online Media, Detik.com, Tribunnews.com.

## PENDAHULUAN

Transportasi berperan penting dalam pembangunan negara, tidak hanya sebagai sarana pemindahan, tetapi juga sebagai fondasi pertumbuhan ekonomi dan sosial. Infrastruktur transportasi yang merata memudahkan akses ke layanan seperti kesehatan dan pendidikan, mengurangi kesenjangan ekonomi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif (Baihaki et al., 2023). Pengembangan transportasi ramah lingkungan, seperti kendaraan listrik dan kebijakan berbasis lingkungan, penting untuk mewujudkan sistem transportasi berkelanjutan. Kereta cepat, dengan kecepatan dan kapasitas tinggi, dapat meningkatkan konektivitas antar-kota, mengatasi hambatan jarak dan waktu, serta mendorong pertumbuhan ekonomi di sepanjang jalur trase dengan memperpendek waktu perjalanan dan mempererat hubungan antarwilayah.

Kereta Cepat Jakarta-Bandung, bernama Whoosh (Waktu Hemat, Operasi Optimal, Sistem Hebat), mulai beroperasi pada 2 Oktober 2023. Sebagai kereta berkecepatan tinggi pertama di Indonesia dan Asia Tenggara, Whoosh melaju hingga 350 km/jam, menghubungkan Jakarta dan Bandung melalui jalur sepanjang 142,3 km dengan empat stasiun pemberhentian: Halim, Karawang, Padalarang, dan Tegalluar (Yuniarto, 2023).

Meskipun Kereta Cepat Jakarta-Bandung dianggap sebagai solusi untuk berbagai masalah, peluncurannya menimbulkan kontroversi dan kritik. Kritikus, seperti ekonom Faisal Basri, meragukan keberlanjutan proyek ini, menilai sulit untuk balik modal dan khawatir tentang dampaknya terhadap ekosistem lokal (Anam, 2021). Proyek ini juga menghadapi kritik terkait pembengkakan dana yang melibatkan uang negara setelah tawaran awal dari China yang lebih murah dibandingkan dengan Jepang (Kasih, 2023). Dibalik kontroversinya, beberapa pakar justru melihat dari sudut pandang yang berbeda. Dikutip dari *voi.id* (Dewi, 2023), menurut pengamat transportasi Djoko Setijowarno melihat proyek ini sebagai tonggak sejarah transportasi di Indonesia, Djoko meyakini bahwa kereta cepat adalah masa depan transportasi di Indonesia. Sementara Rhenald Kasali memandang proyek ini sebagai sebuah upaya dalam membangun citra atau branding sebuah negara dan bagaimana hal tersebut dapat mencerminkan kemajuan dan identitas suatu bangsa.

Media sebagai sarana penghubung memegang peranan penting dalam mempengaruhi massa. Hal tersebut karena media berperan dalam memberikan informasi terkait fenomena hingga peristiwa yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat (Paramitha & Karim, 2022). Konsumsi media yang tinggi oleh masyarakat menghasilkan dampak terhadap beragam interpretasi yang muncul pada pembaca. Dampak dari paparan media memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan kepercayaan, sikap, dan bahkan perilaku masyarakat. Media online tentu saja memiliki kacamata yang berbeda dalam menuliskan sudut pandangnya (Boer et al., 2020).

Melalui analisis framing, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana berbagai media berita online membangun naratif seputar proyek Kereta Cepat, menggambarkan perspektif dan sudut pandang yang berbeda, serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat. Analisis framing berangkat dari pemikiran bahwa sebuah berita merupakan hasil konstruksi realitas yang dilakukan oleh wartawan atau redaksi media. Oleh karena itu, peneliti tertarik meneliti konstruksi pemberitaan proyek Kereta Cepat Jakarta-Bandung di dua media online, *detik.com* dan *tribunnews.com*, menggunakan analisis framing Entman. Kedua media ini dipilih karena menjadi yang paling banyak dikunjungi oleh netizen Indonesia, dengan *detik.com* memiliki 173,6 miliar pengunjung dan *tribunnews.com* 163,9 miliar pengunjung per Oktober 2023..

