

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2010 Kanada menjadi negara pertama yang menyatakan plastik BPA sebagai zat toksik dan mulai melarang penggunaannya pada produk botol susu bayi. Setahun kemudian, pelarangan serupa juga dilakukan oleh negara-negara Uni Eropa pada tahun 2011, pelarangan ini dilakukan berdasarkan studi yang telah dilakukan di beberapa negara. Dalam studi tersebut ditemukan bahwa paparan BPA terhadap manusia ternyata cukup luas. Pada data statistik di Kanada yang dilakukan pada 2007-2009 ditemukan sekitar 91 % orang Kanada yang berusia 6 sampai 79 tahun, pada urinenya terdeteksi mengandung BPA. Hasil serupa juga diperoleh dari survei yang dilakukan di Amerika Serikat pada tahun 2003-2004 yang mendeteksi adanya kandungan BPA dalam 93% dari 2517 sampel urine orang Amerika yang berusia lebih dari 7 tahun. Berdasarkan temuan, diketahui populasi yang paling berbahaya apabila terpapar zat BPA ini ada bayi, ini dikarenakan tubuh mereka yang sedang berkembang dan sistem detoksifikasi di dalam hati yang belum sempurna (Widiastuti, 2010).

Indonesia sendiri masih belum melarang penggunaan plastik BPA ini pada produk bayi, namun penggunaan BPA sebagai produk kemasan di Indonesia diatur dalam regulasi Badan POM. Mengutip dari Badan POM, regulasi peredaran atau penggunaan plastik BPA di Indonesia tertuang dalam mandat Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, di mana Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM) Indonesia memiliki wewenang untuk mengawasi pemenuhan persyaratan keamanan, mutu, gizi, label, dan iklan pangan olahan. Hal ini ditegaskan dalam Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017, di mana Badan POM bertanggung jawab atas penyusunan dan penetapan Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) di bidang pengawasan obat dan makanan. Spesifik terkait *Bisfenol A* (BPA) pada kemasan plastik *Polycarbonate*

(PC), Badan POM menetapkan persyaratan batas migrasi sebesar 0,6 bpj (berat per juta) melalui Peraturan Nomor 20 Tahun 2019 tentang Kemasan Pangan. Batas migrasi adalah jumlah zat yang dapat berpindah dari bahan kemasan ke dalam makanan (BPOM, 2022).

Penelitian terkait bahaya kandungan BPA pada tubuh hingga saat ini sudah banyak dilakukan, seperti pada salah satu kutipan laporan hasil penelitian yang dirilis oleh situs *neurosciencenews.com*. Studi menunjukkan bahwa BPA dapat merusak transmisi sinyal antara sel saraf di otak ikan, yang kemungkinan besar juga dapat terjadi pada otak manusia. *Plasticizers* seperti BPA dan BPS dapat mengganggu koordinasi antara sinyal eksitasi dan inhibisi dalam sistem saraf pusat, yang penting untuk menjaga fungsi otak yang sehat (Neurosciencenews.com, 2021).

Di Indonesia, topik pembahasan mengenai BPA ini sebenarnya pernah diangkat di Indonesia oleh Badan POM RI melalui "*InfoPOM*" vol. 15 no. 2 edisi Maret-April 2014. Namun topik ini mulai heboh dibahas di Indonesia, tepatnya pada tanggal 28 September 2023 di mana warga pengguna internet (warganet) sempat digemparkan oleh kasus galon BPA yang menyebar luas di media sosial. Pada kasus tersebut, Dok. Richard Lee mengungkap pemahamannya mengenai kandungan BPA pada air minum kemasan galon merek terkenal melalui media sosial. Pengungkapan ini memicu perhatian publik dan menjadi sorotan, dengan peringatan tentang bahaya kandungan BPA, terutama terhadap tumbuh kembang anak-anak.

