

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Ojek online merupakan salah satu sektor transportasi berbasis digital di Indonesia yang berkembang pesat dan menjadi bentuk inovasi dalam layanan jasa transportasi. Kehadirannya tidak hanya mempermudah mobilitas masyarakat, tetapi juga membuka peluang kerja bagi banyak orang, khususnya di wilayah perkotaan. Bagi sebagian besar pengemudi, ojek online bahkan telah menjadi sumber mata pencaharian utama. Namun demikian, meskipun perannya cukup penting dalam mendukung perekonomian, para pengemudi ojek online hingga saat ini belum memperoleh perlindungan hukum yang setara dengan pekerja pada sektor formal. Hal ini disebabkan oleh belum adanya regulasi ketenagakerjaan yang secara khusus mengatur status dan hak-hak pekerja di sektor tersebut.²

Pekerjaan sebagai pengemudi ojek online juga memiliki tingkat risiko yang relatif tinggi. Aktivitas kerja yang didominasi di jalan raya dalam durasi waktu yang panjang meningkatkan potensi terjadinya kecelakaan maupun gangguan kesehatan. Ironisnya, kondisi tersebut tidak diimbangi dengan pemenuhan hak-hak dasar pekerja. Para pengemudi umumnya tidak memperoleh jaminan upah yang sesuai dengan standar Upah Minimum Provinsi (UMP), serta tidak memiliki kepastian terkait waktu istirahat yang layak. Selain itu hak-hak lain seperti cuti

² Jumhadi. Ana Susi Mulyani, "Perkembangan Industri Transportasi Ojek Online Di Era 5.0 Dari PT.Gojek Indonesia," *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 6 (2023): 2393–2402.

termasuk cuti melahirkan bagi pengemudi perempuan, juga belum diakomodasi secara memadai. Tidak adanya batasan jam kerja yang jelas serta minimnya perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan kerja (K3) semakin memperkuat posisi rentan para pengemudi ojek online dalam sistem ketenagakerjaan di Indonesia.³ Kondisi tersebut mendorong munculnya gelombang demonstrasi ojek online yang berlangsung masif di berbagai wilayah Indonesia.

Berdasarkan survei Reuters Institute 2024, Detik.com mengukuhkan posisinya sebagai media digital paling populer dengan jangkauan 50% pengguna mingguan, disusul oleh Kompas (39%) dan Tribunnews (28%). Selain itu, nama-nama besar seperti TVOne News, CNN, hingga Liputan 6 turut mendominasi daftar sepuluh besar, menegaskan dominasi kanal berita daring dalam keseharian masyarakat saat ini.⁴

Pada periode Agustus hingga September 2025, berita demonstrasi ojol di Kompas.com dan Detik.com kembali muncul ke ruang publik dengan intensitas yang cukup tinggi. Aksi-aksi tersebut melibatkan ribuan pengemudi ojol yang menyuarakan tuntutan ekonomi, mendesak pengesahan Rancangan Undang-Undang Ojek Online (RUU Ojol), serta menuntut pemerintah dan DPR agar lebih berpihak pada pekerja sektor ekonomi digital.⁵ Demonstrasi ini tidak hanya mencerminkan kekecewaan terhadap kebijakan aplikator, tetapi juga menunjukkan persoalan sosial-ekonomi yang dialami pengemudi ojol sebagai kelompok pekerja rentan. Dalam konteks ini, demonstrasi ojol dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi politik dan sosial, yakni upaya bersama untuk menyampaikan aspirasi kepada negara melalui ruang publik.

³ Nabilya Risfa Izzati, "Ketidakseimbangan Kewajiban Para Pihak Dalam Regulasi Ojek Online: Distorsi Logika Hubungan Kemitraan Ekonomi Gig," *Jurnal Hukum* 5, no. 2 (2022): 325–56, <https://doi.org/10.22437/ujh.5.2.325-356>.

