

## **FRAMING MEDIA DAN PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK ATAS HILANGNYA TUMBLER TUKU**

### **MEDIA FRAMING AND PUBLIC OPINION FORMATION REGARDING THE LOSS OF TUKU'S TUMBLER**

Sylsiani Mursalim<sup>1\*</sup>, Galih Adi Sulistyo<sup>2</sup>, Mahdar<sup>3</sup>, Muh. Yazid J<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Prodi Teknik Sipil Institut Mekongga

<sup>2</sup> Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

<sup>3</sup> Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

<sup>4</sup> Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Tenggara

\*Email Koresponden : [Sylsiani@gmail.com](mailto:Sylsiani@gmail.com)

#### **ABSTRAK**

*Penelitian ini menganalisis peran framing media dalam membentuk opini publik atas peristiwa hilangnya tumbler Tuku yang menjadi viral di media sosial. Dengan menggunakan model framing Robert N. Entman, kajian ini mengkaji pemberitaan Detik.com, Kompas.com, dan CNN Indonesia melalui empat elemen: define problem, diagnose cause, make moral judgment, dan treatment recommendation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing media membingkai peristiwa dengan kepentingan dan perspektif berbeda, sehingga memengaruhi cara publik memahami aktor, sebab, nilai moral, dan solusi atas konflik reputasi. Framing media terbukti berperan signifikan dalam konstruksi opini publik.*

**Kata Kunci :** Analisis Entman, Framing Media, Opini Publik, Pelayanan Transportasi, Viral Media Sosial

#### **ABSTRACT**

*This study analyzes the role of media framing in shaping public opinion regarding the disappearance of the Tuku tumbler, which went viral on social media. Using Robert N. Entman's framing model, this study examines news coverage by Detik.com, Kompas.com, and CNN Indonesia through four elements: defining the problem, diagnosing the cause, making a moral judgment, and recommending a treatment. The results show that each media outlet framed the event with different interests and perspectives, thus influencing how the public understands the actors, causes, moral values, and solutions to reputational conflicts. Media framing has been shown to play a significant role in the construction of public opinion.*

**Keywords :** Entman Analysis, Media Framing, Public Opinion, Transportation Services, Viral Social Media

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental cara masyarakat mengonsumsi, memproduksi, dan mendistribusikan informasi, termasuk dalam konteks pelayanan publik di sektor transportasi (Fauzi et al., 2023; Sulistyo & Satyadharma, 2025; Trisantosa et al., 2022). Media tidak lagi sekadar berfungsi sebagai penyampai fakta, tetapi juga sebagai aktor utama dalam membentuk realitas sosial melalui proses konstruksi makna (Hamad, 2004). Dalam pelayanan transportasi, realitas kualitas layanan seperti ketepatan waktu, keselamatan, kenyamanan, dan responsivitas petugas tidak hanya dipersepsikan berdasarkan pengalaman langsung pengguna, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana media membingkai setiap peristiwa transportasi (Budiyanto, 2025; Purnandika & Septiana, 2023). Dalam konteks ini, suatu peristiwa yang awalnya bersifat sederhana, seperti keterlambatan moda transportasi, kehilangan barang penumpang, atau keluhan layanan di terminal, dapat berkembang menjadi isu publik yang luas ketika media melakukan proses framing secara intensif (CNN Indonesia, 2025b).

Kasus hilangnya tumbler milik merek kopi TUKU merupakan contoh konkret bagaimana media mampu mengangkat peristiwa sehari-hari menjadi fenomena sosial yang melibatkan perhatian publik secara masif (<https://newsdetik.co/ketika-media-sosial-dijadikan-alat-untuk-menyelesaikan-kasus-kehilangan-barang/>). Mekanisme yang sama juga terjadi dalam pelayanan transportasi, di mana peristiwa kecil yang dialami pengguna misalnya kehilangan barang di stasiun, terminal, bandara, atau di dalam kendaraan umum dapat berubah menjadi diskursus nasional ketika direproduksi dan diperkuat oleh media online dan media sosial. Dalam kasus tumbler TUKU, kejadian tersebut pada awalnya hanya berupa laporan kehilangan barang pribadi, namun melalui pemberitaan dan percakapan digital berkembang menjadi narasi publik yang memuat unsur emosi, humor, kritik sosial, hingga refleksi budaya konsumsi masyarakat urban. Pola ini sejajar dengan bagaimana publik memaknai kualitas pelayanan transportasi melalui konstruksi media.

