

ANALISIS FRAMING ZHONDANG PAN & KOSICKI DALAM PEMBERITAAN KENAIKAN PPN 12% DI MEDIA KOMPAS.COM

Bagus Dwi Bramantyo¹, Mufni Alida², Diah Pratiwi³
Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta^{1,2,3}

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

bagusdwibramm@gmail.com¹, mufnialida@gmail.com², diahpratiwi@gmail.com³

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Analisis Framing Zhondang Pan & Kosicki Dalam Pemberitaan Kenaikan PPN 12% Di Media Kompas.Com. Kebijakan penerapan tarif PPN sebesar 12% yang direncanakan mulai berlaku pada tahun 2025 merupakan salah satu langkah dalam agenda reformasi perpajakan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Meski demikian, sebagian kalangan menilai kebijakan tersebut berpotensi memicu kenaikan harga barang dan jasa yang pada akhirnya dapat menurunkan daya beli masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis framing Pan & Kosicki yang mencakup empat dimensi utama, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Terdapat lima berita yang dianalisis dalam kurun waktu dari 22 November 2024 – 8 Januari 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com berupaya menghadirkan pemberitaan yang seimbang antara kritik publik dan justifikasi pemerintah, serta menekankan aspek edukatif dalam menjelaskan prinsip-prinsip kebijakan fiskal. Beberapa pemberitaan menggunakan elemen retorik seperti diksi “gotong royong,” “prinsip keadilan,” dan “barang mewah” untuk memperkuat legitimasi kebijakan sekaligus meminimalisir resistensi publik. Selain itu, framing yang ditampilkan juga memperlihatkan upaya media dalam membedakan objek pajak berdasarkan kelompok masyarakat dan kemampuan konsumsi, serta menyajikan narasi yang informatif dan evaluatif. Kompas.com dalam hal ini tidak hanya menyoroti aspek konflik, tetapi juga menampilkan respons pemerintah yang adaptif terhadap dinamika sosial ekonomi.

Kata kunci: Analisis Framing, Pan & Kosicki, PPN 12%, Media Kompas

PENDAHULUAN

Perkembangan media massa, khususnya media online, telah memberikan perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh dan memaknai suatu informasi. Dalam konteks komunikasi massa, media tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi saja, tetapi juga berperan aktif dalam membingkai realitas sosial (Eriyanto, 2002). Fenomena ini semakin relevan ketika media memberitakan isu-isu strategis yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat, salah satunya adalah pemberitaan mengenai kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12%. Penerapan kebijakan ini bukan hanya berdampak pada stabilitas ekonomi nasional saja, tetapi juga dapat menimbulkan beragam persepsi dari masyarakat.

Media massa memiliki posisi penting sebagai ruang pembetulan persepsi melalui narasi wacana yang disajikan. Melalui pemberitaan, media dapat membentuk opini publik yang kemudian juga akan mempengaruhi legitimasi kebijakan pemerintah. Menurut McQuail (2020), media memiliki kekuatan dalam membentuk agenda publik

sekaligus mendefinisikan realitas yang dianggap penting. Oleh karena itu, framing media mengenai isu kenaikan PPN 12% menjadi sangat penting untuk diteliti, seperti bagaimana representasi media dapat menekankan aspek tertentu dari isu yang mengulas urgensi peningkatan penerimaan negara, atau justru mengulas potensi beban ekonomi masyarakat dari kenaikan PPN 12%. Dalam penelitian ini peneliti memilih media Kompas.com.

Sebagai salah satu portal berita terkemuka di Indonesia, Kompas.com memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu publik (Haq & Fadilah, 2018). Media ini konsisten menghadirkan berita aktual yang menjangkau audiens luas di berbagai segmentasi masyarakat. Kredibilitas Kompas.com menjadikannya salah satu media rujukan utama dalam memahami kebijakan pemerintah (Abrokiyah, 2017). Namun demikian, setiap media memiliki ideologi, perspektif, serta kepentingan redaksional yang dapat memengaruhi cara berita disajikan (Sudibyo, 2001). Dengan demikian, penting untuk mengungkap bagaimana media seperti Kompas memposisikan diri dalam pemberitaan mengenai isu kebijakan kenaikan PPN 12%.

Penelitian ini menggunakan metode analisis framing yang dikembangkan oleh Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki. Metode analisis framing Pan & Kosicki memiliki empat dimensi utama, yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Struktur sintaksis melihat pada bentuk penyusunan berita, struktur skrip menelaah alur peristiwa yang disajikan dalam teks berita, struktur tematik memfokuskan pada pola pengembangan tema dan penekanan topik tertentu, dan struktur retorik mengkaji aspek gaya bahasa dan pilihan diksi untuk menguatkan makna (Eriyanto, 2002). Melalui keempat dimensi ini, analisis framing Pan & Kosicki dapat mengungkapkan bagaimana realitas sosial tertentu dikonstruksi dalam teks media.

Kebijakan kenaikan PPN 12% yang berlaku pada 2025 merupakan bagian dari agenda reformasi pajak yang tertuang dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Namun sebagian masyarakat menilai kenaikan PPN akan berdampak langsung pada meningkatnya harga barang dan jasa sehingga menekan daya beli masyarakat, terutama kelompok menengah ke bawah. Pertentangan wacana yang timbul dari pada masyarakat ini membuka ruang analisis menarik mengenai bagaimana media mengemas informasi seputar pro dan kontra dari kebijakan tersebut.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa framing media berperan besar dalam membentuk citra kebijakan publik. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani *et al* (2024) mengenai framing dalam pemberitaan putusan Mahkamah Konstitusi terkait batas usia calon Presiden dan Wakil Presiden di Media Indonesia yang menunjukkan bahwa media cenderung fokus pada dampak legitimasi hukum yang mengarah pada dugaan pelanggaran etika dari putusan MK tersebut. Sementara itu penelitian dari Innayah *et al* (2020) mengenai framing pemberitaan tolak RUU Omnibus Law Cipta Kerja di media detik.com dan Republika yang menunjukkan adanya perbedaan penekanan antara kedua media, dimana detik.com cenderung mengulas

pemberitaan dengan hati-hati sementara Republika sangat memperhatikan unsur kelengkapan berita. Lalu ada penelitian dari Sartika *et al* (2025) mengenai framing pemberitaan kawal putusan MK di media Kompas.com yang menunjukkan bahwa narasi pemberitaan memunculkan ketidakpastian agar publik tetap mengawasi dan memastikan proses hukum tidak dimanipulasi hanya untuk kepentingan politik tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian dengan menggunakan analisis framing Pan & Kosicki memungkinkan peneliti untuk mengungkap bagaimana strategi wacana yang digunakan Kompas.com dalam pemberitaan mengenai kebijakan kenaikan PPN 12%. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi komunikasi massa, khususnya dalam konteks analisis framing media digital, serta kontribusi praktis bagi pemahaman publik mengenai bagaimana media membingkai kebijakan yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan dari individu atau kelompok melalui media cetak, elektronik, maupun digital yang ditujukan kepada khalayak luas. Maletzke (dalam Hariyanto, 2021) mendefinisikan komunikasi massa sebagai penyampaian pesan secara terbuka dengan memanfaatkan media sebagai sarana distribusi yang bersifat tidak langsung dan umumnya berlangsung satu arah. Pesan yang disampaikan bersifat publik, ditujukan kepada audiens yang heterogen, dan tidak memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung. Komunikasi massa juga memiliki karakteristik khusus, yakni penyebaran informasi kepada khalayak yang besar dan beragam tanpa identitas yang jelas, pesan yang bersifat terjadwal serta menjangkau audiens dalam jumlah yang besar secara bersamaan (McQuail & Deuze, 2020).

Devito (dalam Nurudin, 2013) membagi konsep komunikasi massa menjadi dua. Pertama, komunikasi massa dipandang sebagai bentuk komunikasi yang diarahkan kepada khalayak berjumlah besar yang sulit untuk dideskripsikan secara spesifik. Kedua, komunikasi massa dilihat sebagai bentuk komunikasi yang memanfaatkan media sebagai saluran pesan, baik dalam bentuk audio maupun visual, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, buku, kaset, dan film. Dengan demikian, komunikasi massa memiliki fungsi penting sebagai mekanisme penyebaran informasi secara luas yang tidak hanya menekankan jumlah audiens, tetapi juga media sebagai instrumen utama dalam proses komunikasi.

Kompas Media

Kompas merupakan sebuah surat kabar Indonesia yang didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama, dan mulai terbit tanggal 28 Juni 1965. Kompas diterbitkan oleh PT. Kompas Media Nusantara yang merupakan bagian dari kelompok perusahaan Kelompok Kompas Gramedia (KKG) (Simarmata, 2014). Pada awalnya, ide

penerbitan harian Kompas muncul dari Letjen Achmad Yani yang saat itu menjabat sebagai Panglima Angkatan Darat pada tahun 1965, dengan tujuan untuk menghadang dominasi pemberitaan pers komunis. Kemudian Letjen Achmad Yani menyampaikan gagasannya kepada Frans Seda yang saat itu menjabat sebagai Menteri Perkebunan. Lalu Frans Seda menemui Petrus Kanisius Ojong dan Jakob Oetama yang memiliki pengalaman menerbitkan media cetak dan baru menerbitkan majalah *Intisari* pada tahun 1963 (Sanjaya & Pratama, 2025). Pada awalnya, surat kabar itu diberi nama *Bentara Rakyat*, namun Presiden Soekarno memberikan usul jika surat kabar itu diberi nama *Kompas*, yang bermakna penunjuk arah (Sanjaya & Pratama, 2025). Seiring perkembangannya Kompas menjadi surat kabar yang populer di Indonesia, hingga pada tanggal 14 September 1995 Kompas meluncurkan media baru bernama Kompas Online yang menjadi salah satu pionir media online di Indonesia.

Pendirian Kompas Online merupakan respons terhadap perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan akses berita yang lebih cepat dan mudah dijangkau. Meskipun masih terbatas dalam segi tampilan dan konten, kehadiran Kompas Online menandai awal transformasi Kompas dari media cetak konvensional menuju era digital yang lebih interaktif. Berdirinya PT Kompas Cyber Media yang kini membuat Kompas Online dikenal sebagai Kompas.com.

Analisis Framing Model Zhondang Pan – Gerald M. Kosicki

Analisis framing yang dikembangkan oleh Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana media mengonstruksi serta membentuk isu dalam pemberitaan. Model ini berfokus pada asumsi bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga memiliki peran dalam membingkai suatu peristiwa melalui perspektif tertentu sehingga berpotensi memengaruhi cara audiens menafsirkan realitas (Eriyanto, 2002). Dalam model analisis framing Pan dan Kosicki, terdapat empat dimensi utama yang digunakan sebagai perangkat analisis, yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. Keempat dimensi ini memfasilitasi proses identifikasi terhadap bagaimana pilihan bahasa, pola narasi, penyusunan tema, serta strategi retorika digunakan media dalam membentuk representasi isu.

Eriyanto (2002) menjelaskan bahwa analisis framing Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki memungkinkan kajian wacana media dilakukan secara lebih komprehensif, karena setiap dimensi tidak hanya menekankan isi pesan, tetapi juga cara pesan disusun sehingga menghasilkan makna tertentu. Dengan demikian, analisis framing Pan dan Kosicki menjadi alat metodologis yang relevan dalam studi komunikasi, khususnya dalam melihat praktik media dalam mengonstruksi realitas sosial melalui pemberitaan.

Tabel 1. Perangkat Framing Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit Yang Diamati
----------	-------------------	-------------------

SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	Headline, lead, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	Perintah Jokowi Back Up Data Nasional Usai Kasus Peretasan PDN
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan, antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar atau foto, grafik

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu prosedur penelitian yang berfokus pada penggambaran serta analisis terhadap objek yang telah ditentukan sebagai subjek kajian (Moleong, 2017). Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan analisis framing sebagai metode untuk menelaah serta memahami bagaimana media membangun dan menyajikan suatu realitas (Sobur, 2009). Penelitian ini menggunakan objek paada pemberitaan media Kompas mengenai pemberitaan Kenaikan PPN 12% dari periode 22 November 2024 – 8 Januari 2025. Setelah memperoleh artikel, peneliti menerapkan analisis framing dengan menggunakan model yang dikembangkan oleh Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki guna mengidentifikasi analisis framing dalam pemberitaan yang disajikan oleh Kompas. Analisis dilakukan dengan mengacu pada empat dimensi utama dalam model tersebut, yaitu struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, serta struktur retorik. Subjek penelitian adalah lima artikel pemberitaan mengenai kenaikan PPN 12% di situs www.kompas.com. Sedangkan objek penelitian ini adalah framing Media Kompas dalam pemberitaan kenaikan PPN 12%. Adapun lima artikel berita dalam penelitian analisis framing ini, yaitu:

Tabel 2. Judul Berita

No.	Tanggal Berita	Judul Berita
1	22 November 2024	PPN 12 Persen Diprotes, Ditjen Pajak: Hasilnya Akan Kembali ke Rakyat
2	17 Desember 2024	5 Hal yang Perlu Diketahui Terkait Tarif PPN 12 Persen
3	31 Desember 2024	Presiden Resmi Umumkan PPN 12% Untuk Barang Mewah Tahun Depan
4	1 Januari 2025	Lengkap, Daftar Barang dan Jasa yang Kena dan Tidak Kena PPN 12 Persen
5	8 Januari 2025	Pemerintah Tinjau Ulang Tarif PPN 12 Persen untuk Barang dan Jasa Non-Mewah, Termasuk Bangun Rumah dan Transaksi Kripto

HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini mencoba untuk melakukan identifikasi terhadap berita-berita mengenai Pemberitaan Kenaikan Ppn 12% Di Media Kompas.com dalam kurun waktu 22 November 2024 – 8 Januari 2025

1. Berita I: “PPN 12 Persen Diprotes, Ditjen Pajak: Hasilnya Akan Kembali ke Rakyat.” (Kompas, 2024) – 22 November 2024

Tabel 3: Struktur Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris Berita I

Elemen	Unit	Strategi Penulisan	Keterangan
Sintaksis	<i>Headline</i>	PPN 12 Persen Diprotes, Ditjen Pajak: Hasilnya Akan Kembali ke Rakyat	<i>Headline</i>
	<i>Lead</i>	Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) memastikan hasil penerimaan negara dari kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) akan digunakan untuk kepentingan masyarakat.	Paragraf pertama, kalimat pertama
	<i>Latar</i>	Penjelasan ini untuk merespons masyarakat yang memprotes rencana kenaikan PPN dari 11 persen menjadi 12 persen mulai 1 Januari 2024.	Paragraf kedua, kalimat pertama
	<i>Kutipan</i>	1) Dwi Astuti mengatakan: “Hasil dari kebijakan penyesuaian tarif PPN akan kembali kepada rakyat dalam berbagai bentuk.” 2) Dwi Astuti kembali mengatakan: “Tidak semua barang dan jasa terkena PPN. Artinya, kebutuhan rakyat banyak tidak terpengaruh oleh kebijakan ini.” 3) Dwi Astuti kembali mengatakan: “Ini ditujukan untuk menjaga daya beli masyarakat, terutama kelompok masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Di sisi lain, sebagai wujud kegotongroyongan, orang pribadi yang memiliki penghasilan lebih dari Rp 5 miliar dikenakan tarif tertinggi sebesar 35 persen.”	Paragraf kelima, kalimat pertama
	<i>Pernyataan</i>	Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat DJP Kemenkeu Dwi Astuti mengatakan, penerimaan negara dari pungutan PPN akan dikembalikan ke masyarakat melalui subsidi maupun program-program bantuan untuk kelompok masyarakat yang membutuhkan. Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat DJP Kemenkeu Dwi Astuti mengatakan, penerimaan negara dari pungutan PPN akan dikembalikan ke masyarakat melalui subsidi maupun program-program bantuan untuk kelompok masyarakat yang membutuhkan.	Paragraf ke-13, kalimat pertama Paragraf ketiga, kalimat

Foto ilustrasi yang menggambarkan tumpukan dadu (dice) dengan symbol ‘%’

110

tetapi disisi lain juga menyajikan pembahasan dari Ditjen Pajak bahwa hasil dari penerapan tarif PPN tersebut akan dikembalikan kepada masyarakat dalam bentuk subsidi dan bantuan sosial.

2. Berita II: “5 Hal yang Perlu Diketahui Terkait Tarif PPN 12 Persen.” (Kompas, 2024) – 17 Desember 2024

Tabel 4: Struktur Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris Berita II

Elemen	Unit	Strategi Penulisan	Keterangan
Sintaksis	<i>Headline</i>	5 Hal yang Perlu Diketahui Terkait Tarif PPN 12 Persen	<i>Headline</i>
	<i>Lead</i>	Pemerintah resmi mengumumkan kenaikan tarif pajak pertambahan nilai (PPN) dari 11 persen menjadi 12 persen berlaku mulai 1 Januari 2024.	Paragraf pertama, kalimat pertama
	Latar	Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto memastikan kebijakan tarif PPN 12 persen akan dilaksanakan dengan tetap memperhatikan azas keadilan dan gotong royong.	Paragraf kedua, kalimat pertama
	Kutipan	1) Airlangga Hartarto mengatakan: “Kebijakan perpajakan yang tadi sudah disampaikan, menjunjung tinggi prinsip keadilan, gotong royong, dan kesejahteraan masyarakat,” 2) Airlangga Hartarto kembali mengatakan: “Sesuai dengan amanat UU HPP, ini sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, tarif PPN tahun depan akan naik menjadi 12 persen per Januari,” 3) Febrio Nathan Kacaribu mengatakan: “Indonesia undang-undangnya tarif PPN-nya tidak multitarif. Tetapi ada pengaturan-pengaturan khusus yang dibolehkan oleh undang-undang juga dan itu kita turunkan dalam peraturan turunannya PP maupun peraturan menteri terkait.” 4) Sri Mulyani mengatakan: “Tarif PPN di Indonesia dibandingkan banyak negara di dunia masih relatif rendah. Kalau kita lihat baik di dalam negara-negara yang sesama emerging atau dengan negara tentu negara di region maupun dalam G20.” 5) Sri Mulyani kembali mengatakan: “Jadi Indonesia saat ini dengan (tarif PPN) 11 persen, tax ratio kita masih di 10,4. Bisa memberikan gambaran pekerjaan rumah dan perbaikan yang harus kita lakukan” 6) Sri Mulyani juga kembali mengatakan: “Tidak selalu bahwa kita harus naik setinggi yang lain, tapi ini juga menggambarkan di mana posisi	Paragraf keempat, kalimat pertama Paragraf kedelapan, kalimat pertama Paragraf ke-11, kalimat pertama Paragraf ke-14, kalimat pertama Paragraf ke-18, kalimat pertama Paragraf ke-19, kalimat pertama



	Pernyataan	Indonesia, tadi telah disampaikan oleh Pak Menko, di dalam menjalankan policy ini kita sungguh berhati-hati.” 7) Airlangga Hartarto kembali mengatakan: “Rarif PPN tahun depan akan naik sebesar 12 persen per 1 Januari. Namun, barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat ini PPN-nya diberikan fasilitas atau 0 persen” 8) Airlangga Hartarto kembali mengatakan: “Pemerintah memberikan stimulus ataupun paket kebijakan ekonomi, bagi rumah tangga berpendapatan rendah, itu PPN ditanggung pemerintah 1 persen untuk barang kebutuhan pokok dan penting.” 9) Sri Mulyani kembali mengatakan: “Barang-barang yang memang dikategorikan sebagai mewah premium dan dikonsumsi, terutama untuk kelompok yang paling mampu, akan dikenakan PPN 12”	Paragraf ke-21, kalimat pertama Paragraf ke-27, kalimat pertama Paragraf ke-31, kalimat pertama
	Penutupan	1) Kepala Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan Febrio Nathan Kacaribu mengungkapkan, detail penerapan tarif PPN 12 persen akan dituangkan dalam peraturan pemerintah (PP) atau peraturan menteri keuangan (PMK). 2) Bendahara Negara itu mengungkapkan, tarif PPN yang tinggi di sejumlah negara itu menyebabkan tingginya rasio pajak (tax ratio). 3) Airlangga menyebut, meski tarif PPN naik menjadi 12 persen namun pemerintah membebaskan tarif PPN untuk sejumlah barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat atau bahan kebutuhan pokok penting. 4) Untuk menjaga daya beli masyarakat, khususnya kelompok bawah, Airlangga mengatakan bahwa pemerintah mempertahankan tarif PPN 11 persen untuk tiga komoditas pokok penting, yakni minyak, tepung terigu, dan gula industri Tarif PPN 12 persen juga akan dikenakan pada barang dan jasa yang dikategorikan premium, seperti jasa pendidikan internasional yang bayaran SPPnya mencapai ratusan juta maupun layanan kesehatan premium.	Paragraf ke-10, kalimat pertama Paragraf ke-15, kalimat pertama Paragraf ke-20, kalimat pertama Paragraf ke-24, kalimat pertama Paragraf ke-31, kalimat pertama
Scrip	Who	Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Keuangan	
	What	Implementasi kenaikan tarif PPN menjadi 12 persen	

	<i>Why</i> <i>When</i> <i>Where</i> <i>How</i>	Implementasi UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) dalam penerapan kenaikan PPN Mulai berlaku 1 Januari 2025 Berlaku secara nasional di Indonesia Pada akhirnya pemerintah kembali mempertahankan tarif PPN 11 persen untuk tiga komoditas pokok penting, yakni minyakita, tepung terigu, dan gula industri	
Tematik (paragraf, proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail koherensi bentuk kalimat	1) Airlangga Hartarto merupakan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian 2) Febrio Nathan Kacaribu merupakan Kepala Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan 3) Sri Mulyani merupakan Menteri Keuangan	
Retoris	Leksikon Grafis Foto	PPN 12%, tarif, Bendahara Negara, daya beli, prinsip keadilan, <i>emerging economies</i> - Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto dan Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati bersama sejumlah menteri lainnya saat Konferensi Pers Paket Stimulus Ekonomi di Gedung Kemenko Perekonomian, Jakarta, Senin (16/12/2024)	

Berdasarkan *frame* pada berita *online* mengenai kenaikan PPN 12%, media Kompas mengeluarkan berita pada tanggal 17 Desember 2024 dengan judul “5 Hal yang Perlu Diketahui Terkait Tarif PPN 12 Persen”. Dalam pemilihan judul ini tampak memperlihatkan pandangan Kompas yang berusaha menyajikan informasi mengenai beberapa hal yang perlu diketahui tentang tarif kenaikan PPN 12%. Jika diamati lebih mendalam, isi dalam berita ini lebih menekankan bagaimana Kompas berusaha untuk memberikan gambaran mengenai penerapan PPN 12% dan memberikan sajian pemaparan dari Menteri Keuangan, Sri Mulyani yang membandingkan tarif PPN di Indonesia cenderung lebih rendah dibandingkan dengan beberapa negara G20 lainnya.

3. Berita III: “Presiden Resmi Umumkan PPN 12% Untuk Barang Mewah Tahun Depan”. (Kompas, 2024) – 31 Desember 2024

Tabel 5: Tabel Struktur Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris Berita III

Elemen	Unit	Strategi Penulisan	Keterangan
Sintaksis	<i>Headline</i>	Presiden Resmi Umumkan PPN 12% untuk Barang Mewah Tahun Depan	<i>Headline</i>
	<i>Lead</i>	Presiden Prabowo Subianto resmi mengumumkan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar	Paragraf pertama,



	Latar	12 persen mulai tahun 2025. Sebelumnya diberitakan, pemerintah berencana menaikkan PPN sebesar 12 persen dari semula 11 persen mulai tahun 2025. Pemerintah menyebut, kenaikan PPN hanya berlaku untuk barang mewah.	kalimat pertama Paragraf kedelapan, kalimat pertama
	Kutipan	1. Prabowo mengatakan: “Karena itu seperti yang sudah saya sampaikan sebelumnya dan telah berkoordinasi dengan DPR RI hari ini pemerintah memutuskan bahwa kenaikan tarif PPN dari 11 persen menjadi 12 persen hanya dikenakan terhadap barang dan jasa mewah” 2. Prabowo mengatakan: “Pesawat jet pribadi itu tergolong barang mewah dimanfaatkan atau digunakan oleh masyarakat papan atas. Kemudian kapal pesiar yacht, kemudian rumah yang sangat mewah yang nilainya di atas golongan menengah” 3. Prabowo kembali mengatakan: “Artinya untuk barang dan jasa selain yang tergolong barang-barang mewah tidak ada kenaikan PPN”	Paragraf ketiga, kalimat pertama Paragraf enam, kalimat pertama Paragraf ketujuh, kalimat pertama
	Pernyataan	-	
	Penutupan	Kebijakan ini diprediksi akan memicu lonjakan harga barang dan jasa, yang berpotensi mengubah pola konsumsi masyarakat. Banyak yang khawatir bahwa PPN yang lebih tinggi akan memberikan efek domino yang merugikan.	Paragraf ke-14, kalimat pertama
Skrip	Who	Presiden Republik Indonesia, Prabowo	
	What	Pengumuman Kenaikan PPN 12 persen untuk barang mewah 4	
	Why	Untuk pengelolaan fiskal dan menyasar konsumsi barang mewah	
	When	Mulai berlaku 1 Januari 2025	
	Where	Indonesia	
	How	Implementasi PPN akan diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK).	
Tematik (paragraf, proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail koherensi bentuk kalimat	1) Prabowo merupakan Presiden Republik Indonesia	

Retoris	Leksikon	Kenaikan PPN 12% Bagi Barang Mewah, jet pribadi, rumah mewah	
	Grafis	-	
	Foto	Presiden RI Prabowo Subianto mengucapkan selamat Natal dan Tahun Baru 2025.	

Berdasarkan *frame* pada berita *online* mengenai kenaikan PPN 12%, media Kompas mengeluarkan berita pada tanggal 31 Desember 2024 dengan judul “Presiden Resmi Umumkan PPN 12% Untuk Barang Mewah Tahun Depan”. Dalam pemilihan judul tampak memperlihatkan bahwa Kompas berusaha untuk memberikan informasi tentang kenaikan PPN 12% yang disampaikan oleh Presiden Prabowo. Dalam berita ini, dimuat tentang Presiden Prabowo akan mengumumkan kenaikan PPN 12 persen per 1 Januari 2025 khusus untuk barang dan jasa mewah. Namun, kenaikan pajak mendapat banyak tolakan dari masyarakat melalui petisi di media sosial. Selain itu, artikel ini membingkai kebijakan kenaikan PPN dari dua sisi. Sisi positifnya adalah penargetan barang mewah untuk mengurangi dampak pada masyarakat umum. Sedangkan, negatifnya akibat kenaikan PPN 12 persen menimbulkan kekhawatiran efek domino pada harga dan pola konsumsi masyarakat

4. Berita IV: “Lengkap, Daftar Barang dan Jasa yang Kena dan Tidak Kena PPN 12 Persen”(Kompas.com, 2025) – 1 Januari 2025

Tabel 6: Tabel Struktur Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris Berita IV

Elemen	Unit	Strategi Penulisan	Keterangan
Sintaksis	<i>Headline</i>	Lengkap, Daftar Barang dan Jasa yang Kena dan Tidak Kena PPN 12 Persen	<i>Headline</i>
	<i>Lead</i>	Pemerintah resmi mengumumkan kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) dari 11 persen menjadi 12 persen mulai hari ini, Rabu (1/1/2025).	Paragraf pertama, kalimat pertama
	Latar	Pemerintah memastikan bahwa tarif PPN 12 persen hanya akan dikenakan untuk kategori barang dan jasa mewah.	Paragraf kedua, kalimat pertama
	Kutipan	1) Prabowo mengatakan: ”Kenaikan PPN dari 11 persen menjadi 12 persen hanya dikenakan pada barang dan jasa mewah,” 2) Sri Mulyani mengatakan: ”itu kategorinya sangat sedikit, limited, seperti yang disampaikan, yaitu barang seperti private jet, kapal pesiar, yacht , dan rumah yang sangat mewah,” 3) Sri Mulyani kembali mengatakan: “Semuanya tetap mendapatkna fasilitas PPN 0 persen, tidak membayar PPN, sedangkan seluruh	Paragraf ketiga, kalimat pertama Paragraf kelima, kalimat pertama Paragraf ke-18, kalimat pertama



	Pernyataan	barnag dan jasa lain yang selama ini PPN 11 persen, tetap 11 persen, tidak terkena PPN 12 persen,” 1) Menkeu mengatakan, barang dan jasa yang selama ini dikenakan tarif PPN 11 persen tidak akan mengalami kenaikan tarif mulai 1 Januari 2025.	Paragraf keenam, kalimat pertama
	Penutupan	Sementara itu, barang dan jasa, termasuk kebutuhan pokok masyarakat yang selama ini diberikan fasilitas bebas PPN, tetap berlaku dengan tarif PPN nol persen.	Paragraf ke-16, kalimat pertama
Skrip	Who	Presiden RI, Prabowo Subianto dan Menteri Keuangan, Sri Mulyani	
	What	Daftar Barang dan Jasa yang kena dan Tidak kena PPN 12 persen	
	Why	Penerapan PPN 12 persen ini dilakukan sebagai bagian dari reformasi perpajakan di Indonesia, dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan negara dan menyesuaikan tarif pajak dengan kondisi ekonomi saat ini	
	When	Kebijakan ini mulai berlaku pada 1 Januari 2025, yang merujuk pada implementasi tarif PPN 12 persen yang baru	
	Where	Indonesia	
	How	PPN 12 persen dikenakan pada barang dan jasa tertentu yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan pemerintah. Artikel ini merinci jenis-jenis barang dan jasa yang terkena serta yang tidak dikenakan PPN 12 persen, memberikan gambaran kepada pembaca mengenai perubahan tersebut.	
Tematik (paragraf, proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail koherensi bentuk kalimat	1) Prabowo Subianto merupakan Presiden RI 2) Sri Mulyani merupakan Menteri Keuangan RI	
Retoris	Leksikon	PPN 12%, barang mewah, <i>limited</i>	
	Grafis	-	
	Foto	Kapal pesiar Star Scorpio. Kapal pesiar menjadi salah satu jenis barang mewah yang terkena kenaikan PPN menjadi 12 persen.	

Berdasarkan *frame* pada portal berita online mengenai kenaikan PPN 12%, media Kompas mengeluarkan berita pada tanggal 1 Januari 2025 dengan judul “Lengkap, Daftar Barang dan Jasa yang Kena dan Tidak Kena PPN 12 Persen”. Dalam pemilihan judul ini dapat terlihat bahwa media Kompas berusaha untuk memberikan sajian informasi mengenai barang apa saja yang terkena maupun tidak terkena PPN 12%. Pada isi berita, Kompas mencoba memberikan edukasi pada masyarakat mengenai jenis-jenis barang yang terdampak PPN 12% dan hanya mengutip kalimat-kalimat dari Presiden RI yaitu Prabowo Subianto dan Menteri Keuangan RI yaitu Sri Mulyani

5. Berita V: “Pemerintah Tinjau Ulang Tarif PPN 12 Persen untuk Barang dan Jasa Non-Mewah, Termasuk Bangun Rumah dan Transaksi Kripto” (Kompas.com, 2025) – 8 Januari 2025

Tabel 7: Tabel Struktur Sintaksis, Skrip, Tematik, dan Retoris Berita V

Elemen	Unit	Strategi Penulisan	Keterangan
Sintaksis	<i>Headline</i>	Pemerintah Tinjau Ulang Tarif PPN 12 Persen untuk Barang dan Jasa Non-Mewah, Termasuk Bangun Rumah dan Transaksi Kripto.	<i>Headline</i>
	<i>Lead</i>	Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan tengah meninjau kembali barang dan jasa non-mewah yang terkena kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12 persen.	Paragraf pertama, kalimat pertama
	Latar	Ditjen Pajak kini sedang menyusun rancangan peraturan menteri keuangan (RPMK) untuk merevisi aturan perpajakan terkait barang dan jasa non-mewah.	Paragraf kesembilan, kalimat pertama
	Kutipan	1) Dwi Astuti mengatakan: "DPP atas penyerahan barang dan jasa tertentu yang menggunakan nilai lain sebagai DPP atau besaran tertentu (PPN Final), seperti kegiatan membangun sendiri, penjualan kendaraan bermotor bekas, dan jasa asuransi, dikecualikan dari ketentuan Pasal 2 dan Pasal 3 PMK 131 Tahun 2024," 2) Dwi Astuti kembali mengatakan "Saat ini, sedang disusun RPMK perubahan atas peraturan perpajakan berkaitan dengan barang dan jasa tertentu agar beban PPN tidak naik," 3) Suryo Utomo mengatakan: "Saat ini kami sedang melakukan internalisasi karena ada beberapa model barang atau jasa yang serupa, termasuk jasa forwarding." 4) Suryo Utomo mengatakan: “Jika tidak masuk kategori barang mewah yang tarif pajaknya harus naik, PPN-nya akan mendapatkan	Paragraf keenam, kalimat pertama Paragraf ke-11, kalimat pertama Paragraf ke-14, kalimat pertama Paragraf ke-



	Pernyataan	perlakuan yang sama," 1) Sebelumnya, Direktur Jenderal Pajak Suryo Utomo juga menyampaikan tengah meninjau ulang barang dan jasa non-mewah yang dikenakan tarif PPN 12 persen. 2) Suryo menekankan, sesuai instruksi Presiden Prabowo Subianto, tarif PPN 12 persen seharusnya hanya dikenakan pada barang mewah yang selama ini merupakan objek Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM).	17, kalimat pertama Paragraf ke-13, kalimat pertama Paragraf ke-15, kalimat pertama
	Penutupan	Dengan demikian, barang dan jasa non-mewah yang tidak tercantum dalam PMK 131 Tahun 2024, seperti kegiatan membangun rumah sendiri, penjualan kendaraan motor bekas, hingga perdagangan aset kripto, seharusnya tetap dikenakan tarif PPN 11 persen, seperti barang dan jasa non-mewah lainnya.	Paragraf ke-16, kalimat pertama
Skrip	<i>Who</i> <i>What</i> <i>Why</i> <i>When</i> <i>Where</i> <i>How</i>	Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Evaluasi penerapan tarif PPN 12 persen Respon dari kebijakan PPN 12 persen yang mendapatkan kritik karena dinilai memberatkan masyarakat Semula akan diterapkan mulai 1 Januari 2025 Indonesia Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan memberikan pernyataan dan klarifikasi mengenai barang dan jasa non-mewah yang terkena kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12 persen.	
Tematik (paragraf, proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail koherensi bentuk kalimat	1) Dwi Astuti merupakan Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat Ditjen Pajak 2) Suryo Utomo merupakan Direktur Jenderal Pajak	
Retoris	Leksikon Grafis Foto	PPN 12%, barang mewah, kripto Tumpukan uang yang di ilustrasikan sebagai sebuah 'potongan kue' dalam loyang -	

Berdasarkan *frame* pada portal berita online mengenai kenaikan PPN 12%,

media Kompas mengeluarkan berita pada tanggal 8 Januari 2025, dengan judul “Pemerintah Tinjau Ulang Tarif PPN 12 Persen untuk Barang dan Jasa Non-Mewah, Termasuk Bangun Rumah dan Transaksi Kripto”. Dalam pemilihan judul ini dapat terlihat bahwa media Kompas berusaha untuk memberikan sajian informasi mengenai keputusan pemerintah untuk mengevaluasi penerapan tarif PPN 12% pada barang dan jasa non-mewah.

Dalam analisis framing model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki pada pemberitaan kenaikan PPN 12% di media Kompas.com, peneliti menemukan beberapa temuan tentang bagaimana media dalam mengemas maupun membingkai isu tersebut. Temuan pertama menunjukkan bahwa Kompas berusaha untuk menyeimbangkan konflik dan polemik dari respon masyarakat, seperti dalam berita “PPN 12 Persen Diprotes, Ditjen Pajak: Hasilnya Akan Kembali ke Rakyat” dimana Kompas mencoba untuk memberikan perbandingan antara kritik dari publik dengan justifikasi yang diberikan pemerintah. Hal ini terlihat dari elemen sintaksis, dimana Kompas melakukan pemingkai berita dengan menyeimbangkan konflik dan klarifikasi dari pemerintah mengenai penerapan tarif PPN 12%. Sementara itu elemen retorik “*kegotongroyongan*” ditonjolkan untuk memperkuat legitimasi kebijakan mengenai kebijakan tarif PPN 12%.

Kemudian framing pada pemberitaan “5 Hal yang Perlu Diketahui Terkait Tarif PPN 12 Persen” menunjukkan bahwa Kompas berusaha untuk mengemas pemberitaan secara edukatif dan normatif. Dalam elemen skrip, narasi berita disusun melalui pernyataan aktor dari pemerintahan seperti Sri Mulyani (Menteri Keuangan RI) dan Airlangga Hartarto (Menteri Koordinator Bidang Perekonomian RI) yang menjelaskan tentang prinsip-prinsip keadilan yang perlu diketahui tentang kebijakan tarif PPN 12%. Sementara itu pada elemen retorik berita ini menekankan pada beberapa diksi seperti “*prinsip keadilan*” dan “*emerging economies*” yang bertujuan untuk membingkai sebuah kebijakan yang dapat mendukung pemahaman masyarakat mengenai kebijakan tarif PPN 12%.

Lalu framing pada pemberitaan “Presiden Resmi Umumkan 12% Untuk Barang Mewah Tahun Depan”, menunjukkan bahwa Kompas berusaha menonjolkan elemen sintaksis dan skrip yang didominasi oleh aktor utama yaitu Prabowo Subianto (Presiden RI). Sementara itu elemen tematik dalam berita ini mencoba untuk menegaskan diferensiasi antara kelompok masyarakat berdasarkan kemampuan finansial/konsumsi. Kemudian elemen retorik seperti “*jet pribadi*”, “*kapal pesiar*”, dan “*rumah mewah*” digunakan untuk meminimalisir persepsi resistensi publik terhadap kebijakan tarif PPN 12%.

Sedangkan framing pada pemberitaan “Lengkap, Daftar Barang dan Jasa yang Kena dan Tidak Kena PPN 12 Persen”, menunjukkan bahwa Kompas berusaha menyajikan berita dengan narasi informatif seperti pada elemen tematik dimana pemberitaan ini menjelaskan perbedaan objek pajak yang disertai dengan kutipan dari

tokoh ahli yaitu Prabowo Subianto (Presiden RI) dan Sri Mulyani (Menteri Keuangan RI). Pada elemen retorik, berita ini memanfaatkan diksi “*limited*” dan “*barang mewah*” untuk menunjukkan batasan mengenai barang dan jasa yang terkena maupun tidak dikenakan tarif kebijakan PPN 12%.

Kemudian framing pada berita terakhir yaitu “Pemerintah Tinjau Ulang Tarif PPN 12 Persen untuk Barang dan Jasa Non-Mewah”, menunjukkan bahwa Kompas berusaha menyajikan berita dengan pembingkai yang evaluatif serta adaptif. Dalam elemen sintaksis, narasi berita dibangun melalui evaluasi kebijakan tarif PPN 12%. Sedangkan pada elemen skrip, berita ini mengutip tokoh ahli seperti Ditjen Pajak maupun Sri Mulyani (Menteri Keuangan RI) yang memberitakan tinjauan mengenai objek pajak non-mewah yang terkena tarif PPN 12%. Kemudian pada elemen retorik, berita ini mencoba menampilkan diksi “*peninjauan ulang*” dan “*internalisasi kebijakan*” untuk membentuk persepsi bahwa pemerintah telah bersikap responsif terhadap dinamika sosial dan ekonomi akibat kenaikan tarif PPN 12%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis framing Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki terhadap pemberitaan kenaikan PPN 12% di Kompas.com menunjukkan bahwa media berupaya menampilkan isu ini secara seimbang, edukatif, sekaligus persuasif. Melalui struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, Kompas membingkai isu pajak dengan menghadirkan sudut pandang pemerintah, respon publik, serta penekanan diksi tertentu untuk membangun legitimasi kebijakan. Pemberitaan tidak hanya menyoroti konflik, tetapi juga berfokus pada aspek edukasi dan keadilan sosial, sekaligus menampilkan diferensiasi objek pajak antara barang mewah dan non-mewah. Secara keseluruhan, framing Kompas cenderung mendukung narasi pemerintah dengan menekankan aspek gotong royong, prinsip keadilan, serta responsivitas terhadap aspirasi publik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk membandingkan framing isu serupa pada media online lain agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai konstruksi realitas dalam pemberitaan kebijakan PPN 12%. Selain itu, penelitian mendatang dapat memanfaatkan metode analisis wacana kritis untuk mengungkap relasi kuasa yang lebih kompleks dalam praktik pemberitaan, sehingga dapat memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai peran media dalam membentuk opini publik terhadap kebijakan ekonomi nasional.

REFERENSI

- Abkoryah, H., & Dewi, T. T. (2017). Objektivitas Berita Di Harian Kompas Dan Kompas. Com. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 7(2), 40-53.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press

- Haq, A. D., & Fadilah, E. (2018). Transformasi Harian Kompas Menjadi Portal Berita Digita Subscription Kompas. Id. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(2).
- Innayah, Umam, C., & Purwitasari, E. (2020). Framing Pemberitaan Tolak Ruu Omnibus Law Cipta Kerja Komparasi Pada Di Detik. Com Dan Republika. Co. Id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 52-66.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. Sage Publications
- Nurudin. 2013. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Ramadhani, R. W., Bramantyo, B. D., & Pitoyo. (2024). Analisis Framing Dalam Pemberitaan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90puu-Xxi2023 Di Media Indonesia. *Kinesik*, 11(1), 114-129.
- Sanjaya, R. & Pratama, M. D. (2025). 'Kompas' Dalam Lintasan Sejarah. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/artikel/kompas-dalam-lintasan-sejarah-1965-2025?utm> (diakses pada 18 September, 2025)
- Sartika, C. D., Anshori, D. S., & Kusumah, E. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Kawal Putusan MK pada Kompas. com. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(1), 206-221.
- Simarmata, S. (2014). *Media dan politik: Sikap pers terhadap pemerintahan koalisi di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sobur, A. (2009). Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. *Bandung. Remaja Rosdakarya*.
- Sudibyo, A. (2001). *Politik media dan pertarungan wacana*. LKIS Pelangi Aksara.