⁴ GoodStats, "10 Portal Berita Online Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia 2024," Good News From Indonesia, 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/10-portal-berita-online-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2024-CH3pu>.

⁵ Agung Kurniawan Ruly Kurniawan, "2.000 Ojol Demo Hari Ini, Aksi Berlangsung Di Kemenhub Dan DPR," Kompas.com, 2025, https://otomotif.kompas.com/read/2025/09/17/064200415/2.000-ojol-demo-hari-ini-aksi-berlangsung-di-kemenhub-dan-dpr?utm_source=Various&utm_medium=Referral&utm_campaign=AIML_Widget_Desktop.

Fenomena demonstrasi ojol tersebut memperoleh perhatian luas dari media daring nasional. Media online berperan penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai aksi demonstrasi, sekaligus membentuk pemahaman publik tentang makna dan legalitas gerakan tersebut. Pemberitaan yang muncul di media tidak bersifat netral sepenuhnya, karena setiap media memiliki kebijakan redaksional yang secara konsisten memberitakan demonstrasi ojol adalah Kompas.com dan Detik.com, yang keduanya memiliki jangkauan pembaca luas dan pengaruh besar dalam pembentukan opini publik di Indonesia.

Peristiwa yang sama, pemberitaan demonstrasi ojol di Kompas.com dan Detik.com menunjukkan kecenderungan penekanan yang berbeda. Kompas.com cenderung menampilkan demonstrasi ojol dalam kerangka isu kebijakan publik dan keadilan ekonomi, dengan menonjolkan tuntutan pengemudi, latar belakang sosial-ekonomi, serta relasi antara negara, aplikator, dan pekerja. Sebaliknya, Detik.com lebih sering menekankan aspek peristiwa lapangan, seperti jumlah massa, dampak demonstrasi terhadap lalu lintas, pengamanan aparat, dan potensi gangguan ketertiban umum. Perbedaan penekanan ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk realitas sosial sesuai sudut pandang tertentu.

Permasalahan muncul ketika perbedaan *framing* tersebut berpotensi memengaruhi cara publik memahami demonstrasi ojol. Pemberitaan yang menekankan tuntutan ekonomi dan kebijakan dapat membangun persepsi bahwa demonstrasi ojol merupakan bentuk perjuangan yang sah dan rasional. Sebaliknya, pemberitaan yang lebih menyoroti aspek ketertiban dan keamanan dapat membentuk persepsi bahwa demonstrasi ojol identik dengan potensi gangguan publik. Dengan demikian, media berperan aktif dalam membentuk makna sosial demonstrasi ojol, bukan sekedar sebagai penyampai informasi faktual. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan akademik mengenai bagaimana media daring membingkai demonstrasi ojol dan realitas apa yang ditonjolkan kepada khalayak.

Sebagai upaya untuk memahami dan menganalisis permasalahan yang terjadi. Penggunaan teori *framing* dinilai tepat dalam penelitian ini. Teori *framing*

yang dikemukakan oleh Robert Entman menjelaskan bahwa *framing* merupakan proses seleksi dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas sehingga menghasilkan makna yang lebih spesifik dalam suatu teks komunikasi. Dalam kerangka ini, terdapat empat elemen utama yang digunakan, yaitu pendefinisian masalah (*define problems*), penentuan penyebab (*diagnose cause*), penilaian moral (*make moral judgment*), dan rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*).⁶ Keempat elemen tersebut memiliki peran penting dalam mengungkap bagaimana media membingkai suatu peristiwa.

Melalui pendekatan ini, penelitian dapat mengkaji secara mendalam bagaimana media mengonstruksi pemberitaan terkait demonstrasi ojek online, mulai dari bagaimana peristiwa tersebut didefinisikan, siapa yang dianggap sebagai penyebab, nilai-nilai moral apa yang disisipkan, hingga solusi atau rekomendasi yang ditawarkan kepada publik. Dengan demikian, analisis *framing* tidak hanya membantu memahami isi pemberitaan, tetapi juga mengungkap bagaimana media memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu demonstrasi ojek online.