Fenomena tersebut menjadi relevan untuk dikaji karena memperlihatkan mekanisme kerja media dalam memproduksi makna, baik terhadap peristiwa sosial umum maupun terhadap kinerja pelayanan publik, khususnya sektor transportasi. Media tidak hanya memilih fakta yang ditampilkan, tetapi juga menentukan bagaimana fakta tersebut disusun, diberi penekanan, dan dikaitkan dengan konteks sosial tertentu, termasuk citra institusi penyelenggara transportasi (Latif, 2022; Santoso, 2025). Proses inilah yang dalam kajian komunikasi dikenal sebagai framing. Framing tidak bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh kepentingan, ideologi, nilai, dan strategi komunikasi yang digunakan media, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap persepsi publik atas kualitas pelayanan transportasi.

Selain itu, framing media memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan opini publik (Kusumaningsih, 2024; Sajian & Alif, 2025). Opini publik tentang pelayanan transportasi tidak terbentuk semata-mata dari pengalaman individual, melainkan melalui proses interaksi antara pesan media, pengalaman pengguna jasa, serta diskursus sosial yang berkembang di ruang publik (Rifqi & Aji, 2023; Widhiastuti et al., 2023). Dalam era media digital, proses ini berlangsung lebih cepat dan kompleks karena

melibatkan partisipasi aktif pengguna media sosial yang turut mereproduksi, memperluas, dan memodifikasi pesan media, sehingga memperkuat konstruksi persepsi publik atas kinerja sektor transportasi (Sukmana et al., 2025; Swastiwi, 2024).



Gambar 1. Capture Pemberitaan Tumbler Tuku yang hilang di KAI dan menjadi viral di Berbagai Media Sosial dengan berbagai dampak dan implikasinya  
Sumber : Ardianto H (2025)

Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan perhatian pada bagaimana strategi framing media membentuk opini publik dalam **kasus hilangnya tumbler TUKU** sebagai representasi fenomena yang lebih luas mengenai konstruksi persepsi publik terhadap peristiwa pelayanan, termasuk pelayanan transportasi. Kajian ini tidak hanya relevan bagi disiplin komunikasi massa, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan manajemen pelayanan publik transportasi yang berorientasi pada kepercayaan, legitimasi, dan kepuasan masyarakat.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori Framing

Konsep framing diperkenalkan secara sistematis dalam kajian komunikasi oleh Erving Goffman dan kemudian dikembangkan oleh berbagai ilmuwan komunikasi, salah satunya Robert N. Entman. Menurut Entman, framing adalah proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari suatu realitas sehingga aspek tersebut menjadi lebih menonjol dalam teks komunikasi. Framing melibatkan empat elemen utama: pendefinisian masalah, penentuan penyebab, evaluasi moral, dan rekomendasi penyelesaian (Hidayat & Prasetyo, 2023).

Dalam konteks media massa, framing menjadi alat strategis bagi media untuk mengarahkan interpretasi audiens terhadap suatu peristiwa (Juidah & Pratiwi, 2025; Nurjannah & Sutrisno, 2025). Media tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga memberikan kerangka berpikir tertentu kepada publik dalam memahami realitas (Pamungkas et al., 2024).

### Opini Publik dan Media

Opini publik merupakan hasil dari proses komunikasi yang berlangsung dalam

ruang sosial (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024). Menurut Noelle-Neumann, media memiliki peran sentral dalam membentuk persepsi individu tentang apa yang dianggap sebagai opini dominan. Teori spiral kehenegan menjelaskan bahwa individu cenderung menyesuaikan pendapatnya dengan opini yang dianggap dominan di ruang publik, yang sebagian besar dibentuk oleh media (Cobis & Rusadi, 2023). Dalam era digital, pembentukan opini publik menjadi semakin dinamis karena melibatkan interaksi antara media massa dan media sosial. Publik tidak lagi menjadi penerima pasif, tetapi juga aktor aktif yang memproduksi dan mendistribusikan makna.