## KAJIAN TEORI

**Komunikasi.** Istilah "komunikasi" dalam bahasa Inggris, "communication," berasal dari bahasa Latin "communicatus," yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Oleh karena itu, komunikasi dapat diartikan sebagai proses berbagi antara pihak-pihak yang terlibat. Menurut Pohan dan Fitria (2021), komunikasi bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Lexicographer juga mendefinisikan komunikasi sebagai proses berbagi informasi, gagasan, atau perasaan untuk mencapai pemahaman bersama. Komunikasi melibatkan pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan, baik secara lisan, tulisan, maupun nonverbal. Dalam perkembangannya, ilmu komunikasi telah berubah sejak masa retorika.

**Komunikasi Massa.** Komunikasi massa (komass) terdiri dari dua kata: "komunikasi" dan "massa." Menurut Wilbur Schramm, komunikasi berasal dari kata Latin "communis," yang berarti persamaan (Kustiawan et al., 2022). P.J. Bouman menjelaskan bahwa "massa" merujuk pada kelompok penduduk besar yang memiliki ikatan dan kesamaan jiwa. John R. Bittner mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang disampaikan melalui media massa kepada banyak orang, sementara Gerbner menekankan pentingnya produksi dan distribusi pesan dalam masyarakat industri (Syafriana, 2022). Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble menyatakan bahwa komunikasi massa melibatkan penggunaan teknologi modern untuk menyebarkan pesan, di mana audiens tidak saling mengenal, dan pesan yang dapat diakses oleh publik. Selain itu, komunikasi massa dikelola oleh lembaga formal dan umpan balik bersifat tidak langsung.

Komunikasi massa memiliki peran penting dalam masyarakat, seperti memberikan informasi peringatan dan informasi berguna, serta menyediakan konteks dan penafsiran atas kejadian penting. Media massa juga berfungsi menghubungkan anggota masyarakat dengan kepentingan yang sama, sekaligus mengedukasi individu tentang perilaku dan nilai kelompok. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa mewakili lembaga, sehingga lembaga bertanggung jawab atas isi pesan. Praktisi public relations perlu memahami komunikasi massa untuk menjangkau audiens dan mempengaruhi opini publik, termasuk melalui analisis framing terhadap pemberitaan.

**Public Relations.** Public Relations (PR) merupakan serangkaian upaya terencana dan berkelanjutan untuk membangun serta mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dan pemangku kepentingan (Jefkins, 2019). Tujuan utama PR adalah memastikan organisasi dipahami oleh semua pihak terkait, baik internal maupun eksternal, serta membangun citra positif di mata publik. PR memiliki peran penting dalam mengelola respons terhadap berita dan isu-isu media. PR dapat mempengaruhi cara berita di bingkai oleh media melalui pesan-pesan yang mereka sampaikan. Framing juga memainkan peran penting dalam strategi PR, membantu organisasi dalam mendefinisikan realitas dan memilih pesan kunci untuk disampaikan kepada Masyarakat (Prastya, 2016).

**Stakeholder Relations.** Stakeholder relations dan Public Relations (PR) memiliki keterkaitan erat, yang membentuk dasar strategis untuk keberlanjutan dan reputasi organisasi. PR bertanggung jawab dalam membangun dan memelihara citra positif organisasi di mata publik melalui berbagai taktik komunikasi. Stakeholder relations menjadi bagian integral dari PR, karena mengidentifikasi dan mengelola hubungan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan signifikan terhadap organisasi sangatlah penting. Stakeholders dibagi menjadi dua kategori: internal (karyawan, manajemen, pemegang saham) dan eksternal (pelanggan, pemerintah, pemasok, komunitas, media) (Melita, 2017).