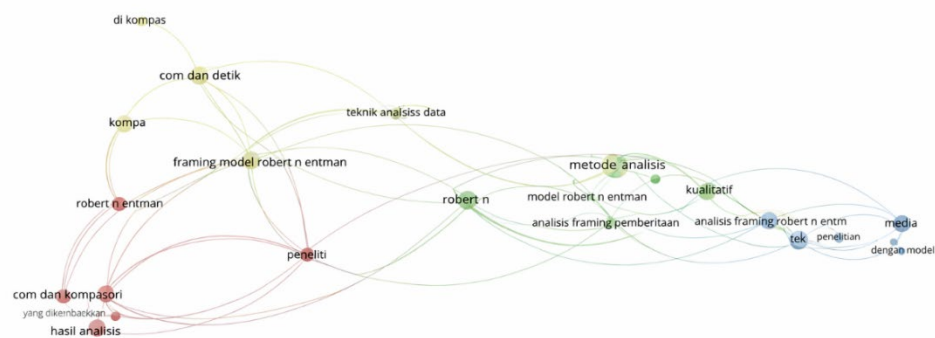
Dengan menggunakan teori *framing* yang dikemukakan oleh Robert N. Entman, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis perbedaan dan persamaan cara Kompas.com dan Detik.com dalam membingkai pemberitaan mengenai demonstrasi ojek online yang marak terjadi belakangan ini. Penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana masing-masing media mengonstruksi realitas melalui proses seleksi isu, penonjolan aspek tertentu, serta penyusunan narasi dalam pemberitaan yang disajikan kepada publik.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan karakteristik narasi yang dibangun oleh masing-masing media, sekaligus mengungkap sejauh mana peran media dalam membentuk realitas sosial terkait demonstrasi ojek online. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian jurnalisme dan media

⁶ Noni Nurjanah, "Analisis Framing Media Digital Terhadap Pemberitaan Demonstrasi Di Indonesia" 13, no. 2 (2025): 187–204.

online, dengan memperkaya pemahaman mengenai praktik *framing* dalam pemberitaan media massa.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis *framing* banyak digunakan untuk menganalisis pemberitaan demonstrasi mahasiswa, isu politik, dan kebijakan publik.⁷ Beberapa studi membuktikan bahwa media cenderung memiliki kecenderungan *framing* tertentu yang sejalan dengan kepentingan kelembagaan. Namun, menganalisis *framing* yang secara spesifik membahas demonstrasi ojek online masih relatif terbatas, terutama yang membandingkan dua media daring besar seperti Kompas.com dan Detik.com. Padahal, demonstrasi ojol memiliki karakteristik unik sebagai gerakan pekerja di sektor ekonomi digital, yang berbeda dengan demonstrasi politik atau mahasiswa. Keterbatasan inilah yang menjadi celah penelitian studi ini.

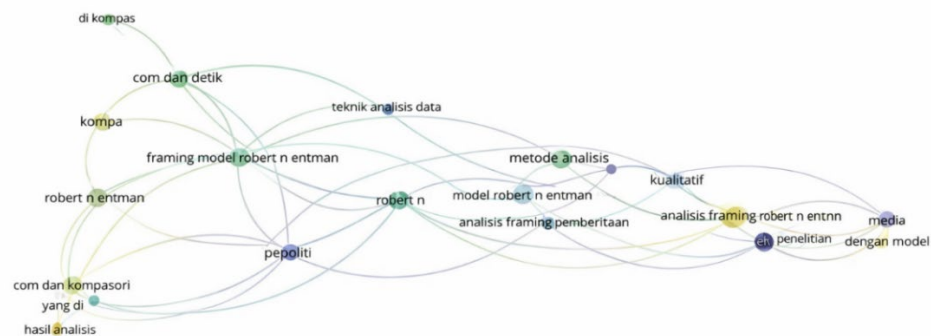


Gambar 1.1 Network Visualization

Penelitian ini dapat dilihat dari hasil pemetaan bibliometrik menggunakan VOSviewer yang menunjukkan bahwa kajian analisis *framing* dalam pemberitaan

⁷ Dendi Alrizki et al., “Analisis Framing Pemberitaan Indonesia Tidak Lockdown Di Kompas . Com Dan Detik . Com” 1, no. 1 (2022): 24–36.