Sebelum informasi tersebut menyebar luas dalam format video pendek di media sosial, Dok. Richard Lee telah lebih dulu mengunggah video *podcast* terkait galon BPA tersebut di kanal youtubenanya "dok. Richard Lee, MARS" pada 27 September 2023. Dalam segmen video tersebut membahas kontaminasi merek air kemasan populer dengan bahan kimia berbahaya yang disebut BPA, dan menekankan risiko kesehatan terkait dengan keberadaannya. Video tersebut juga menyebutkan potensi dampak jangka panjang dari paparan BPA dan dampaknya terhadap tumbuh

kembang anak. Terdapat empat video yang telah diunggah oleh Dok. Richard Lee di saluran youtubenyanya untuk membahas kandungan BPA pada kemasan galon tersebut. pada masing-masing video terdapat pakar berbeda yang menjadi lawan bicara Dok. Richard Lee untuk membahas masalah kesehatan yang ditimbulkan oleh turunan plastik polimer tersebut.

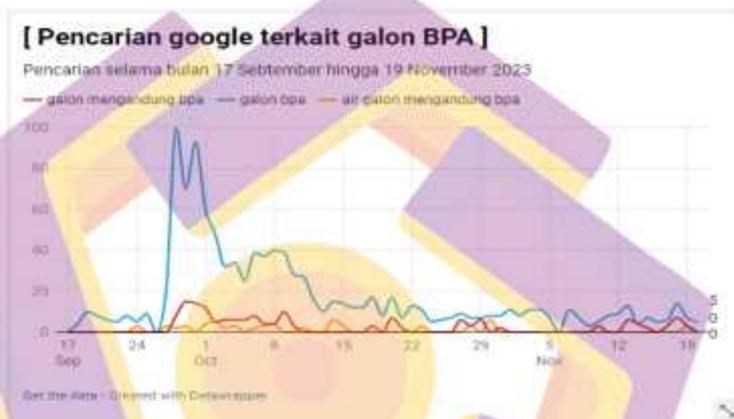
Bermula dari konten yang dibuat oleh Dok. Richard Lee, isu mengenai galon BPA ini sempat banyak diperbincangkan di dunia maya, apalagi diikuti oleh beberapa *influencer* yang mengangkat isu serupa. Seperti salah satu yang cukup terkenal “RaymonChin” pada akun tiktoknya membagikan pandangan terkait bahaya dan dampak dari galon BPA tersebut. Video tersebut mendapat banyak respons positif dan setuju dengan video tersebut, namun tidak sedikit yang menganggapnya sebagai bentuk persaingan dagang, ada juga yang menyatakan telah menggunakan selama puluhan tahun namun masih sehat tanpa terkena dampak penyakit yang disebutkan.

Menurut beberapa tanggapan pengguna media sosial *Twitter* (sekarang disebut “X”), isu terkait galon BPA ini telah menimbulkan *fear mongering* di masyarakat. *Fear mongering* menurut Barry Glassner (2004), merupakan tindakan penyebaran rasa takut yang mengacu pada praktik mengeksploitasi ketidakamanan moral masyarakat demi keuntungan pribadi dengan mempromosikan dan membesar-besarkan ketakutan. Teknik ini digunakan oleh berbagai individu dan organisasi untuk memanfaatkan kecemasan masyarakat dan memanipulasi persepsi mereka yang tidak perlu pada orang-orang dengan cara menyebarkan informasi yang tidak akurat atau berlebihan tentang suatu topik atau isu tertentu. Tindakan ini dilakukan dengan sengaja mencoba membuat orang takut terhadap sesuatu padahal hal ini tidak perlu dilakukan (Glassner, 2004).

Naiknya pembahasan terkait bahaya galon BPA ini akhirnya dimanfaatkan oleh media berita *online*. Pada Google tren, pencarian masyarakat terhadap galon BPA ini dapat dilihat peningkatannya. Melalui tiga kata kunci yang dipilih, “galon mengandung bpa”, “galon bpa”, dan

“air galon mengandung bpa” terlihat peningkatan pencarian terhadap informasi galon BPA. Berdasarkan data pencarian selama periode 17 September hingga 19 November 2023 hal ini memperlihatkan kekhawatiran masyarakat terhadap isu galon BPA tersebut meningkat akibat pengaruh informasi yang diberikan di media sosial.