Hubungan baik dengan stakeholders, baik internal maupun eksternal, memberikan keuntungan

bagi perusahaan, seperti memotivasi kinerja karyawan dan membangun citra positif di mata publik (Hasibuan & Desiana, 2022). Perbedaan karakteristik publik internal dan eksternal memerlukan strategi yang berbeda. Public eksternal, seperti media, dapat memberikan tekanan yang signifikan melalui pemberitaan yang mungkin merugikan citra organisasi. Oleh karena itu, menjalin hubungan baik dengan media menjadi penting untuk menciptakan publisitas yang positif (Soyusiawaty & Fajri, 2016).

**Media Relations.** Menurut Frank Jefkins, media relations adalah upaya untuk memperoleh publikasi sebanyak mungkin terkait dengan kegiatan organisasi, dengan tujuan menciptakan pemahaman di kalangan audiens tentang perusahaan (Sambo, 2019). Hubungan timbal balik antara lembaga dan media massa ini sangat penting, karena informasi yang disampaikan oleh media dapat mempengaruhi opini publik dan membentuk citra organisasi (Widyasari & Lintangdesi, 2020). Semakin baik media relations, semakin positif citra perusahaan (Nurjanah et al., 2015).

Tujuan utama media relations meliputi: mendapatkan publisitas yang luas, memperoleh pemberitaan media yang objektif, memperoleh umpan balik dari masyarakat, menyediakan informasi bagi pimpinan organisasi, serta membangun hubungan yang stabil dan saling percaya (Wardhani, 2008). Melalui media massa, PR dapat membangun citra positif karena media efektif dalam membentuk opini publik.

Hubungan yang baik dengan media memungkinkan praktisi PR untuk mengelola liputan dengan lebih baik, menyampaikan pesan secara efektif, dan merespons isu dengan cepat. Hal ini penting dalam proyek besar seperti infrastruktur, di mana persepsi publik dapat mempengaruhi dukungan terhadap proyek. Dengan menjaga hubungan yang baik dengan media, terutama media online, informasi yang disampaikan dapat membangun kepercayaan publik terhadap proyek tersebut.

**Media Online.** Media online menggabungkan elemen 'media', yang berarti perantara atau pengantar, dan 'online', yang menunjukkan proses pengaksesan informasi yang berlangsung secara real-time melalui internet (Widaswara & Suardana, 2021). Berbeda dengan media cetak dan elektronik tradisional, media online menawarkan akses yang cepat dan mudah terhadap informasi dari berbagai perangkat digital. Media online, yang juga dikenal sebagai media digital atau media siber, memperkenalkan konsep media baru di mana konten dapat diakses kapan saja dan di mana saja, dengan tingkat interaktivitas dan partisipasi pengguna yang tinggi (Nur, 2021). Algoritma dan teknologi digital memungkinkan media online untuk menyesuaikan berita dengan preferensi pengguna, yang secara potensial menciptakan lingkungan informasi yang terpolarisasi dan bias (Romli, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa media online tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki kontrol yang lebih besar atas narasi dan framing berita.

**Berita.** Dalam hubungannya dengan media massa, berita memainkan peran kunci sebagai produk utama yang dikonsumsi oleh publik. Berita adalah laporan terkini yang berisi fakta atau pendapat yang dianggap penting atau menarik bagi khalayak dan disebarkan melalui media massa (Hendra & Hafniati, 2023). Meski informasi adalah elemen penting dari berita, tidak semua informasi dapat dianggap sebagai berita. Sebuah informasi harus memiliki nilai jurnalistik, seperti relevansi, akurasi, dan kepentingan umum, untuk dapat dikategorikan sebagai berita. Namun, berita juga merupakan konstruksi realitas yang dibentuk oleh persepsi, seleksi, dan reproduksi informasi oleh wartawan dan editor. Dalam hal ini, berita tidak hanya sekadar penyampaian fakta, tetapi juga merupakan interpretasi atau representasi dari kenyataan yang telah difilter melalui lensa media. Berita, yang diproduksi dan disajikan oleh media, sering kali dipengaruhi oleh framing.