### **Viralitas dan Budaya Media Digital**

Viralitas merupakan karakteristik utama media digital (Athoillah et al., 2025). Suatu isu dapat menyebar luas dalam waktu singkat melalui mekanisme berbagi, komentar, dan algoritma platform (Aziz, 2025). Dalam proses ini, media dan pengguna saling mempengaruhi dalam membentuk narasi dominan. Viralitas tidak hanya ditentukan oleh nilai berita, tetapi juga oleh daya tarik emosional, simbolik, dan identitas sosial yang melekat pada suatu isu (Azmi, 2025; Hasnah, 2025).

### **Pelayanan Transportasi**

Pelayanan transportasi merupakan bagian integral dari pelayanan publik yang berfungsi memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat secara aman, nyaman, terjangkau, dan berkelanjutan (Margaretha & Nugroho, 2023). Menurut konsep pelayanan publik, kualitas layanan transportasi ditentukan oleh kemampuan penyelenggara layanan dalam memenuhi harapan pengguna melalui dimensi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan keselamatan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Hasina & Satyadharma, 2023; Kasiani & Widiyarta, 2023; Saputra et al., 2023; Yulianto & Yahya, 2018).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing model Robert N. Entman (Anwar et al., 2025). Data penelitian diperoleh dari pemberitaan media online nasional dan unggahan media sosial yang membahas kasus hilangnya tumbler TUKU selama periode viralnya kasus tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan observasi konten. Data dianalisis dengan mengidentifikasi empat elemen framing Entman: pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan diskusi teoritis.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Realitas sosial tidak terbentuk secara otomatis, melainkan melalui keterlibatan aktif individu, baik mereka yang terlibat langsung dalam suatu peristiwa maupun pihak lain di luar konteks tersebut. Suatu realitas memperoleh makna ketika individu lain ikut mengonstruksi serta menafsirkannya secara subjektif, sehingga realitas tersebut semakin menguat dan dipersepsikan sebagai sesuatu yang objektif. Dengan demikian, individu berperan penting dalam membangun realitas sosial, mewujudkannya dalam

kehidupan sehari-hari, serta mengukuhkannya melalui pengakuan dan pemaknaan bersama di dalam suatu institusi sosial tertentu (Dharma, 2018).

Konsep framing yang dikemukakan oleh Robert M. Entman, sebagaimana dijelaskan oleh Eriyanto (Simatupang, 2021), menjelaskan bahwa media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi secara selektif memilih, menata, dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Framing merupakan cara media mengemas informasi dalam konteks tertentu sehingga suatu isu menjadi lebih dominan dibandingkan isu lainnya.

Entman (Simatupang, 2021) merumuskan empat unsur utama dalam analisis framing, yaitu:

- a. Define Problems, yaitu cara media mendefinisikan dan menafsirkan suatu peristiwa sebagai masalah tertentu;
- b. Diagnose Causes, yaitu penentuan aktor atau faktor yang dianggap sebagai penyebab terjadinya peristiwa;
- c. Make Moral Judgment, yaitu pemberian penilaian normatif terhadap peristiwa untuk menegaskan apakah suatu tindakan dianggap pantas atau tidak; dan
- d. Treatment Recommendation, yaitu penyusunan solusi atau langkah yang dipandang tepat untuk menyelesaikan masalah yang diberitakan.

Berdasarkan hasil penelitian, analisis framing terhadap tiga pemberitaan mengenai hilangnya Tumbler Tuku di KAI dilakukan dengan menggunakan model Entman, sebagaimana diuraikan pada pembahasan berikutnya.