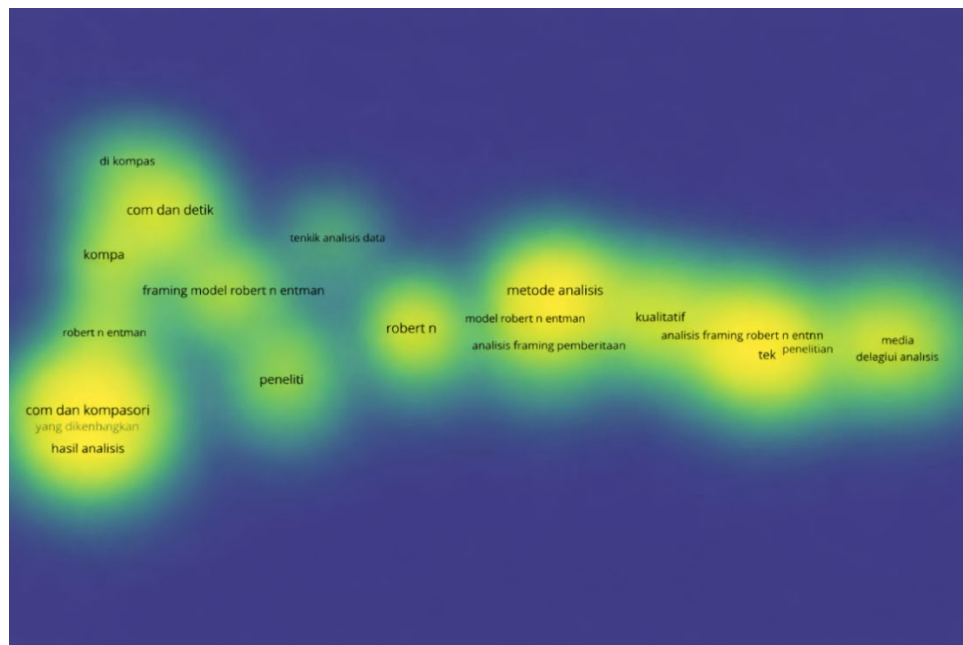
media online merupakan bidang yang penting, saling terhubung, dan terus berkembang. Pada (Network Visualization), terlihat bahwa kata-kata kunci dalam penelitian membentuk jaringan yang saling berkaitan dan terbagi ke dalam beberapa kluster utama, seperti analisis *framing*, model Robert N. Entman, metode analisis, pendekatan kualitatif, serta media Kompas.com dan Detik.com. Keterhubungan tersebut menunjukkan bahwa penelitian *framing* media tidak berdiri sendiri, melainkan didukung oleh landasan teori, metode, dan objek kajian yang jelas. Hal ini menegaskan bahwa penelitian mengenai *framing* media online memiliki dasar akademik yang kuat dan relevan untuk terus dikembangkan.



Gambar 1.2 Overlay Visualization

Pada Gambar (Overlay Visualization), terlihat bahwa perkembangan penelitian bergerak dari istilah-istilah yang lebih awal berkaitan dengan konsep dasar *framing* dan model Robert N. Entman, menuju istilah-istilah yang lebih baru yang menekankan pada penerapan analisis *framing* dalam pemberitaan media. Temuan ini menunjukkan bahwa kajian *framing* tidak hanya berkembang pada tataran teoritis, tetapi juga semakin banyak digunakan untuk membaca bagaimana media membentuk realitas sosial melalui pemberitaan. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting karena berada dalam arus perkembangan kajian yang masih

aktif dan relevan, khususnya dalam mengkaji konstruksi media terhadap isu-isu sosial yang aktual.