**Framing.** Framing menjadi lebih kompleks ketika diterapkan pada media online, yang tidak hanya menyajikan berita secara tradisional tetapi juga memungkinkan interaktivitas dan personalisasi konten berdasarkan preferensi pengguna. William Gamson (1989) menyoroti bahwa framing adalah strategi dominasi dalam wacana publik, di mana media memiliki kekuatan untuk menentukan aspek mana dari suatu isu yang harus diperhatikan oleh publik dan bagaimana isu tersebut dipahami (Pinontoan & Wahid, 2020). Dalam konteks media online, framing tidak hanya dilakukan melalui pemilihan dan penonjolan informasi, tetapi juga melalui algoritma yang menentukan jenis konten apa yang ditampilkan kepada pengguna berdasarkan data perilaku mereka. Hal ini menciptakan dinamika di mana framing tidak hanya dipengaruhi oleh jurnalis atau editor, tetapi juga oleh teknologi dan preferensi audiens.

Robert N. Entman (1993) menyempurnakan konsep framing dengan mendefinisikannya sebagai proses memilih aspek-aspek tertentu dari realitas yang dirasakan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks komunikasi, dengan tujuan untuk mempromosikan definisi masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi solusi tertentu (Eriyanto, 2018). Model framing Entman menekankan bahwa berita adalah produk dari serangkaian pilihan selektif yang dibuat oleh wartawan dan editor, yang didasarkan pada perspektif dan tujuan tertentu. Dalam model ini, proses framing terdiri dari empat elemen utama: pendefinisian masalah (define problems), perkiraan penyebab masalah (diagnose causes), pembuatan keputusan moral (make moral judgment), dan rekomendasi solusi (treatment recommendation). Proses ini menunjukkan bahwa media memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk cara publik memahami dan merespons isu-isu sosial, politik, dan ekonomi.

## METODE

Dalam penelitian ini, menggunakan paradigma konstruktivisme yang berusaha menggali pemaknaan, pengalaman, dan pemahaman dari subyek penelitian yang sudah ditentukan secara mendalam. Dalam perspektif konstruksionis, media dianggap sebagai agen konstruksi sosial yang membentuk realitas melalui berita. Unit analisis yang digunakan adalah berita mengenai kereta cepat Jakarta-Bandung dari lima artikel berita di detik.com dan lima artikel di tribunnews.com, yang diterbitkan antara 3 Oktober 2023 hingga 20 Februari 2024.

Metode yang digunakan adalah analisis framing dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk melihat bagaimana media membingkai dan mengkonstruksikan realitas. Peneliti menggunakan analisis framing dengan model framing Entman dengan empat elemen. Define problems (pendefinisian masalah), elemen ini menekankan bagaimana peristiwa atau isu dapat dipahami. Kemudian, Defining causes (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai penyebab dari suatu permasalahan atau isu. Ketiga, make moral judgment (membuat penilaian moral terhadap persoalan), elemen ini untuk membenarkan/memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Terakhir, treatment recommendation (tawaran solusi untuk menyelesaikan permasalahan), elemen ini dipakai untuk melihat apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah.