Tabel 1. Analisis Framing Pemberitaan 1

Judul berita	Karangan Bunga Dukungan untuk Pegawai KAI yang Viral karena Tumbler Penumpang (Khalid, 2025)
Media	Detik.com
Perangkat Entman	
Define Problem	Media menggambarkan isu sebagai kemunculan karangan bunga dukungan di Stasiun Rawa Buntu yang menyoroti kontroversi viral terkait tumbler penumpang dan dugaan pemecatan pegawai KAI. Kabar tersebut dipandang sebagai konflik reputasi dan respons publik terhadap narasi viral.
Diagnosis Cause	Berita mengaitkan penyebab masalah dengan viralnya unggahan tentang tumbler yang tertinggal di KRL dan kemudian hilang, yang memicu persepsi bahwa pegawai KAI dipecat, meski pihak KAI menepis isu tersebut dan menjelaskan masih ada proses evaluasi internal.
Make Moral Judgement	Pemberitaan memberi penilaian bahwa dukungan publik melalui karangan bunga mencerminkan solidaritas dan kritik terhadap narasi pemecatan pegawai yang dianggap tidak adil, menunjukkan simpati masyarakat serta anggapan bahwa pegawai layak mendapatkan pembelaan mora
Treatment Reccomendation	Berita menyiratkan perlunya klarifikasi dan evaluasi lebih lanjut oleh KAI agar prosedur pengelolaan barang tertinggal ditingkatkan dan misinformasi dapat dicegah, menekankan pentingnya transparansi dan pengelolaan media sosial yang hati-hati

Sumber : Hasil Olah Data (2026)

Tabel 2. Analisis Framing Pemberitaan 2

Judul berita	Terseret Kasus Tumbler Hilang di KRL, Petugas Argi Tetap Bekerja di KAI (Rafni & Larissa, 2025)
Media	Kompas.com
Perangkat Entman	
Define Problem	Berita menggambarkan masalah sebagai polemik tumbler hilang yang menyeret nama petugas KAI, Argi, sehingga memicu persepsi pemecatan. Fokusnya pada klarifikasi status kerja Argi di tengah informasi simpang siur viral yang menimbulkan kebingungan publik
Diagnosis Cause	Penyebab permasalahan dilihat dari viralnya unggahan terkait tumbler yang hilang di KRL, yang memicu persepsi bahwa Argi dipecat. Media menunjuk misinformasi di media sosial sebagai sumber utama kebingungan publik, bukan dari kebijakan resmi KA
Make Moral Judgement	Liputan ini memberi penilaian moral bahwa klarifikasi KAI penting untuk menegakkan keadilan bagi pegawai. Dengan menekankan bahwa Argi masih bekerja, media menunjukkan sikap menolak narasi pemecatan tanpa bukti kuat di era informasi cepat
Treatment Reccomendation	Berita menyiratkan perlunya klarifikasi fakta dan komunikasi yang akurat untuk mencegah kesimpangsiuran informasi. Dengan menampilkan pernyataan KAI, media menekankan pentingnya transparansi institusi dalam menghadapi isu yang viral di publik

Sumber : Hasil Olah Data (2026)

Tabel 3. Analisis Framing Pemberitaan 3

Judul berita	Alasan Perusahaan Pecat Anita Dewi Pemilik Tumbler Hilang di KRL (CNN Indonesia, 2025a)
Media	CNN Indonesia
Perangkat Entman	
Define Problem	Berita menggambarkan inti persoalan sebagai keputusan perusahaan pialang asuransi PT Daidan Utama memecat Anita Dewi setelah kasus tumbler yang hilang di KRL menjadi viral. Fokus liputan menunjukkan konflik antara perilaku karyawan dan dampak sosial media yang menyeret nama perusahaan hingga memicu sanksi pemecatan.
Diagnosis Cause	Penyebab pemberitaan ini dikaitkan dengan unggahan Anita Dewi di media sosial soal kehilangan tumbler di KRL yang memicu reaksi publik luas. Kehebohan ini dianggap telah merugikan citra perusahaan, sehingga manajemen menilai tindakan tersebut bertentangan dengan nilai dan budaya kerja yang dianut organisasi.
Make Moral Judgement	Berita menunjukkan bahwa perusahaan melihat tindakan Anita sebagai pelanggaran terhadap nilai profesionalisme dan budaya kerja. Penyajian narasi ini memberi penilaian bahwa viralnya kasus dan cara Anita menyikapinya memiliki dampak negatif, yang kemudian dijadikan alasan moral perusahaan dalam mengambil keputusan pemecatan.
Treatment Reccomendation	Meskipun tidak eksplisit menawarkan solusi kebijakan, pemberitaan menunjukkan bahwa perusahaan perlu menjaga reputasi dan budaya kerja melalui penegakan aturan internal yang tegas. Liputan ini menyiratkan bahwa karyawan harus lebih berhati-hati dalam bermedia sosial untuk menghindari konflik yang merugikan perusahaan

Sumber : Hasil Olah Data (2026)

Adapun analisis dari ketiga pemberitaan berdasarkan aspek pada analisis framing Entman akan diuraikan sebagai berikut.

#### 1. Define Problem

Ketiga media membingkai persoalan utama pada konflik reputasi yang dipicu oleh kasus tumbler hilang di KRL, namun dengan fokus berbeda. Detik.com menyoroti respons publik melalui karangan bunga sebagai simbol solidaritas terhadap pegawai KAI. Kompas.com memusatkan perhatian pada klarifikasi status kerja Argi untuk meredam kebingungan publik. Sementara itu, CNN Indonesia menekankan keputusan pemecatan Anita Dewi sebagai konsekuensi institusional atas dampak viral terhadap citra perusahaan. Perbedaan framing ini menunjukkan variasi kepentingan media dalam memaknai peristiwa yang sama: dari solidaritas sosial, stabilitas institusi, hingga penegakan disiplin korporasi.

#### 2. Diagnose Cause

Ketiga pemberitaan sepakat bahwa akar persoalan bersumber dari viralnya unggahan di media sosial mengenai kehilangan tumbler. Namun, penekanan sebabnya berbeda. Detik.com menyoroti viralitas sebagai pemicu simpati publik dan munculnya karangan bunga. Kompas.com memosisikan misinformasi sebagai sumber kebingungan publik mengenai status Argi. Sementara CNN Indonesia melihat unggahan Anita sebagai tindakan yang merugikan reputasi perusahaan dan bertentangan dengan nilai organisasi. Dengan demikian, penyebab masalah tidak sekadar kehilangan barang, tetapi meluas menjadi krisis komunikasi akibat interaksi media sosial dan persepsi publik.

#### 3. Make Moral Judgment

Dalam penilaian moral, Detik.com dan Kompas.com cenderung berpihak pada pegawai, menegaskan pentingnya keadilan, klarifikasi, serta penolakan terhadap penghakiman tanpa bukti. Karangan bunga dipersepsikan sebagai simbol empati kolektif. Sebaliknya, CNN Indonesia membangun penilaian moral dari sudut pandang institusi, dengan menekankan profesionalisme, etika kerja, dan tanggung jawab karyawan terhadap reputasi perusahaan. Perbedaan ini mencerminkan kontestasi nilai antara solidaritas publik dan disiplin korporasi. Media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk standar moral tentang siapa yang layak dibela dan siapa yang harus bertanggung jawab.

#### 4. Treatment Recommendation

Ketiga media mengisyaratkan solusi yang berbeda namun saling melengkapi. Detik.com dan Kompas.com mendorong transparansi, klarifikasi, serta perbaikan sistem komunikasi untuk mencegah kesimpangsiuran informasi. Keduanya menekankan pentingnya keterbukaan institusi dalam merespons isu viral. Sementara itu, CNN Indonesia menyarankan penguatan disiplin internal dan kehati-hatian karyawan dalam bermedia sosial guna melindungi reputasi organisasi. Secara keseluruhan, solusi yang dibingkai media mengarah pada reformasi komunikasi publik, penguatan etika

organisasi, serta pengelolaan krisis berbasis transparansi dan tanggung jawab sosial.

## KETERKAITAN ANALISIS FRAMING DAN PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

Analisis framing terhadap tiga pemberitaan mengenai kasus tumbler hilang di KRL menunjukkan bagaimana media berperan aktif dalam membentuk opini publik melalui seleksi isu, penonjolan aspek tertentu, dan penanaman nilai moral. Berdasarkan model framing Entman, setiap media tidak sekadar melaporkan peristiwa, tetapi juga mengonstruksi makna sosial yang memengaruhi cara publik memahami konflik reputasi antara individu, institusi, dan masyarakat luas.

Pada tahap define problem, Detik.com mengarahkan perhatian publik pada respons emosional masyarakat berupa pengiriman karangan bunga kepada pegawai KAI. Penonjolan simbol solidaritas ini membentuk opini bahwa pegawai berada dalam posisi korban ketidakadilan dan layak mendapat dukungan. Kompas.com, sebaliknya, memusatkan perhatian pada kebutuhan klarifikasi status kerja Argi sebagai upaya meredam kebingungan publik. Framing ini membangun opini bahwa persoalan utama terletak pada simpang siur informasi. CNN Indonesia membingkai masalah sebagai krisis reputasi institusional yang menuntut tindakan tegas melalui pemecatan Anita Dewi, sehingga publik diarahkan melihat persoalan sebagai pelanggaran profesional yang berdampak sistemik.

Dalam aspek diagnose cause, ketiga media sepakat bahwa pemicu utama konflik adalah viralnya unggahan media sosial terkait kehilangan tumbler. Namun, masing-masing media membentuk pemaknaan sebab yang berbeda. Detik.com menekankan viralitas sebagai katalis munculnya simpati publik. Kompas.com memosisikan misinformasi sebagai penyebab utama kebingungan masyarakat. Sementara CNN Indonesia melihat unggahan tersebut sebagai tindakan yang melanggar nilai organisasi dan merusak reputasi perusahaan. Dengan demikian, opini publik tidak hanya dibentuk tentang "apa yang terjadi", tetapi juga tentang "mengapa hal itu terjadi", yang berimplikasi pada siapa yang patut disalahkan.

Pada tahap make moral judgment, Detik.com dan Kompas.com membangun standar moral yang berpihak pada keadilan sosial dan perlindungan individu dari penghakiman publik. Pegawai diposisikan sebagai pihak yang perlu dibela dari dampak buruk opini viral. Karangan bunga dimaknai sebagai ekspresi empati kolektif dan kontrol sosial terhadap kekuasaan institusional. Sebaliknya, CNN Indonesia membangun moralitas berbasis etika korporasi, profesionalisme, dan loyalitas terhadap perusahaan. Framing ini menanamkan opini bahwa kepentingan institusi dan reputasi publik harus diutamakan dibanding simpati personal.

Dalam treatment recommendation, media kembali memengaruhi orientasi solusi publik. Detik.com dan Kompas.com mendorong transparansi, komunikasi terbuka, dan perbaikan manajemen informasi sebagai kunci penyelesaian konflik. CNN Indonesia menekankan penguatan disiplin internal dan kehati-hatian bermedia sosial sebagai solusi utama, sehingga publik menerima logika bahwa tindakan tegas institusi merupakan langkah wajar dan perlu.

Secara keseluruhan, ketiga media membentuk konfigurasi opini publik yang beragam: dari empati sosial, rasionalitas informasi, hingga legitimasi kekuasaan institusional. Framing ini menunjukkan bahwa opini publik tidak lahir secara netral, melainkan dibangun melalui konstruksi media yang sarat kepentingan, nilai, dan perspektif ideologis.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis framing Entman terhadap ketiga pemberitaan, dapat disimpulkan bahwa media berperan aktif dalam membentuk realitas sosial melalui seleksi isu, penekanan sudut pandang, dan konstruksi makna. Peristiwa yang sama dibingkai secara berbeda: Detik.com menonjolkan solidaritas publik, Kompas.com menekankan stabilitas dan klarifikasi institusi, sementara CNN Indonesia menegaskan disiplin dan etika korporasi. Perbedaan framing tersebut memengaruhi persepsi publik, membentuk penilaian moral, serta menunjukkan bagaimana media berfungsi sebagai aktor strategis dalam dinamika komunikasi publik dan pembentukan opini masyarakat.

Institusi publik dan swasta disarankan memperkuat sistem komunikasi krisis, meningkatkan transparansi informasi, serta membangun pedoman etika bermedia sosial bagi pegawai. Media juga perlu mengedepankan prinsip keberimbangan agar tidak memperkuat misinformasi. Sinergi antara organisasi, media, dan publik penting untuk menjaga kepercayaan serta stabilitas reputasi institusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. T. S., Silondae, T. T. A., Satyadharma, M., & Suhendra, E. (2025). Hari Veteran Nasional 2025 dalam Bingkai Media Nasional (Analisis Framing Entman). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(8), 15835–15845. <https://doi.org/https://jicnusantara.com/index.php/jic/article/view/4888>
- Ardianto H, T. (2025). Emosi Viral Hilangnya Tumbler Tuku di Medsos Bikin Rapuh Akal Sehat. *Berita Jatim*. <https://beritajatim.com/emosi-viral-hilangnya-tumbler-tuku-di-medsos-bikin-rapuh-akal-sehat>
- Athoillah, M., Ro'up, A., Umam, M. R., & Abi Aufa, A. (2025). Viralitas dan Pergeseran Makna: Studi Filsafat Bahasa Tentang Pengaruh Budaya Viral. *EDUFORMA*, 1(3), 1–11. <https://majakatapress.com/index.php/eduforma/article/view/16>
- Aziz, S. (2025). *Media Sosial Sebagai Platform Untuk Dialog Publik* (p. 29).
- Azmi, K. (2025). Fenomena Viral di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi dan Pengaruhnya Terhadap Opini Publik. *Journal of Science and Social Research*, 8(2), 1814–1821. <https://doi.org/10.54314/jssr.v8i2.2872>
- Budiyanto, B. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Trans Jogja. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 8(2), 1281–1290. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/4582>
- CNN Indonesia. (2025a). *Alasan Perusahaan Pecat Anita Dewi, Pemilik Tumbler Hilang di KRL*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20251128100759-92-1300370/alasan-perusahaan-pecat-anita-dewi-pemilik-tumbler-hilang-di-krl>
- CNN Indonesia. (2025b). *Drama 4 Hari Tumbler Tuku Anita Yang Tertinggal di Kereta*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20251128194730-20-1300652/drama-4-hari-tumbler-tuku-anita-yang-tertinggal-di-kereta>
- Cobis, M. Y., & Rusadi, U. (2023). Analisis Teori Spiral of Silence pada Persepsi Publik tentang Citra Polisi oleh Media Massa. *Journal of Political Issues*, 4(2), 99–107. <https://doi.org/10.33019/jpi.v4i2.92>
- Dharma, F. A. (2018). Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1–9.

<https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.101>

- Fauzi, A. A., Harto, B., Dulame, I. M., & Pramuditha, P. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Febrian, L. P., & Hidayat, F. (2025). *Pawai Kirab Veteran Meriahkan CFD Jakarta, Bawa Pesan Hargai Jasa Pahlawan* (p. Kompas.com). <https://megapolitan.kompas.com/read/2025/08/10/07583801/pawai-kirab-veteran-meriahkan-cfd-jakarta-bawa-pesan-hargai-jasa-pahlawan>
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Yayasan Obor Indonesia.
- Hasina, H., & Satyadharma, M. (2023). Pengelolaan Angkutan Lebaran Tahun 2023 di Provinsi Sulawesi Tenggara. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 7(1), 48–57. [https://doi.org/https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin\\_unars/article/view/2798](https://doi.org/https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin_unars/article/view/2798)
- Hasnah, U. (2025). Ngonten Untuk Viral: Tinjauan Etika dan Dampak Sosial di Media Sosial Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4814–4819. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/2347>
- Hidayat, R., & Prasetyo, F. H. (2023). Analisis Framing Robert N Entman Pada Berita Larangan Mudik 2021 di Media Detikcom dan Kompas. Com. *Journal Communication Lens*, 2(2), 1. <https://jurnal.uic.ac.id/Lens/article/view/174>
- Juidah, I., & Pratiwi, V. U. (2025). CNN Indonesia's Framing Strategy in Influencing Public Opinion. *J-LELC: Journal of Language Education, Linguistics, and Culture*, 5(1), 21–33. <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2025.21607>
- Kasiani, S., & Widiyarta, A. (2023). Persepsi Kualitas Pelayanan Bus Trans Jatim Koridor I (Sidoarjo-Surabaya-Gresik) Sebagai Transportasi Publik di Jawa Timur. *JDP (Jurnal Dinamika Pemerintahan)*, 6(2), 197–216. <https://doi.org/10.36341/jdp.v6i2.3796>
- Khalid, I. (2025). Karangan Bunga Dukungan Untuk Pegawai KAI Yang Viral Karena Tumbler Penumpang. *Detik News*. <https://news.detik.com/berita/d-8232174/karangan-bunga-dukungan-untuk-pegawai-kai-yang-viral-karena-tumbler-penumpang>
- Kusumaningsih, R. (2024). Peran media dalam mempengaruhi opini publik tentang Hukum dan keadilan. *JISHUM Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.57248/jishum.v3i1.459>
- Latif, H. D. (2022). *Buku Pegangan Jurnalis Pengabdi Kebenaran; Objektivitas dan Kredibilitas Media*. Elex Media Komputindo.
- Margaretha, A. M., & Nugroho, A. A. (2023). Transportasi Publik Terintegrasi: Optimalisasi Implementasi Smart Mobility di DKI Jakarta. *Journal Of Public Policy and Applied Administration*, 5(2), 2023. <https://doi.org/10.32834/jplan.v5i2.676>
- Nurjannah, N., & Sutrisno. (2025). Analisis Framing Media Digital Terhadap Pemberitaan Demonstrasi di Indonesia. *Medium*, 13(2), 187–204. <https://doi.org/10.25299/medium.v13i2.24996>
- Pamungkas, Y. C., Moefad, A. M., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(4), 28–36. <https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737>

- Purnandika, R. A., & Septiana, H. (2023). Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Umum di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(2), 25–32. <https://doi.org/10.62017/jimea.v1i2.226>
- Rafni, I. A., & Larissa, H. (2025). Terseret Kasus Tumbler Hilang di KRL, Petugas Argi Tetap Bekerja di KAI. *Kompas*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2025/11/28/10281821/terseret-kasus-tumbler-hilang-di-krl-petugas-argi-tetap-bekerja-di-kai>
- Rifqi, M., & Aji, G. G. (2023). Partisipasi Publik di Media Sosial (Analisis Isi Pada Kolom Komentar Laman Facebook E100ss Dalam Isu Transportasi Publik). *The Commercium*, 7(3), 25–33. <https://doi.org/10.26740/tc.v7i3.56594>
- Sajian, A., & Alif, A. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Opini Publik Pada Isu Sosial Kontemporer. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Studies Global*, 1(2), 49–54. <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/ijmsg/article/view/120>
- Santoso, P. (2025). *Bingkai Media*. UMSU Press.
- Saputra, Y. J., Ahmad, S., & Satyadharma, M. (2023). Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Terminal Pelabuhan Terhadap Kepuasan Penumpang Kapal Feri di Pelabuhan Penyeberangan Baubau. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 204–217. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i3.1082>
- Simatupang, R. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Kompas.com tentang COVID-19 di DKI Jakarta. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 39–52. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1315>
- Suhendra, S., & Selly Pratiwi, F. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Sukmana, O., Sulistyaninginh, T., Damanik, F. H. S., Wahyudi, F. D., Ras, A., Astari, F., & Fauziyah, N. K. (2025). *Sosiologi Digital: Transformasi Sosial di Era Teknologi*. Star Digital Publishing.
- Sulistyo, G. A., & Satyadharma, M. (2025). Ekonomi Berbagi dan Disrupsi Pasar Transportasi di Indonesia: Kajian Literatur atas Peran Transportasi Online dalam Transformasi Ekonomi. *Journal of Economic and Business Advancement*, 1(1), 29–40. <https://scriptaintelektual.com/ascendia/article/view/75>
- Swastiwi, A. W. (2024). *Globalisasi dan Media: Konvergensi Budaya dan Komunikasi*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Trisantosa, I. N., Kurniasih, D., & Hubeis, M. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Digital*. Deepublish.
- Widhiastuti, R., Syafriadi, S., & Arena, A. (2023). Kajian Perspektif Masyarakat Terhadap Transportasi Publik. *Vokasi: Jurnal Publikasi Ilmiah*, 18(1), 31–41. <https://doi.org/10.31573/jv.v18i1.584>
- Yulianto, H., & Yahya, S. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Trans Mamminasata. *Prosiding Seminar Nasional: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan*, 1(1), 1234–1251. <https://conferences.uin-malang.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/796>