Gambar 1.3 Density Visualization

Pada Gambar (Density Visualization), tampak bahwa kepadatan tertinggi berada pada istilah-istilah seperti analisis *framing*, Robert N. Entman, metode analisis, media, serta Kompas dan Detik. Kepadatan ini menunjukkan bahwa istilah-istilah tersebut merupakan pusat perhatian dalam peta penelitian yang dianalisis. Artinya, model Robert N. Entman dan kajian *framing* media online merupakan tema dominan yang banyak digunakan dalam penelitian terdahulu. Kondisi ini memperkuat bahwa penelitian yang menggunakan model *framing* Entman untuk menganalisis pemberitaan media online masih memiliki posisi yang penting dalam studi komunikasi.

Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat demonstrasi ojol bukan sekedar peristiwa kebetulan, melainkan bagian dari dinamika hubungan industrial di era ekonomi digital. Ojek online berada di persimpangan antara teknologi, pasar, dan regulasi negara. Cara media membingkai isu ini akan memengaruhi persepsi publik terhadap pembuat kebijakan. Oleh karena itu, penelitian mengenai *framing* pemberitaan demonstrasi ojol menjadi penting untuk mengungkap kecenderungan

media dalam membentuk wacana publik, sekaligus memberikan kontribusi pada literasi masyarakat.

Berdasarkan paparan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *framing* pemberitaan demonstrasi ojek online di Kompas.com dan Detik.com, mengamati perbedaan dan persamaan *framing* kedua media, serta menjelaskan kebiasaan media dalam membangun makna sosial terhadap demonstrasi ojol. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media online dalam membentuk makna dan memengaruhi persepsi masyarakat pada isu demonstrasi ojek online di Indonesia.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini berfokus pada analisis *framing* pemberitaan demonstrasi ojek online yang dilakukan oleh media online Kompas.com dan Detik.com, dengan menelaah cara kedua media tersebut mendefinisikan permasalahan, menentukan penyebab, memberikan penilaian moral, serta merekomendasikan penyelesaian pada isu demonstrasi ojek online dalam pemberitaan periode Agustus-September 2025.

2. Pertanyaan Penelitian

Untuk mencapai fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana Kompas.com dan Detik.com mbingkai pemberitaan tentang demonstrasi ojek online?

b. Bagaimana perbedaan *framing* yang ditampilkan Kompas.com dan Detik.com dalam memberitakan demonstrasi ojek online?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana Kompas.com dan Detik.com membingkai pemberitaan demonstrasi ojek online, terutama dalam menampilkan isu tuntutan, aktor yang terlibat, serta makna demonstrasi yang telah disampaikan kepada publik.
2. Untuk membandingkan perbedaan dan persamaan cara Kompas.com dan Detik.com dalam menyampaikan berita demonstrasi ojek online, sehingga dapat dipahami kecenderungan sudut pandang masing-masing media dalam membangun peristiwa tersebut.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian berjudul analisis *framing* berita demonstrasi ojek online di kompas.com dan detik.com punya beberapa kegunaan yang penting baik dari segi praktis maupun dari segi teoritis. Berikut adalah penjelasan kegunaan dari kegunaan teoritis dan kegunaan praktis:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalisme dan media online. Penelitian ini berupaya memperkaya pemahaman konseptual mengenai penerapan teori *framing* dalam menganalisis pemberitaan media daring, terutama yang berkaitan dengan isu demonstrasi ojek online sebagai bagian dari fenomena sosial di era ekonomi digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan akademik dalam mengkaji bagaimana media mengonstruksi realitas melalui proses pembingkaiian informasi, sehingga dapat memperdalam kajian teoritis mengenai hubungan antara media, informasi, dan dinamika sosial di masyarakat..