Gambar 1 | Tren Pencarian Galon BPA



Sumber: Olahan dari trends.google.co.id

Pada data terlihat kenaikan pencarian tertinggi dengan kata kunci “galon BPA” terjadi pada 28 September, tepat sehari setelah video pembahasan galon BPA itu di unggah di media Youtube Dok.Richard Lee. Kemudian pada kata kunci “galon mengandung BPA” pencarian tertinggi terjadi 29 September, sedangkan pada kata kunci ketiga “air galon mengandung BPA” pencarian tertinggi terjadi pada 14 dan 30 Oktober 2023.

Pada era digital yang sedang berkembang pesat ini, internet telah menjadi elemen krusial dalam kehidupan kita, mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, belajar, dan bersosialisasi. Perkembangan teknologi internet dan perubahan konstan dalam ekosistem digital mendorong kita untuk terus beradaptasi. Internet, sebagai jaringan global yang menghubungkan jutaan komputer, telah menjadi kebutuhan

masyarakat dengan menyediakan akses cepat ke berbagai informasi (Lidwina, 2023). Media massa, yang sebelumnya terfokus pada bentuk konvensional, seperti surat kabar dan televisi, kini telah mengalami transformasi dengan munculnya media daring sebagai bentuk baru penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Melalui pemanfaatannya yang begitu mudah dan dapat diakses di mana saja media daring ini telah menjadi pilihan bagi sebagian besar masyarakat (Putra, 2019).

Transformasi media massa ini tidak hanya mencakup penyampaian informasi dengan cepat dan mudah, tetapi juga membawa dampak signifikan terhadap cara media massa beroperasi dalam memosisikan dirinya di tengah realitas sosial. Menurut Sobur (dalam Lingga & Syam, 2018), media sebenarnya beroperasi di tengah realitas sosial yang penuh dengan kepentingan, konflik, serta data yang kompleks dan beragam. Lois Althusser (dalam Lingga & Syam, 2018) menyatakan bahwa media, terkait dengan dimensi kekuasaan, menempati posisi dan peran sebagai sarana legitimasi. Media massa tidak dapat dianggap sebagai entitas yang bebas dan independen, melainkan terikat dengan realitas sosial. Tentu saja, ada berbagai kepentingan yang terlibat dalam media massa, mulai dari faktor kepemilikan media, ideologi media, hingga agenda internal atau tujuan lain yang ingin ditekankan dalam penyampaian pesan berita. Hal ini dapat mengakibatkan berita menyoroti realitas tertentu dari suatu pihak atau kelompok, sementara mengabaikan atau bahkan menghilangkan penekanan pada realitas lain yang diperoleh oleh wartawan dari sumber-sumber berbeda di lapangan. Dalam konteks pemberitaan, media, terutama yang terkait dengan pihak dominan, cenderung disertai dengan representasi yang kurang menguntungkan dan dominan secara negatif (Rahmawati, 2022).

Dalam konteks analisis *framing* yang dikemukakan oleh Eriyanto (2002), pendekatan *framing* yang unik oleh media dalam membangun realitas menunjukkan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai saluran netral untuk menyampaikan informasi, melainkan juga sebagai agen

konstruksi sosial yang turut menentukan definisi realitas. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kepentingan, bias, dan pilihan yang mendasari *framing* media menjadi penting dalam merespons transformasi media massa di era digital yang terus berkembang (Eriyanto, 2002).

Dalam konteks transformasi media massa di era digital yang terus berkembang, pertumbuhan signifikan jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi internet, seperti yang tercatat dalam survei APJII, turut memperkuat peran *framing* media dalam membangun realitas.

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam “*Press Conference* Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024”, mencatatkan jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi internet pada tahun 2014 meningkat menjadi 79,5%. Hal ini naik sebanyak 1,31% dari tahun sebelumnya dan 14,7% lebih tinggi dari lima tahun terakhir. APJII menyebutkan terdapat 221.563.479 jiwa penduduk Indonesia telah terkoneksi dengan internet dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dalam pengelompokan berdasarkan generasi, tingkat penetrasi internet tertinggi ada pada milenial yakni 93,17% dan oleh Generasi Z pada posisi kedua dengan penetrasi sebesar 87,02% (APJII, 2024).

Tabel 1 1 Media berita paling sering dilihat di Indonesia

Media Berita Daring Paling Sering Dilihat Indonesia				
(Periode Oktober – Desember 2023)				
No	Media berita daring	Global rank	Country rank	Monthly visits
1	<i>tribunnews.com</i>	291	11	511.2M
2	<i>kompas.com</i>	334	13	487.0M
3	<i>detik.com</i>	349	16	487.8M
4	<i>liputan6.com</i>	836	32	216.6M
5	<i>cncindonesia.com</i>	1,130	46	198.9M

Sumber: Olahan dari *similarweb.com*

Berdasarkan data situs *similarweb.com*, yakni sebuah perusahaan penyedia jasa pemantauan lalu lintas *web* dan aplikasi seluler yang didirikan pada tahun 2007 oleh Or Offer dan Nir Cohen. Pada data Oktober hingga Desember 2023 menunjukkan bahwa ada lima media berita daring Indonesia yang paling banyak dilihat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mengonsumsi media daring sebagai sumber berita tertinggi melalui *tribunnews.com* dengan total 511,2 juta kunjungan dalam periode tiga bulan, *kompas.com* dengan 487,0 juta kunjungan, *detik.com* dengan 487,8 juta kunjungan, *liputan6.com* dengan 216,6 juta kunjungan dan *cncindonesia.com* 198,9 juta kunjungan.

Dalam konteks perubahan media massa dan peningkatan penetrasi internet di Indonesia, pendekatan *framing* oleh media yang dinyatakan oleh Eriyanto menjadi semakin relevan. Pertumbuhan signifikan dalam koneksi internet tidak hanya mencerminkan pergeseran dalam akses informasi, tetapi juga menggarisbawahi peran utama media daring sebagai penyedia berita utama. Teknik analisis *framing* yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Robert N. Entman. Model *framing* Entman berusaha memaparkan proses seleksi dan penonjolan elemen tertentu dari

sebuah produk media. Eriyanto (2012:73) mengatakan *framing* berita model Entman ini dapat dilakukan dengan empat cara:

Define of problem: Framing dapat dilakukan dengan penggambaran sebuah peristiwa. *Diagnose cause: Framing* dilakukan dengan menyebut aktor atau figur di balik kemunculan sebuah masalah. *Make moral judgement: Framing* dapat dilakukan dengan cara memberikan penilaian terhadap sebuah masalah. *Treatment recommendation: Framing* dapat dilakukan dengan cara memberikan rekomendasi atau jalan keluar dari sebuah masalah. Jadi penggunaan model analisis *framing* Entman ini sesuai dengan tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini, yakni untuk mengetahui bagaimana kedua media *tribunnews.com* dan *kompas.com* dalam melakukan pembingkaiian realitas kasus untuk dilihat oleh masyarakat terkait topik bahaya BPA pada galon isi ulang yang sempat heboh tersebut di masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat peneliti cetuskan adalah bagaimana *framing* berita terkait bahaya BPA dalam produk galon isi ulang oleh *tribunnews.com* dan *kompas.com*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan, tentu terdapat tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Tujuan tersebut adalah untuk mengetahui *framing* berita terkait bahaya kandungan BPA dalam produk galon isi ulang oleh *tribunnews.com* dan *kompas.com*?

1.4 Manfaat Penelitian

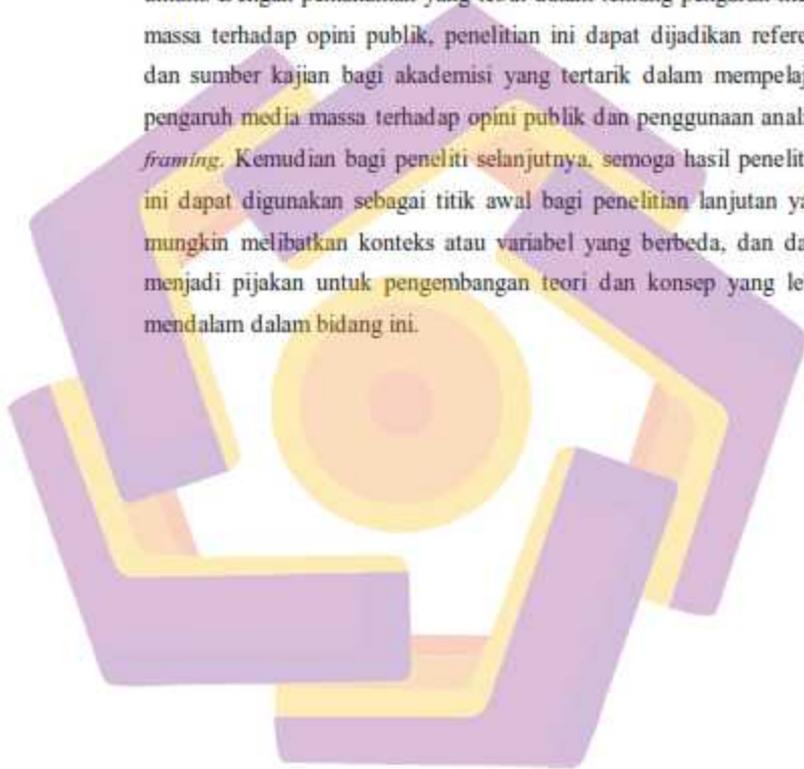
1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin peneliti capai dari penelitian ini adalah untuk memperkaya pemahaman tentang pengaruh media massa terhadap opini publik. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi baru dalam mata kuliah Komunikasi, terutama dalam bidang Jurnalistik. Selain itu, diharapkan juga bahwa penelitian ini

dapat menjadi acuan bagi penelitian serupa di masa mendatang yang fokusnya adalah analisis *framing* dalam konteks media massa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi media, pembuat kebijakan, dan masyarakat umum. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh media massa terhadap opini publik, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sumber kajian bagi akademisi yang tertarik dalam mempelajari pengaruh media massa terhadap opini publik dan penggunaan analisis *framing*. Kemudian bagi peneliti selanjutnya, semoga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai titik awal bagi penelitian lanjutan yang mungkin melibatkan konteks atau variabel yang berbeda, dan dapat menjadi pijakan untuk pengembangan teori dan konsep yang lebih mendalam dalam bidang ini.



1.5 Sistemk Penelitian

Sistematis penulisan ini berupa gambaran secara sistematis mengenai penulisan yang terdiri dari lima bab yaitu:

Bab 1: Pendahuluan

Pada bagian ini, dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan struktur penulisan.

Bab 2: Kajian Pustaka

Bagian ini berisi tentang teori-teori yang relevan yang digunakan dalam penelitian, perancangan, dan pembuatan sistem.

Bab 3: Metodologi Penelitian

Pada bab ini, dijelaskan metode penelitian yang digunakan dalam perancangan dan implementasi sistem.

Bab 4: Temuan dan Pembahasan

Pada bagian ini, dipaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian, termasuk analisis, desain, hasil testing, dan implementasi sistem.

Bab 5: Penutup

Pada bab terakhir ini, berisi kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran untuk pengembangan lebih lanjut.