**Tabel 1. Unit Analisis Penelitian**

No	Media	Headline Berita	Tanggal Terbit
1	Detik.com	Kereta Cepat JKT-BDG Operasi, Begini Dampaknya ke Sektor Properti	13 Okt 2023
2	Detik.com	Coorr, Bocoor... Stasiun Kereta Cepat Halim Bocor Bagi Air Terjun	5 Okt 2023
3	Detik.com	KCIC Buka Suara Tepis Transaksi Kereta Cepat dikuasai Bank China	25 Nov 2023
4	Detik.com	Gaduh di X Whoosh Sepi Penumpang, KCIC Bilang Apa?	20 Jan 2024
5	Detik.com	Biaya Bengkakan Kereta Cepat Sudah Ditutupi, Dari Mana Uangnya?	20 Feb 2024
6	Tribunnews.com	Biaya Proyek Kereta Cepat Whoosh Membengkakan 1,2 Miliar USD, Soal Bunga Utang Belum Ada Titik Terang	3 Okt 2023
7	Tribunnews.com	Ombudsman Ungkap Sejumlah Temuan Terkait Operasional Kereta Cepat Whoosh	29 Dec 2023
8	Tribunnews.com	Mencari Tanggung Jawab Cina di Pembangunan Kereta Cepat Jakarta-Bandung	3 Jan 2024
9	Tribunnews.com	Viral Kereta Cepat Whoosh Sepi Penumpang dan Tak Laku, Begini Tanggapan Stafsus Menteri BUMN	30 Jan 2024
10	Tribunnews.com	Wamen BUMN Pastikan Pembengkakan Biaya Kereta Cepat Whoosh Sudah Tertutupi	20 Feb 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menerapkan analisis framing model Entman untuk menguraikan bagaimana Detik.com dan Tribunnews.com membingkai pemberitaan terkait proyek Kereta Cepat Jakarta-Bandung. Pada elemen Define Problems, Detik.com cenderung menekankan aspek teknis dan finansial, dengan sorotan pada masalah operasional seperti kebocoran di Stasiun Halim serta tantangan keuangan yang dihadapi proyek ini. Berita-berita di Detik.com juga mengangkat dampak positif proyek terhadap sektor properti, memberikan kesan optimis mengenai manfaat jangka panjang proyek ini. Sebaliknya, Tribunnews.com lebih memusatkan perhatian pada isu-isu kontroversial, seperti keterlibatan China dalam proyek ini dan kritik dari Ombudsman terkait masalah operasional. Tribunnews.com menonjolkan narasi yang skeptis, menggarisbawahi berbagai tantangan dan ketidakpastian yang masih menyelimuti proyek tersebut.

Dalam elemen Diagnose Causes, Detik.com menghadirkan penyebab masalah dengan pendekatan yang lebih konstruktif. Misalnya, masalah teknis seperti kebocoran di Stasiun Halim dijelaskan sebagai akibat faktor eksternal, seperti curah hujan yang tinggi, serta kelemahan dalam tahap pengujian saluran air. Detik.com menekankan bahwa kendala-kendala ini dapat diatasi melalui langkah-langkah mitigasi yang tepat, menyiratkan bahwa masalah-masalah tersebut bukanlah cacat struktural mendasar dalam desain proyek. Dengan framing semacam ini, Detik.com tampaknya berusaha untuk mengurangi potensi kontroversi dan menampilkan proyek ini dalam cahaya yang lebih positif. Sebaliknya, Tribunnews.com menyajikan penyebab masalah dengan cara yang lebih kritis, sering kali menyoroti kurangnya kepatuhan terhadap regulasi lingkungan dan minimnya transparansi dari pihak China. Tribunnews.com menggarisbawahi isu-isu ini sebagai faktor-faktor yang menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat, mencerminkan sikap yang lebih skeptis terhadap proyek

ini.

Pada elemen Make Moral Judgement, baik Detik.com maupun Tribunnews.com tidak secara eksplisit menampilkan penilaian moral dari sudut pandang redaksi mereka. Namun, Detik.com cenderung lebih suportif terhadap upaya perbaikan yang dilakukan oleh KCIC, dengan menggambarkan langkah-langkah tersebut sebagai bagian dari tanggung jawab yang diemban oleh pengelola proyek. Laporan-laporan di Detik.com sering kali mendorong penerimaan publik terhadap upaya-upaya ini, memberikan kesan bahwa masalah yang ada dapat diselesaikan dengan baik. Di sisi lain, Tribunnews.com lebih mendalam dalam mengupas berbagai masalah yang dilaporkan, seperti kritik dari Ombudsman terhadap manajemen proyek. Pendekatan ini menunjukkan bahwa Tribunnews.com lebih berfokus pada kebutuhan akan transparansi dan akuntabilitas yang lebih besar dalam pengelolaan proyek, menyoroti masalah-masalah yang masih belum terselesaikan sebagai area yang memerlukan perhatian khusus.