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Media Massa

Bagi media massa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi, khususnya bagi media online, dalam menyajikan pemberitaan terkait demonstrasi ojek online. Media diharapkan mampu menghadirkan informasi yang lebih berimbang, komprehensif, dan tidak bias, sehingga kualitas pemberitaan dapat lebih terjaga. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai pola *framing* yang selama ini digunakan oleh media, termasuk potensi terjadinya kejenuhan atau kecenderungan pengulangan sudut pandang tertentu dalam pemberitaan.

Dengan demikian, media diharapkan terdorong untuk lebih peka dan kritis dalam mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan keadilan sosial serta kepentingan

publik. Pada akhirnya, hal ini dapat mendorong praktik jurnalisme yang lebih bertanggung jawab, profesional, dan berpihak pada penyampaian informasi yang objektif kepada masyarakat.

b. Bagi Masyarakat dan Pembaca Media

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan tingkat literasi media di kalangan masyarakat, khususnya dalam memahami bahwa setiap produk pemberitaan tidak sepenuhnya bersifat objektif dan netral. Media massa pada dasarnya menyajikan realitas yang telah melalui proses seleksi, penekanan, dan pembingkaiian berdasarkan sudut pandang tertentu. Dengan adanya pemahaman mengenai bagaimana media membingkai peristiwa demonstrasi ojek online, masyarakat diharapkan tidak hanya menjadi konsumen informasi yang pasif, tetapi juga mampu bersikap lebih selektif, kritis, dan reflektif dalam menafsirkan isi berita yang diterima. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk membandingkan berbagai sumber informasi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap suatu peristiwa.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi akademik yang bermanfaat, khususnya bagi mahasiswa, dosen, maupun peneliti yang memiliki ketertarikan dalam bidang kajian media dan komunikasi. Secara khusus, penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam penerapan pendekatan analisis

framing, terutama model yang dikemukakan oleh Robert Entman, dalam mengkaji konstruksi pemberitaan media terhadap isu-isu sosial seperti demonstrasi. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian yang lebih luas, baik dengan menggunakan perspektif teori yang berbeda, objek penelitian yang lebih beragam, maupun pendekatan metodologis yang lebih mendalam, sehingga dapat memperkaya khazanah penelitian di bidang komunikasi massa dan studi media.

E. Penegasan Istilah

Agar memudahkan pembaca dalam memahami secara jelas terkait penelitian ini, maka diperlukan uraian penegasan istilah yang terkandung dalam judul “Analisis *Framing* Berita Demonstrasi Ojek Online di Kompas.com dan Detik.com” sehingga tidak ada kesalahpahaman interpretasi pada judul ini. Dengan ini penulis perlu memaparkan penegasan istilah baik secara konseptual maupun operasional berikut:

1. Analisis *Framing*

Pada dasarnya analisis *framing* dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Jadi, analisis *framing* ini merupakan untuk mengkaji pembingkai realitas (peristiwa, individu, kelompok) yang dilakukan oleh media. *Framing* digunakan media untuk menonjolkan atau memberi

penekanan pada aspek tertentu sesuai kepentingan media.⁸ Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting dan lebih mengena dalam pikiran khalayak.

2. Berita

Berita merupakan laporan mengenai fakta dan peristiwa aktual yang disampaikan kepada publik melalui media massa, baik cetak maupun daring.⁹ Dalam konteks ini jurnalisme modern, berita tidak hanya memuat informasi faktual, tetapi juga dapat mencakup pandangan, penjelasan, serta opini yang berkembang di masyarakat selama tetap berlandaskan pada data dan peristiwa nyata. Oleh karena itu, berita memiliki peran strategis dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan persepsi publik terhadap suatu peristiwa sosial, termasuk peristiwa demonstrasi ojek online yang menjadi objek penelitian ini.

3. Demonstrasi Ojek Online

Demonstrasi ojek online didefinisikan sebagai aksi bersama yang dilakukan oleh pengemudi ojek online sebagai bentuk penyampaian aspirasi, tuntutan, dan protes terhadap kebijakan yang dianggap merugikan kepentingan mereka. Dalam konteks penelitian ini, demonstrasi ojek online menjadi objek kajian karena peristiwa tersebut dibentuk oleh media melalui proses *framing*.