Terakhir, dalam elemen Treatment Recommendation, kedua media tidak memberikan rekomendasi penanganan dari sudut pandang wartawan. Semua solusi yang disajikan dalam berita berasal dari pernyataan pihak terkait. Namun, Detik.com sering menampilkan visi jangka panjang yang disampaikan oleh narasumber, seperti rencana untuk memperluas proyek hingga Surabaya. Pendekatan ini mencerminkan dorongan untuk melanjutkan proyek ini dengan optimisme terhadap masa depan. Sebaliknya, Tribunnews.com menekankan pentingnya kepatuhan terhadap regulasi dan optimasi sistem dalam pengelolaan proyek, dengan fokus pada perlunya negosiasi berkelanjutan dan pengelolaan yang lebih hati-hati.

Analisis framing terhadap pemberitaan Kereta Cepat Jakarta-Bandung di Detik.com dan Tribunnews.com menunjukkan bahwa liputan lebih menekankan elemen "define problems" dan "diagnose causes" tanpa menyentuh "make moral judgement" dan "treatment recommendation." Berita yang objektif dan tanpa opini tambahan ini menjadi tantangan bagi tim PR KCIC untuk memastikan narasi proyek disampaikan secara efektif di media. Public relations berperan penting dalam membentuk persepsi publik dengan menyediakan informasi yang tidak hanya faktual tetapi juga bermakna. KCIC perlu mempertimbangkan strategi PR yang lebih persuasif agar pemberitaan mendukung narasi positif proyek ini.

## PENUTUP

**Kesimpulan.** Analisis framing pemberitaan Kereta Cepat Jakarta-Bandung di Detik.com dan Tribunnews.com menunjukkan perbedaan pendekatan. Detik.com cenderung fokus pada aspek teknis dan finansial dengan nada konstruktif, menyoroti solusi dan klarifikasi dari pihak terkait untuk mengurangi kontroversi. Sebaliknya, Tribunnews.com lebih kritis, menekankan masalah, kontroversi, dan perlunya transparansi serta akuntabilitas, dengan sorotan pada keterlibatan China dan tantangan finansial proyek.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anam, K. (2021, December 28). *Faisal Basri: Kereta Cepat Rugi Sampai Kiamat!* Dipetik Oktober 23, 2023, dari [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/news/20211228135838-4-302662/faisal-basri-kereta-cepat-rugi-sampai-kiamat](https://www.cnbcindonesia.com/news/20211228135838-4-302662/faisal-basri-kereta-cepat-rugi-sampai-kiamat)
- Baihaki, M. V., Ramadhan, B., Aditya, P. F., Fitri, Z. N., & Sahara, S. (2023, Juli). Meningkatkan Akses Transportasi Untuk Masyarakat Pedesaan: Tantangan Dan Solusi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9((14)), 480-486. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8176291>
- Brilian, A. P. (2023, Okt 13). Kereta Cepat JKT-BDG Operasi, Begini Dampaknya ke Sektor

- Properti. Dipetik Maret 3, 2024, dari detik.com: <https://www.detik.com/properti/berita/d-6980252/kereta-cepat-jkt-bdg-operasi-begini-dampaknya-ke-sektor-properti>
- Butsi, F. I. (2019, April). Mengenal Analisis Framing: Tinjau Sejarah dan Metodologi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(2), 52-58.
- Dewi. (2023, Oktober 3). *Kereta Cepat Jakarta Bandung dengan Segala Plus Minusnya adalah Sejarah dan Peradaban Transportasi Indonesia*. (A. D. Winardi, Editor) Diambil kembali dari voi.id: <https://voi.id/bernas/315984/kereta-cepat-jakarta-bandung-dengan-segala-plus-minusnya-adalah-sejarah-dan-peradaban-transportasi-indonesia>
- Diah, F. (2024, Jan 20). Gaduh Di X Whoosh Sepi Penumpang, KCIC Bilang Apa? Dipetik Juni 8, 2024, dari Detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-7150871/gaduh-di-x-whoosh-sepi-penumpang-kcic-bilang-apa>
- Eriyanto. (2018). *Media dan Opini Publik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Fadilah, I. (2024, Feb 20). Biaya Bengkak Kereta Cepat Sudah Ditutupi, Dari Mana Uangnya? Dipetik Juni 9, 2024, dari Detik.com: <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-7201860/biaya-bengkak-kereta-cepat-sudah-ditutupi-dari-mana-uangnya#:~:text=Dari%20mana%20sumber%20duitnya%3F,atau%20Rp%206%2C98%20triliun.>
- Hanafi, M. (2024, Januari 3). Mencari Tanggung Jawab Cina di Pembangunan Kereta Cepat Jakarta-Bandung. Dipetik Juni 9, 2024, dari Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/internasional/2024/01/03/mencari-tanggung-jawab-cina-di-pembangunan-kereta-cepat-jakarta-bandung?page=all>
- Herlina, Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A.-M., Ganiem, L. M., . . . Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pasuruan: CV Basya Media Utama.
- Hikam, H. A. (2023, Nov 5). Coorr, Bocoor... Stasiun Kereta Cepat Halim Bocor Bagai Air Terjun. Dipetik Juni 10, 2024, dari Detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-7020172/coorr-bocoor-stasiun-kereta-cepat-halim-bocor-bagai-air-terjun>
- Ismoyo, B. (2023, Okt 3). Biaya Proyek Kereta Cepat Whoosh Membengkak 1,2 Miliar USD, Soal Bunga Utang Belum Ada Titik Terang. Dipetik Maret 3, 2024, dari Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/10/03/biaya-proyek-kereta-cepat-whoosh-membengkak-12-miliar-usd-soal-bunga-utang-belum-ada-titik-terang>
- Ismoyo, B. (2024, Januari 30). Viral Kereta Cepat Whoosh Sepi Penumpang dan Tak Laku, Begini Tanggapan Stafsus Menteri BUMN. Dipetik Juni 10, 2024, dari Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/01/30/viral-kereta-cepat-whoosh-sepi-penumpang-dan-tak-laku-begini-tanggapan-stafsus-menteri-bumn>
- Jefkins, F. (2019). *Public Relations : Edisi Kelima*. (N. Mahanani, Penyunt., & D. Yadin, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasih, P. C. (2023). Pertarungan Wacana Kereta Cepat Jakarta-Bandung Dalam Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8, 19-34.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1).
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 51 - 64.
- Oswaldo, I. G. (2023, Nov 25). KCIC Buka Suara Tepis Transaksi Kereta Cepat Dikuasai Bank China. Dipetik Juni 9, 2024, dari Detik.com: <https://finance.detik.com/infrastruktur/d-7056280/kcic-buka-suara-tepis-transaksi-kereta-cepat-dikuasai-bank-china>
- Paramitha, G. A., & Karim, A. A. (2022). Analisis Framing Berita Penembakan Jurnalis AS di Ukraina pada CNNIndonesia.com dan Sindonesws.com. *Jurnal Ilmiah Wahana*

- Pendidikan*, 376-383.
- Pinontoan, N. A., & Wahid, U. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 di Harian Kompas.com dan Jawapos.com. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29-37.
- Pramudhiaz, E. I. (2023, Desember 29). Ombudsman Ungkap Sejumlah Temuan Terkait Operasional Kereta Cepat Whoosh. Dipetik Juni 10, 2024, dari Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/12/29/ombudsman-ungkap-sejumlah-temuan-terkait-operasional-kereta-cepat-whoosh?page=2>
- Pramudhiaz, E. I. (2024, Februari 20). Wamen BUMN Pastikan Pembengkakan Biaya Kereta Cepat Whoosh Sudah Tertutupi. Dipetik Juni 10, 2024, dari Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/02/20/wamen-bumn-pastikan-pembengkakan-biaya-kereta-cepat-whoosh-sudah-tertutupi>
- Prastya, N. M. (2016). Analisis Framing dalam Riset Public Relations. *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, 193-204.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik online : panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Syafrina, A. E. (2022). *Komunikasi Massa*. (R. Kusumawati, Penyunt.) Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Widaswara, R. Y., & Suardana, K. P. (2021). Tantangan Pers di Era Digital. Dalam H. M. Syam, U. Yuniati, N. M. Hardi, & R. Tabroni, *Etika dan Bisnis Dalam Jurnalisme* (hal. 189-203). Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.