⁸ Zuhriah Dimas Alfriandi, "Analisis Isi Framing Berita Konflik Israel Dan Palestina Di Media Kompas.Com," *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences* 5, no. 2 (2024): 643–54.

⁹ Viona Ainun Rizki As Sidiq, Slamet Triyadi, and Wienike Dinar Pratiwi, "Analisis Kelengkapan Unsur Berita Detik.Com Serta Relevansinya Sebagai Bahan Ajar," *Jurnal Pendidikan Bahasa* 11, no. 2 (2022): 240–64, <https://doi.org/10.31571/bahasa.v11i2.4202>.

4. Kompas.com dan Detik.com

Dalam penelitian ini, Kompas.com dan Detik.com didefinisikan sebagai media massa daring nasional Indonesia yang dijadikan penelitian dan sumber data berupa teks berita.¹⁰ Kompas.com dipahami sebagai media online cenderung menekankan kedalaman informasi, konteks kebijakan publik, serta pemaparan isu secara komprehensif, sedangkan Detik.com dikenal sebagai media daring yang mengutamakan kecepatan penyampaian berita, aktualisasi peristiwa, dan laporan situasi lapangan. Dalam konteks penelitian ini, kedua media tersebut diperlakukan sebagai institusi media dengan karakter opini yang berbeda, yang berperan dalam membentuk realitas sosial melalui *framing* pemberitaan demonstrasi ojek online.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan arah dan alur yang jelas dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika pembahasan ke dalam enam bab, yang masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Dalam bab I ini berisi penjelasan mengenai konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika pembahasan. Bab ini menjadi dasar awal dalam memahami latar belakang masalah dan arah penelitian yang dilakukan.

¹⁰ Ahmad Hafizh Maulana and Tri Prasetijowati, "Analisis Bisnis Media Online 'Kompas.Com,'" *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper "Peran Perempuan Sebagai Pahlawan Di Era Pandemi" PSGESI LPPM UWP* 9, no. 01 (2022): 223–32, <https://doi.org/10.38156/gesi.v9i01.148>.

BAB II KAJIAN TEORI: Dalam bab II ini berisi uraian mengenai kajian pustaka yang relevan dengan penelitian, meliputi konsep konstruksi sosial dalam media massa, konsep framing dalam kajian komunikasi, model analisis *framing* Robert N. Entman, media online dan dinamika pemberitaan, demonstrasi ojek online sebagai fenomena sosial, penelitian terdahulu, serta kerangka teoritik penelitian. Bab ini digunakan sebagai landasan teoritis dalam menganalisis objek penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN: Dalam bab III ini berisi penjelasan tentang rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, serta tahapan penelitian. Bab ini menjelaskan metode yang digunakan peneliti dalam mengkaji *framing* pemberitaan demonstrasi ojek online di Kompas.com dan Detik.com.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Dalam bab IV ini berisi hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data. Pada bab ini dipaparkan gambaran umum media Kompas.com dan Detik.com, paparan data artikel yang diteliti, serta hasil analisis *framing* terhadap berita demonstrasi ojek online pada kedua media tersebut berdasarkan model Robert N. Entman.

BAB V PEMBAHASAN: Dalam bab V ini berisi pembahasan dan analisis lebih mendalam terhadap hasil penelitian yang telah ditemukan pada bab sebelumnya. Peneliti membandingkan hasil *framing* Kompas.com dan Detik.com, kemudian mengaitkannya dengan teori-teori yang relevan serta penelitian terdahulu, sehingga

dapat diketahui perbedaan dan persamaan konstruksi berita demonstrasi ojek online pada kedua media tersebut.

BAB VI PENUTUP: Dalam bab VI ini berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, sedangkan saran ditujukan bagi media, masyarakat, serta peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa.