

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang pembingkaihan media online yang dilakukan Pressrelease.id mengenai ajang MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis *framing* Robert N. Entman untuk mengidentifikasi *Define Problem, Diagnose Cause, Make Moral Judgement, dan Treatment Recommendation*. Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah isu. Cara pandang seperti itu menentukan fakta apa yang hendak diambil, bagian mana yang hendak ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana isi informasi tersebut. Dalam konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, memperkirakan masalah atau sumber masalah, evaluasi dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan (Eriyanto, 2011).

Menurut Entman *framing* terbagi menjadi dua dimensi besar yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah isu. Seleksi isu merupakan aspek yang berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang ditunjukkan oleh wartawan untuk ditampilkan. Dari proses tersebut, terkandung didalamnya bagian berita yang dimasukkan (*included*), tetapi ada juga berita yang dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, atau dengan kata lain wartawan hanya menampilkan aspek tertentu dari sebuah isu/peristiwa. Sedangkan penonjolan isu merupakan aspek yang berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari isu tertentu dari suatu peristiwa, maka bagaimana peristiwa tersebut akan ditulis. Hal tersebut akan berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak. Seleksi berita dalam penelitian ini juga mempertimbangkan dari kualitas berita, isi berita, bentuk berita, maupun *Press Release* dari ajang MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika.

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

Kontan merupakan media massa yang berafiliasi pada ekonomi dan bisnis. Berdiri di bawah naungan PT Grahanusa Mediatama, *Kontan* merupakan salah satu anak bisnis Kompas Gramedia Group. Melansir data *company* profil *Kontan*, lahirnya *Kontan* diawali dengan terbitnya tabloid *Kontan* pada 1996 yang terbit satu kali dalam seminggu untuk menyajikan informasi seputar dunia bisnis dan investasi. Pada Desember 2004, *Kontan* berekspansi dan memperluas sayapnya dengan menerbitkan tabloid edisi khusus yang berisi ulasan topik-topik khusus seputar bisnis dan investasi yang diterbitkan sebulan sekali. Selang tiga tahun, *Kontan* mendapatkan respon positif dari pembaca dan permintaannya terus meningkat. Akhirnya, *Kontan* memutuskan untuk merilis *Harian Kontan* pada 26 September 2007. Tidak berhenti di situ, pada 2008 *Kontan* kembali bertransformasi mendalami jejak digital. *Kontan* memuat produk cetak *Harian Kontan*, *Tabloid*, dan *Edisi Khusus* dalam bentuk *e-paper* dalam bentuk halaman *website*. Transformasi digital media ekonomi di bawah naungan Kompas Gramedia Grup itu terus berkembang hingga meluncurkan portal berita *online*, yakni www.Pressrelease.id. Selain melalui *website*, produk digital *Kontan* juga dapat dinikmati pada aplikasi *mobile* (Kontan, 2019).

Kontan merupakan media massa dibawah naungan grup PT Grahanusa Mediatama Dengan nama redaksi yaitu KONTAN. *Kontan* bertempat di alamat Gedung KONTAN, Jl. Kebayoran Lama No. 1119, Jakarta 12210. *Kontan* termasuk dalam bidang usaha industri media. Portal media *online* *kontan* dapat diakses melalui *website* www.Pressrelease.id. *Kontan* memiliki tagline agar bisa dikenal oleh masyarakat yaitu “Berdayakan Ekonomi Indonesia”. Media sosial yang dimiliki *Kontan* yaitu *Youtube*: KONTAN TV, *Instagram*: Kontannews, *Facebook*: Pressrelease.id dan *Twitter*: KontanNews (Kontan, 2019).

Struktur organisasi harian *Kontan* dengan Direktur bernama Lukas Widjaja. Pemimpin Redaksi bernama Ardian Taufik Gesuri. Redaktur Eksekutif bernama Barly Haliem Noe. Wakil Redaktur Eksekutif bernama Titis Nurdiana. Redaktur Pelaksana Kompartemen Investasi Bernama Harris Hadinata. Editor Investasi berisikan Anna Suci Perwita, Avanty Nurdiana dan Sanny Cicilia. Senior Reporter Investasi berisikan Dityasa Hanin F. dan

Daniellisa P. Sekretaris Redaksi diisi oleh Pipih Nurtapia. HR/ GA dipimpin oleh Margaretha Matasa (Kontan, 2019).

Berdasarkan data yang diperoleh dari sekretariat redaksi Kontan, visi dan misi *Kontan* yaitu (Kontan, 2019). Kontan memiliki visi “Menjadi perusahaan nomor satu dan terdepan dalam menyampaikan berita dan terintegrasi, data, dan portal riset di bidang bisnis dan ekonomi”. Misi redaksi kontan adalah Mendorong pemerintahan yang profesional dan bersih, Menciptakan praktik ekonomi modern, bersih, dan bermartabat, Turut meningkatkan tingkat melek (literasi) ekonomi, finansial, dan investasi masyarakat, Menyebarkan dan memupuk jiwa wirausaha, Meningkatkan kualitas SDM Indonesia dan Mengembangkan bisnis media dan non-media untuk meraih keuntungan yang optimal bagi *shareholder* dan karyawan.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menurut pandangan konstruktivis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas tetapi ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas sesuai dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Berita bukan refleksi dari realitas, ia hanyalah konstruksi dari realitas. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Media secara aktif mendefinisikan realitas yang sudah dikonstruksi, sehingga membentuk apa yang baik, apa yang sesuai, dan apa yang menyimpang. Dengan kata lain media memiliki pola khusus yang memiliki muatan ideologis dalam penyampaian pesan dengan membawa maksud tertentu (Eriyanto, 2011).

Meskipun media massa biasanya tidak secara sengaja merencanakan untuk menyebarkan ideologi, pada praktiknya sebagian besar konten media (dari semua jenis) melakukannya secara implisit dengan secara selektif menekankan nilai dan norma tertentu. Tak terkecuali media online yang memiliki keunggulan dalam kecepatan untuk mengupdate berita dibandingkan media konvensional. Tidak mengherankan jika kita setiap hari secara terus-menerus menyaksikan peristiwa yang sama namun diperlakukan secara berbeda oleh media. Ada peristiwa yang diberitakan, ada peristiwa

yang tidak diberitakan. Ada yang menganggap penting, tetapi ada juga yang menganggap bukan sebagai berita. Ada peristiwa yang dimaknai secara berbeda, dengan wawancara dan orang yang berbeda, dengan titik perhatian yang berbeda, semua kenyataan ini menyadarkan kita betapa subjektifnya media (McQuail, 2011).

Salah satu pemberitaan yang dikonstruksi oleh media adalah tentang ajang MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika. MotoGP di Sirkuit Mandalika telah sukses dilaksanakan dengan baik dan berhasil menjual 60.000 tiket masuk, hal ini dapat terjadi sebab umumnya dalam melaksanakan suatu acara ada berbagai divisi yang memiliki tugas nya masing-masing agar suatu kegiatan bisa berjalan dengan lancar. Dalam sebuah *event* pihak yang paling memegang peranan besar merupakan divisi PR (*Public Relation*) atau biasa disebut divisi Humas (Hubungan masyarakat).

Ada banyak cara yang bisa dilakukan divisi humas dalam mempublikasi sebuah acara antara lain seminar, pameran, *workshop*, maupun bazar media cetak maupun media elektronik seperti tv, radio, maupun media *online*. Publikasi oleh media tersebut pasti berpengaruh pada keberhasilan kegiatan tersebut, *public relation* hendaknya memilah kata sebelum akhirnya Press Release yang dituliskan nya diterbitkan (Sitepu, 2011). Dalam hal ini *Pressrelease.id* merupakan salah satu media yang memberitakan Press Release oleh Mandalika Grand Prix Assosiation (MGPA). Masing-masing media pasti memiliki *framing* atau cara pandang masing-masing dalam setiap berita yang telah dituliskannya. Hal inilah yang menarik untuk diteliti karena bagaimana Press Release tersebut dipublikasi oleh media yang tentu di framing oleh media itu sendiri dan akan mempengaruhi bagaimana persepsi masyarakat terhadap kelangsungan kegiatan MotoGP tersebut pada saat dilaksanakan. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk melihat bagaimana *framing* dari media *Pressrelease.id* dalam memberitakan *Press Release* mengenai ajang MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika.

Press Release ajang MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika di *Pressrelease.id* pada edisi Februari-Maret 2022 sebanyak 18 berita/ *Press Release*. *Press Release* tersebut antara lain:

Tabel 4.1 Press Release pemberitaan ajang MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika

Tanggal Berita	Judul Berita
7 Februari 2022	MotoGP Official Test 2022, 24 Pembalap Siap Coba Aspal Pertamina Mandalika Circuit
8 Februari 2022	Mandalika MotoGP Official Test 2022, 338 Marshal Lokal Siap Bertugas
9 Februari 2022	ITDC Ajukan PK ke-2 Dalam Sengketa Lahan Hotel di Mandalika
11 Februari 2022	Mandalika MotoGP Official Test 2022 Siap Digelar
12 Februari 2022	Sejumlah Pembalap Tiba di di Mandalika, Tes Sirkuit dan Jaringan Telekomunikasi
13 Februari 2022	FIM, Dorna dan ITDC Group Gerak Cepat Benahi Track Pertamina Mandalika International
1 Maret 2022	J&T ExPress Jadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series
8 Maret 2022	Masih Tersedia Tiket Hari Ketiga Nonton MotoGP Mandalika di tiket.com
9 Maret 2022	Tiket MotoGP 2022 Mandalika Berbagai Kategori di Tiketapasaja.com Terjual Habis
11 Maret 2022	Indosat Ooredoo Hutchison Dukung Pemberdayaan Komunitas Berkelanjutan di Mandalika
13 Maret 2022	Geber AllNew R15 Connected Dalam Euforia bLU cRU Fun Riding Road to Mandalika di Bali
14 Maret 2022	Festival Jajanan Bango Mandalika 2022 Angkat Kekayaan & Kelezatan Kuliner Legendaris
18 Maret 2022	Dukung Kebangkitan Pariwisata Lokal, GoTo Berpartisipasi di Mandalika GP Series 2022
18 Maret 2022	Telkomsel Dukung Keseruan MotoGP 2022 Mandalika, Hadirkan Ragam Layanan Gaya Hidup
18 Maret 2022	Telkomsel Gelar Showcase Telkomsel 5G Experience di Ajang MotoGP 2022 Mandalika
21 Maret 2022	Festival Jajanan Bango Mandalika 2022 Sukses Puaskan Selera Ribuan Pecinta Kuliner
23 Maret 2022	GoTo Dukung Kebangkitan Pariwisata untuk

Tanggal Berita	Judul Berita
	Pemulihan Ekonomi lewat Mandalika GP Series
23 Maret 2022	Trafik Layanan Broadband Tumbuh 96 Persen Selama Gelaran MotoGP 2022 Mandalika

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Dari 18 berita tersebut peneliti telah menentukan 5 judul berita yang dirasa paling relevan dan paling menonjol dari segi framing dan segi agenda setting.

Tabel 4.2 Frame berita dan narasumber berita

Tanggal Berita	Judul	Isi Berita	Narasumber
7 Februari 2022	MotoGP Official Test 2022, 24 Pembalap Siap Coba Aspal Pertamina Mandalika Circuit	Sebanyak 24 pembalap dari 12 tim balap MotoGP dipastikan siap tampil di Pertamina Mandalika Circuit, Lombok, NTB. MotoGP Official Test di Pertamina Mandalika Circuit terdiri dari sesi test dan latihan. Seluruh pembalap ini akan mengikuti MotoGP Official Test yang dijadwalkan mulai pukul 10.00–17.45 WITA untuk sesi test, kemudian akan dilanjutkan dengan sesi latihan pembalap selama 15 menit hingga pukul 18.00 WITA.	Direktur Utama Mandalika Grand Prix Assosiation (MGPA), Priandhi Satria
1 Maret 2022	J&T ExPress Jadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series	J&T ExPress menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dan mengajak menyaksikan langsung pembalap kelas dunia berlaga di arena balap yaitu Pertamina Mandalika International Street Circuit di Lombok, NTB 18-20 Maret 2022	Brand Manager J&T ExPress, Herline Septia

Tanggal Berita	Judul	Isi Berita	Narasumber
		mendatang. J&T ExPress mengadakan brand activation bertajuk #MotoGPbarengJNT yang merupakan program interaksi berhadiah nonton langsung MotoGP Mandalika 2022 secara eksklusif melalui social media Instagram resmi @jntexPressid.	
9 Maret 2022	Tiket MotoGP 2022 Mandalika Berbagai Kategori di Tiketapasaja.com Terjual Habis	Melon Indonesia, melalui platform Tiketapasaja.com, sebagai distributor tiket MotoGP 2022 Mandalika, mencatat rekor penjualan tiket MotoGP 2022 Mandalika yang terjadi selama 2 bulan terakhir di www.tiketapasaja.com . Penjualan tiket MotoGP di Tiketapasaja.com di beberapa kategori malah habis terjual.	Vice President Digital Business Development Melon Indonesia, Samuel May Ratifil
21 Maret 2022	Festival Jajanan Bango Mandalika 2022 Sukses Puaskan Selera Ribuan Pecinta Kuliner	Kesuksesan Festival Jajanan Bango (FJB) 2022 Mandalika di area Pantai Kuta Mandalika, selama 18 – 20 Maret 2022. Dalam rangka memeriahkan perhelatan kebanggaan negara, Moto GP Mandalika 2022, dengan kekayaan kulinernya. Festival Jajanan Bango berkomitmen memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner.	Head of Foods & Beverages PT Unilever Indonesia, Tbk., Ari Astuti.

Tanggal Berita	Judul	Isi Berita	Narasumber
23 Maret 2022	GoTo Dukung Kebangkitan Pariwisata untuk Pemulihan Ekonomi lewat Mandalika GP Series	GoTo, ekosistem digital terbesar di Indonesia yang menaungi Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial, mendukung ajang balap motor bergengsi internasional, Mandalika GP Series 2022, yang termasuk dalam kalender balap MotoGP musim 2022. Kehadiran GoTo di ajang ini merupakan bentuk dukungan atas upaya pemulihan perekonomian nasional pemerintah melalui kebangkitan sektor pariwisata lokal dengan multiplier effect bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB).	Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Salahuddin Uno

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

4.2.1 Berita 1

Analisis *Framing* pada Pressrelease.id Tanggal 7 Februari 2022

Judul: MotoGP Official Test 2022, 24 Pembalap Siap Coba Aspal Pertamina Mandalika Circuit

Setelah Sepang, MotoGP Official Test akan berlangsung di Pertamina Mandalika Circuit pada 11-13 Februari 2022 mendatang. Sebanyak 24 pembalap dari 12 tim balap MotoGP dipastikan siap tampil di Pertamina Mandalika Circuit, Lombok, NTB yang dikelola oleh PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero)/Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), BUMN Pengelola Kawasan Ekonomi Khusus (KEK Mandalika)/The Mandalika bersama dengan Mandalika Grand Prix Association (MGPA) selaku bagian dari ITDC Group. Kepastian ini diperoleh dari International Road racing Team Association/ Asosiasi Tim

Balap Internasional (IRTA).

Di antara ke-24 pembalap yang dipastikan hadir tersebut, terdapat sejumlah nama pembalap MotoGP terbaik seperti Juara MotoGP 2021 Fabio Quartararo dari Monster Energy Yamaha MotoGP, Marc Marquez dari Repsol Honda Team Francesco Bagnaia dan Jack Miller dari Ducati Lenovo Team, Joan Mir dari Team Suzuki Ecstar, Johan Zarco dari Pramac Racing, hingga Brad Binder dari Red Bull KTM Factory Racing. 7 pembalap ini merupakan pembalap dengan 7 poin tertinggi selama musim MotoGP 2021 lalu.

MotoGP Official Test di Pertamina Mandalika Circuit terdiri dari sesi test dan latihan selama tiga hari. Seluruh pembalap ini akan mengikuti MotoGP Official Test yang dijadwalkan mulai pukul 10.00 – 17.45 WITA untuk sesi test, kemudian akan dilanjutkan dengan sesi latihan oleh para pembalap selama 15 menit hingga pukul 18.00 WITA.

Menurut Direktur Utama MGPA Priandhi Satria menuturkan, Kami sangat antusias dalam menyambut 24 pembalap yang akan mencoba lintasan Pertamina Mandalika Circuit di 11-13 Februari mendatang. Apalagi terdapat nama-nama pembalap terbaik MotoGP diantara 24 pembalap yang hadir tersebut. Seperti yang kita ketahui bersama, mayoritas masyarakat Indonesia adalah pecinta motor sehingga, MotoGP Official Test ini adalah momen yang sangat kami tunggu-tunggu.

Selain itu, Pertamina Mandalika Circuit merupakan sirkuit baru yang belum dikenal oleh pembalap MotoGP. Sehingga official test ini sangat penting bagi pembalap dan kru tim untuk mengenal karakteristik sirkuit ini sebelum sesi race di Pertamina Mandalika Circuit pada Maret mendatang. Kami berharap semua pembalap dan kru tim memaksimalkan official test ini dan mendapatkan pengalaman yang terbaik dengan sirkuit kami.

Selama official test berlangsung, para pembalap beserta kru akan mengikuti kebijakan skema travel bubble, artinya mereka akan berkegiatan pada wilayah yang dibatasi dengan durasi waktu yang ditentukan. Skema travel bubble ini juga sudah dikoordinasikan oleh pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan dan Tim Satuan Tugas (Satgas) Penanganan COVID-19 dan akan dipantau secara ketat. Para pembalap beserta kru juga akan menjalankan tes PCR 2x24 jam secara berkala sebelum diputuskan dapat berkegiatan di area Sirkuit atau tidak.

Kami berupaya untuk tetap melaksanakan kegiatan ini dengan baik tanpa melanggar ketentuan-ketentuan yang sudah diatur oleh pemerintah Indonesia untuk mencegah kemungkinan transmisi penyebaran COVID-19 di negeri kita ini. Kami berharap semua berjalan lancar dan kita semakin siap dalam menggelar race MotoGP pada Maret 2022 mendatang.

Sumber : (Sayekti, 2022)

Pemberitaan yang diangkat oleh Pressrelease.id ini berisikan bahwa kesiapan 24 pembalap dari 12 tim balap MotoGP di Sirkuit Mandalika, Lombok, NTB. Hal ini berlandaskan atas pernyataan dari Direktur Utama Mandalika Grand Prix Assosiation (MGPA), Priandhi Satria yang menyebutkan bahwa 24 pembalap akan melakukan uji coba lintasan Sirkuit Mandalika pada 11-13 Februari 2022 yang tentu merupakan momentum yang paling ditunggu-tunggu oleh masyarakat Indonesia.

Kedatangan 24 pembalap dari 12 tim balap MotoGP ke Indonesia merupakan momen yang sangat dinantikan oleh masyarakat Indonesia. Sebelum melaksanakan sesi *race* para pembalap akan melakukan *official test* berupa sesi test dan latihan. Selama *official test*, para pembalap dan kru wajib mengikuti kebijakan *travel bubble* yaitu mereka akan berkegiatan pada wilayah yang dibatasi dengan durasi waktu yang ditentukan. Hal ini pun sejalan dengan strategi pemerinta untuk meningkatkan sektor pariwisata untuk meingkatkan kunjungan wisatawan asing.

Tabel 4.3 Perangkat Framing Berita “MotoGP Official Test 2022, 24 Pembalap Siap Coba Aspal Pertamina Mandalika Circuit”

<i>Define Problem</i>	Kedatangan 24 pembalap dari 12 tim balap MotoGP ke Indonesia.
<i>Diagnose Cause</i>	Menyambut <i>event</i> MotoGP di Pertamina Mandalika Circuit setelah <i>race</i> di Sirkuit Internasional Sepang.
<i>Make Moral Judgement</i>	Kehadiran para pembalap dan kru yang nantinya akan melakukan <i>official test</i> mengikuti kebijakan

	skema <i>travel bubble</i>
<i>Treatment Recommendation</i>	Skema <i>travel bubble</i> sesuai dengan koordinasi pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan dan Tim Satuan Tugas Penanganan COVID-19.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

1) *Define Problem.*

Framing yang dikembangkan oleh Pressrelease.id dalam berita ini yaitu antusiasme masyarakat dan pemerintah Indonesia menyambut kedatangan 24 pembalap dari 12 tim balap MotoGP untuk melaksanakan *race* MotoGP di Pertamina Mandalika Circuit pada Maret mendatang. Kedatangan pembalap-pembalap ternama MotoGP itu menjadi kebar gembira bagi penggemar MotoGP di NTB. Besar harapan agar 24 pembalap yang hadir dapat menikmati waktu balap selama di Sirkuit Mandalika. Sebagaimana dalam berita:

“Di antara ke-24 pembalap yang dipastikan hadir tersebut, terdapat sejumlah nama pembalap MotoGP terbaik seperti Juara MotoGP 2021 Fabio Quartararo dari Monster Energy Yamaha MotoGP, Marc Marquez dari Repsol Honda Team Fransesco Bagnaia dan Jack Miller dari Ducati Lenovo Team, Joan Mir dari Team Suzuki Ecstar, Johan Zarco dari Pramac Racing, hingga Brad Binder dari Red Bull KTM Factory Racing. 7 pembalap ini merupakan pembalap dengan 7 poin tertinggi selama musim MotoGP 2021 lalu.”

2) *Diagnose Cause.*

Dalam berita yang disajikan oleh Pressrelease.id yaitu menyambut *event* MotoGP yang akan dilakukan di Pertamina Mandalika Circuit setelah *race* di Sirkuit Internasional Sepang. Para pembalap nantinya akan mencoba lintasan Pertamina Mandalika Circuit pada 11-13 Februari mendatang. Percobaan ini dilakukan karena Pertamina Mandalika Circuit merupakan sirkuit baru yang belum dikenal oleh pembalap MotoGP sehingga dengan harapan para pembalap mampu memaksimalkan *official test*. Banyak

persiapan yang dilakukan di sirkuit mandalika menjelang MotoGP 2022. Saran-prasarana pun tak luput dari persiapan hingga dipastikan akan maksimal menjelang race pada Maret mendatang. Sebagaimana dalam berita:

“Berdasarkan pemaparan dari Direktur Utama MGPA Priandhi Satria yaitu MGPA sangat antusias dalam menyambut 24 pembalap yang akan mencoba lintasan Pertamina Mandalika Circuit di 11-13 Februari mendatang. Apalagi terdapat nama-nama pembalap terbaik MotoGP diantara 24 pembalap yang hadir tersebut. Seperti yang kita ketahui bersama, mayoritas masyarakat Indonesia adalah pecinta motor sehingga, MotoGP Official Test ini adalah momen yang sangat kami tunggu-tunggu”

Dalam pemberitaan ini Sirkuit yang bernama resmi Pertamina Mandalika International Street Circuit ini dibangun sebagai salah satu tuan rumah berbagai ajang balap kelas dunia. Sebelumnya sirkuit internasional tersebut digunakan untuk *event* Superbike WSBK 2021. Kini, Sirkuit Internasional Mandalika siap digunakan untuk ajang balap motor bergengsi dunia, MotoGP. Sirkuit Internasional Mandalika merupakan salah satu sirkuit MotoGP dengan tingkat kesulitan di atas rata-rata. Hal ini dinilai dari lintasan yang memiliki tikungan cepat dan menarik.

“Selain itu, Pertamina Mandalika Circuit merupakan sirkuit baru yang belum dikenal oleh pembalap MotoGP. Sehingga official test ini sangat penting bagi pembalap dan kru tim untuk mengenal karakteristik sirkuit ini sebelum sesi race di Pertamina Mandalika Circuit pada Maret mendatang. Kami berharap semua pembalap dan kru tim memaksimalkan official test ini dan mendapatkan pengalaman yang terbaik dengan sirkuit kami”

3) *Make Moral Judgement.*

Moral judgement yang ditonjolkan untuk mempertegas permasalahan dalam pemberitaan ini adalah kehadiran para pembalap dan kru yang nantinya akan melakukan *official test* mengikuti kebijakan skema *travel bubble*. *Travel bubble* merupakan sebuah konsep yang dikenal sebagai respon terhadap pembatasan perjalanan internasional di tengah pandemi (Sugihamretha, 2020: 127). Skema *travel bubble* dalam ajang MotoGP yaitu mereka hanya berkegiatan pada wilayah terbatas dan durasi waktu

ditentukan. Dengan situasi dan kondisi yang masih dalam masa pasca pemulihan pandemi COVID-19, para pembalap beserta kru akan menjalankan tes PCR 2x24 jam secara berkala sebelum diputuskan dapat berkegiatan di area sirkuit atau tidak. Hal tersebut dimaksudkan agar ajang MotoGP dapat terlaksana dengan baik dan lancar tanpa merugikan pihak lain. Sebagaimana dalam berita:

“Selama official test berlangsung, para pembalap beserta kru akan mengikuti kebijakan skema travel bubble, artinya mereka akan berkegiatan pada wilayah yang dibatasi dengan durasi waktu yang ditentukan. Skema travel bubble ini juga sudah dikoordinasikan oleh pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan dan Tim Satuan Tugas (Satgas) Penanganan COVID-19 dan akan dipantau secara ketat. Para pembalap beserta kru juga akan menjalankan tes PCR 2x24 jam secara berkala sebelum diputuskan dapat berkegiatan di area Sirkuit atau tidak.”

4) Treatment Recommendation.

Pressrelease.id merekomendasikan harus ada upaya dari pemerintah Indonesia dengan Kementerian Kesehatan dan juga Tim Satuan Tugas Penanganan COVID-19 sebagai bentuk koordinasi dengan Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) untuk mencegah penyebaran virus COVID-19. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dan panitia penyelenggara event MotoGP yaitu dengan skema *travel bubble*. Upaya ini untuk mencegah kemungkinan transmisi penyebaran COVID-19. Demi kelancaran MotoGP Indonesia, panitia penyelenggara telah membuat skema *travel bubble* terkait protokol kesehatan untuk seluruh peserta dan penonton. Skema *travel bubble* tersebut berlaku untuk pelaku perjalanan luar negeri (PPLN) baik pebalap, tim pendukung, dan penonton MotoGP 2022. Besar harapan agar acara MotoGP ini dapat berjalan lancar tanpa melanggar ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia. Sebagaimana dalam berita:

“Pemerintah dan panitia penyelenggara akan terus berupaya untuk tetap melaksanakan kegiatan ini dengan baik tanpa melanggar ketentuan-ketentuan yang sudah diatur oleh pemerintah Indonesia untuk mencegah kemungkinan transmisi penyebaran COVID-19 di negeri kita ini. Kami

berharap semua berjalan lancar dan kita semakin siap dalam menggelar race MotoGP pada Maret 2022 mendatang”

Kontan.co id. secara spesifik mengangkat isu kedatangan 24 pembalap ke Indonesia untuk melakukan *official test* di Sirkuit Mandalika. Hal ini terlihat dari permasalahan dan judul dari *perss release* tersebut. Press release ini juga menjabarkan kegiatan apa saja yang akan dilakukan sela *official test* yaitu sesi test dan sesi latihan. Dalam wawancara bersama Direktur Utama MGPA (Priandhi Satria) tim MGPA menyambut dengan senang dan antusias para pembalap begitu juga para masyarakat Indonesia. Harapan Priandhi juga dalam sesi wawancara agar para pembalap memaksimalkan *official test* karena Sirkuit Mandalika merupakan sirkuit baru sehingga pembalap dan para kru dapat mengenal karakteristik sirkuit. Kedatangan para pembalap dan tim sudah mengikuti skema *travel bubble* yang sudah disiapkan oleh Pemerintah Indonesia hal tersebut untuk mencegah transmisi penyebaran Covid-19. Pressrelease.id juga membuat agenda khalayak dalam pemberitaannya dengan memilihkan isu yang dianggap penting, mendefinisikan masalah dan memberikan solusi masalah tersebut kepada khalayak. Berdasarkan agenda *setting* media dimensi *visibility*, berita MotoGP ini dianggap berita yang aktual terbaru dan dianggap mengandung konten yang informatif bagi masyarakat maupun bagi penggemar MotoGP sehingga mudah untuk ditonjolkan dan menarik perhatian publik. Salah satu konten informasi yang dimuat oleh media kontan mengenai kedatangan dan kesiapan 24 pembalap dalam *race* MotoGP.

4.2.2 Berita 2

Analisis *Framing* pada Pressrelease.id Tanggal 1 Maret 2022

Judul : J&T ExPress Jadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series

Indonesia menjadi tuan rumah pada seri kedua rangkaian MotoGP 2022, sebagai jasa pengiriman berskala internasional, J&T ExPress resmi menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dan turut mendukung kemeriahan ajang balap motor paling bergengsi ini dengan mengajak masyarakat menyaksikan secara langsung para pembalap kelas dunia berlaga di arena balap yaitu Pertamina Mandalika International Street Circuit di Lombok, Nusa Tenggara Barat pada 18-20 Maret 2022

mendatang.

J&T ExPress mendukung berbagai jenis olahraga termasuk MotoGP Mandalika 2022 sebagai salah satu jenis kejuaraan balap motor terbesar dunia serta menyemarakkan semangat kepada para pecinta MotoGP. Dalam momen ini, sekaligus mengenalkan pengunjung lokal maupun dari mancanegara dengan brand jasa pengiriman J&T ExPress yang menjangkau hingga seluruh wilayah Indonesia, bahkan telah hadir di 11 negara tersebar di Asia tenggara, China, Timur Tengah dan Amerika Latin.

Jelang waktu perhelatan MotoGP Mandalika 2022 ini, J&T ExPress mengadakan brand activation bertajuk #MotoGPbarengJNT yang merupakan program interaksi berhadiah nonton langsung MotoGP Mandalika 2022 secara eksklusif melalui social media Instagram resmi @jntexPressid.

Program ini bertujuan untuk berbagi kesempatan kepada masyarakat yang ingin menonton langsung ke arena balap dengan mendapatkan tiket MotoGP Mandalika 2022 beserta akomodasi pulang-pergi eksklusif untuk 5 orang pemenang. Giveaway yang sedang berlangsung ini dapat diikuti mulai 1-7 Maret 2022 dengan detail informasi yang dapat diakses melalui website resmi J&T ExPress www.jet.co.id.

Herline menambahkan bahwa kondisi pandemi menjadi perhatian dan memastikan pemenang giveaway J&T ExPress yang beruntung wajib memenuhi protokol kesehatan. “Para pemenang yang nantinya terpilih nonton #MotoGPbarengJNT akan dipastikan semua memenuhi persyaratan sesuai ketentuan yang berlaku. Komitmen terhadap protokol kesehatan juga diterapkan pada operasional kami, untuk menjaga keamanan bersama.

Hadirnya J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 ini antara lain mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di kasawan tersebut serta diharapkan dapat mendorong peningkatan pengiriman khususnya wilayah Lombok dengan beberapa layanan baru yaitu J&T Super dan J&T International Standard ExPress, hingga saat ini rata-rata pengiriman J&T ExPress mencapai 3 juta paket per hari.

Sumber : (Perssrelease.id, 2022)

Pemberitaan yang diangkat oleh Pressrelease.id ini berisikan bahwa J&T ExPress menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dan mengajak menyaksikan langsung pembalap kelas dunia berlaga di arena balap yaitu Pertamina Mandalika International Street Circuit di Lombok, NTB 18-20 Maret 2022 mendatang. J&T ExPress mengadakan brand activation bertajuk #MotoGPbarengJNT yang merupakan program interaksi berhadiah nonton langsung MotoGP Mandalika 2022 secara eksklusif melalui social media Instagram resmi @jntexPressid. Program yang diadakan oleh J&T ExPress bertujuan untuk berbagi kesempatan kepada masyarakat Indonesia yang ingin menonton secara langsung ke Pertamina Mandalika Circuit dengan mendapatkan tiket MotoGP. Pemenang *giveaway* J&T ExPress wajib memenuhi protokol kesehatan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan.

Tabel 4.4 Perangkat Framing Berita “J&T ExPress Jadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series”

<i>Define Problem</i>	J&T ExPress menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022
<i>Diagnose Cause</i>	Mengenalkan pengunjung lokal maupun dari mancanegara dengan brand jasa pengiriman J&T ExPress yang menjangkau hingga seluruh wilayah Indonesia.
<i>Make Moral Judgement</i>	Dukungan J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dengan brand jasa pengiriman.
<i>Treatment Recommendation</i>	J&T ExPress mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di kawasan tersebut serta mendorong peningkatan pengiriman

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

1) *Define Problem.*

Framing yang dikembangkan oleh Pressrelease.id dalam berita ini yaitu keikutsertaan J&T ExPress dalam ajang MotoGP 2022. J&T ExPress resmi menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dan turut mendukung kemeriahan ajang balap motor paling bergengsi ini dengan mengajak masyarakat menyaksikan secara langsung para pembalap kelas dunia berlaga di arena balap yaitu Pertamina Mandalika International Street Circuit di Lombok, Nusa Tenggara Barat pada 18-20 Maret 2022 mendatang. J&T ExPress dalam MotoGP 2022 juga demi mendukung pertumbuhan ekonomi setempat lewat pemanfaatan layanan pengiriman. Jadi dalam ajang kompetisi olahraga balap motor berskala internasional ini merupakan momen yang pas untuk mengenalkan *brand* jasa pengiriman berskala global kepada pengunjung lokal maupun mancanegara. Sebagaimana dalam berita:

“Indonesia menjadi tuan rumah pada seri kedua rangkaian MotoGP 2022, sebagai jasa pengiriman berskala internasional, J&T ExPress resmi menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dan turut mendukung kemeriahan ajang balap motor paling bergengsi ini dengan mengajak masyarakat menyaksikan secara langsung para pembalap kelas dunia berlaga di arena balap yaitu Pertamina Mandalika International Street Circuit di Lombok, Nusa Tenggara Barat pada 18-20 Maret 2022 mendatang.”

2) Diagnose Cause.

Dalam berita yang disajikan oleh Pressrelease.id yaitu J&T ExPress mencoba mengenalkan kepada pengunjung lokal maupun dari mancanegara dengan *brand* jasa pengiriman yang ada di Indonesia yaitu J&T ExPress yang menjangkau hingga seluruh wilayah Indonesia. *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi cara dari para merek untuk menjaga loyalitas pelanggan. Upaya ini bisa dilakukan dengan banyak cara. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh perusahaan logistik J&T ExPress yang mengajak masyarakat luas untuk menyaksikan seri MotoGP di Mandalika, Nusa Tenggara Barat. J&T ExPress yang merupakan Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 mengawali kampanyenya ini dengan mengadakan *brand activation* lewat kampanye #MotoGPbarengJNT. Bagi perusahaan, kampanye #MotoGPbarengJNT ditujukan untuk

memperkenalkan atau meningkatkan *brand awareness* melalui pemberian pengalaman yang berkesan. *Brand awareness* adalah kemampuan merek yang muncul di benak konsumen ketika mereka berpikir tentang produk tertentu dan seberapa mudah bahwa produk muncul, *brand awareness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat beli (Hasbun dan Endang, 2016: 4). Selain itu, J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 menjadi perkenalan layanan terbaru yaitu J&T Super dan J&T International Standart ExPress. Sebagaimana dalam berita:

“J&T ExPress mendukung berbagai jenis olahraga termasuk MotoGP Mandalika 2022 sebagai salah satu jenis kejuaraan balap motor terbesar dunia serta menyemarakkan semangat kepada para pecinta MotoGP. Dalam momen ini, sekaligus mengenalkan pengunjung lokal maupun dari mancanegara dengan brand jasa pengiriman J&T ExPress yang menjangkau hingga seluruh wilayah Indonesia, bahkan telah hadir di 11 negara tersebar di Asia tenggara, China, Timur Tengah dan Amerika Latin”

Berdasarkan uraian yang disampaikan oleh Brand Manager J&T ExPress yaitu Herline Septia selain sebagai sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022, J&T ExPress mempunyai target lain yaitu mengenalkan kepada masyarakat bahwa J&T ExPress jasa pengiriman yang sudah menjangkau seluruh wilayah Indonesia maupun luar negeri. Hal itu menjadi suatu hal positif bagi Indonesia memiliki jasa pengiriman seperti J&T ExPress. Hal ini mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pengiriman J&T ExPress.

3) *Make Moral Judgement.*

Moral judgement yang ditonjolkan untuk mempertegas permasalahan dalam pemberitaan ini adalah dukungan J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dengan brand jasa pengiriman. J&T ExPress dalam MotoGP 2022 juga demi mendukung pertumbuhan ekonomi setempat lewat pemanfaatan layanan pengiriman. Jadi dalam ajang kompetisi olahraga balap motor berskala internasional ini merupakan momentum yang pas untuk mengenalkan *brand* jasa pengiriman berskala global kepada pengunjung lokal maupun mancanegara. Menjadikan J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022, J&T

ExPress mempunyai target lain yaitu mengenalkan kepada masyarakat bahwa J&T ExPress jasa pengiriman yang sudah menjangkau seluruh wilayah Indonesia maupun luar negeri. Hal itu menjadi suatu hal positif bagi Indonesia memiliki jasa pengiriman seperti J&T ExPress. Hal ini mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pengiriman J&T ExPress. Sebagaimana dalam berita:

“... J&T ExPress resmi menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 dan turut mendukung kemeriahan ajang balap motor paling bergengsi...”

“J&T ExPress mendukung berbagai jenis olahraga termasuk MotoGP Mandalika 2022 sebagai salah satu jenis kejuaraan balap motor terbesar dunia serta menyemarakkan semangat kepada para pecinta MotoGP. ”

4) *Treatment Recommendation.*

Pressrelease.id merekomendasikan harus ada upaya pemerintah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di kasawan tersebut serta mendorong peningkatan pengiriman. Dengan adanya kontribusi J&T ExPress dalam MotoGP Series 2022 sebagai Official Logistic Sponsor. Perhelatan MotoGP bisa dijadikan sebagai momentum untuk menggaet pasar Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan pariwisata dari wilayah Lombok, Nusa Tenggara Barat. Hadirnya tamu domesik maupun internasional pada saat perhelatan MotoGP 2022 menjadi waktu yang tepat bagi UMKM lokal untuk memperkenalkan diri ke masyarakat dunia. Pengunjung yang datang dari berbagai negara pada umumnya memanfaatkan kesempatan berwisata dan melihat keunikan khas daerah yang menarik untuk dibeli sebagai suvenir maupun kebutuhan saat disana. Kehadiran J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022, antara lain mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di kasawan tersebut. J&T ExPress sebagai perusahaan pengiriman global akan terus berkomitmen untuk terus menciptakan pengalaman yang berkualitas. J&T ExPress diharapkan dapat meningkatkan pengiriman khususnya di wilayah Lombok dengan layanan baru yaitu J&T Super dan J&T International Standard ExPress. Sebagaimana dalam berita:

“Hadirnya J&T ExPress sebagai Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series 2022 ini antara lain mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di kasawan tersebut serta diharapkan dapat mendorong peningkatan pengiriman khususnya wilayah Lombok dengan beberapa layanan baru yaitu J&T Super dan J&T International Standard ExPress, hingga saat ini rata-rata pengiriman J&T ExPress mencapai 3 juta paket per hari.”

Pressrelease.id mengangkat isu bahwa keterlibatan J&T Express yang menjadi Official Logistic Sponsor Mandalika GP Series. Hal ini terlihat dari permasalahan dan judul *press release*. Dalam pemberitaan *press release* ini fokus Kontan terhadap J&T Express sebagai *official logistic sponsor* dan juga ajakan kepada masyarakat untuk menyaksikan secara langsung para pembalap di Sirkuit Mandalika. Hal ini juga menjadi ajang bagi J&T Express mengenalkan pengunjung lokal maupun dari mancanegara dengan brand jasa pengiriman J&T ExPress yang menjangkau hingga seluruh wilayah Indonesia. Ajakan J&T Express untuk menyaksikan langsung MotoGP ternyata bukan hanya sekedar ajakan karena J&T Express mengadakan *giveaway* berupa tiket MotoGP Mandalika 2022 dan akomodasi pulang pergi. Pressrelease.id juga membuat agenda media dalam pemberitaannya dengan memilhkan isu yang dianggap penting, mendefinisikan masalah dan memberikan solusi masalah tersebut kepada khalayak. Berdasarkan agenda media dimensi *audience salience* pada pemberitaan *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika ini berhubungan dengan informasi hal yang menyangkut pelayanan produsen kepada konsumen/publik seperti J&T yang berinteraksi dengan konsumen dengan memberikan hadiah nonton langsung MotoGP Mandalika 2022. Pemberitaan ini dianggap dapat meningkatkan tingkat menonjolnya berita bagi khalayak.

4.2.3 Berita 3

Analisis *Framing* pada Pressrelease.id Tanggal 9 Maret 2022

Judul : Tiket MotoGP 2022 Mandalika Berbagai Kategori di Tiketapasaja.com Terjual Habis

Antusiasme para penggemar olahraga otomotif tanah air benar-benar luar biasa. Event motosport kelas dunia MotoGP 2022 Mandalika yang akan

digelar di Pertamina Mandalika International Street Circuit, Nusa Tenggara Barat pada tanggal 18-20 Maret 2022 banyak diminati penonton yang membeli tiket. Tak hanya tiket kategori harian, tapi Weekend Pass dan Hospitality juga sangat diminati. Dapat dikatakan, semua kategori sudah menjadi incaran mereka.

Melon Indonesia yang merupakan bagian dari anak perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) melalui platform Tiketapasaja.com, sebagai salah satu distributor resmi penjualan tiket MotoGP 2022 Mandalika, mencatat rekor penjualan tiket MotoGP 2022 Mandalika yang terjadi selama dua bulan terakhir ini di www.tiketapasaja.com.

Meski di tengah kebijakan baru pemerintah terkait pengurangan jumlah penonton MotoGP 2022 Mandalika hingga 40% menyusul peningkatan kasus aktif Covid-19 varian Omicron di luar Jawa-Bali, penjualan tiket MotoGP di Tiketapasaja.com di beberapa kategori malah habis terjual.

Tercatat, kategori yang sudah habis terjual di Tiketapasaja.com, yaitu: Hospitality Premiere Class, Hospitality Deluxe Class, dan Weekend Pass Premiere Grandstand Red Zona A.

Penjualan tiket di Tiketapasaja.com selama Februari sangat cepat, karena kami mengeluarkan beberapa promo di bulan itu. Tentunya dengan semangat mewadahi antusiasme para penggemar motosport di seluruh Indonesia.

Selama bulan Februari sampai awal Maret 2022, Tiketapasaja.com mengadakan program penawaran menarik seperti harga spesial hingga 35% selama Bulan Kasih Sayang dan Beli 2 Gratis 1 untuk pemegang kartu debit dan kredit BRI. Sementara yang baru saja selesai digelar adalah promo Sale 3/3, yaitu potongan harga hingga 35% untuk pembelian dari 1-3 Maret 2022.

Program-program menarik tersebut sangat mungkin menjadi alasan masyarakat mencari tiket MotoGP di Tiketapasaja.com. Jadi sebelum kehabisan, segera amankan tiket MotoGP 2022 Mandalika di Tiketapasaja.com.

Sumber : (Pressrelease.id, 2022)

Minat masyarakat Indonesia terhadap olahraga otomotif sangatlah tinggi. Acara MotoGP Series 2022 yang akan diselenggarakan pada 18-20

Maret 2022 di Pertamina Mandalika International Street Circuit banyak diminati penonton yang membeli tiket. Semua kategori tiket menjadi incaran masyarakat diantaranya kategori harian, Hospitality Premiere Class, Hospitality Deluxe Class, dan Weekend Pass Premiere Grandstand Red Zona A. Melon Indonesia, melalui platform Tiketapasaja.com, sebagai distributor tiket MotoGP 2022 Mandalika, mencatat rekor penjualan tiket MotoGP 2022 Mandalika yang terjadi selama 2 bulan terakhir di www.tiketapasaja.com. Penjualan tiket MotoGP di www.tiketapasaja.com di beberapa kategori malah habis terjual.

Tabel 4.5 Perangkat Framing Berita “Tiket MotoGP 2022 Mandalika Berbagai Kategori di Tiketapasaja.com Terjual Habis”

<i>Define Problem</i>	Tiket MotoGP di Tiketapasaja.com di beberapa kategori habis terjual.
<i>Diagnose Cause</i>	Antusiasme para penggemar olahraga otomotif tanah air benar-benar luar biasa yang menyebabkan penjualan tiket habis terjual.
<i>Make Moral Judgement</i>	Promo yang dibuat oleh Tiketapasaja.com menjadi salah satu faktor habisnya semua kategori tiket MotoGP Mandalika 2022
<i>Treatment Recommendation</i>	Penjualan tiket melalui platform lainnya untuk mewedahi antusiasme penggemar MotoGP.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

1) *Define Problem.*

Framing yang dikembangkan oleh Pressrelease.id dalam berita ini yaitu Tiket MotoGP di Tiketapasaja.com di beberapa kategori habis terjual. Diketahui, perhelatan event motosport kelas dunia, MotoGP 2022 Mandalika semakin dekat. Animo masyarakat untuk menyaksikan secara langsung pembalap idola mereka berlaga semakin tinggi. Animo masyarakat yang tinggi inilah yang menyebabkan ribuan tiket MotoGP di Tiketapasaja.com telah terjual habis. Tiketapasaja.com by Melon Indonesia, sebagai salah satu distributor penjualan tiket MotoGP 2022

merasakan peningkatan animo masyarakat yang sangat signifikan dalam membeli tiket tersebut. Ribuan tiket telah terjual habis di Tiketapasaja.com, hingga penjualan ttutup. Sebagaimana dalam berita:

“Tercatat, kategori yang sudah habis terjual di Tiketapasaja.com, yaitu: Hospitality Premiere Class, Hospitality Deluxe Class, dan Weekend Pass Premiere Grandstand Red Zona A.”

2) *Diagnose Cause.*

Dalam berita yang disajikan oleh Pressrelease.id yaitu antusiasme para penggemar olahraga otomotif tanah air yang tinggi ini menyebabkan penjualan tiket habis terjual. Tak hanya tiket kategori harian, tapi *Weekend Pass* dan *Hospitality* juga sangat diminati. Dengan kata lain, semua kategori sudah menjadi incaran para penggemar MotoGP. Walaupun pemerintah telah mengeluarkan kebijakan baru dengan adanya pengurangan jumlah penonton sebanyak 40% tetap tidak menyurutkan antusiasme masyarakat untuk membeli tiket. *Event* motosport kelas dunia MotoGP 2022 Mandalika yang akan digelar di Pertamina Mandalika International Street Circuit, Nusa Tenggara Barat pada tanggal 18-20 Maret 2022 membuat mereka bersemangat memesan tiket. Sebagaimana dalam berita:

“Antusiasme para penggemar olahraga otomotif tanah air benar-benar luar biasa. Event motosport kelas dunia MotoGP 2022 Mandalika yang akan digelar di Pertamina Mandalika International Street Circuit, Nusa Tenggara Barat pada tanggal 18-20 Maret 2022 banyak diminati penonton yang membeli tiket. Tak hanya tiket kategori harian, tapi Weekend Pass dan Hospitality juga sangat diminati. Dapat dikatakan, semua kategori sudah menjadi incaran mereka.”

3) *Make Moral Judgement.*

Moral judgement yang ditonjolkan untuk mempertegas permasalahan dalam pemberitaan ini adalah promo yang dibuat oleh Tiketapasaja.com menjadi salah satu faktor habisnya semua kategori tiket MotoGP Mandalika 2022. Menurut Shinta (2011: 127) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan barang hasil produksi atau jasa dengan tujuan agar konsumen membeli hasil produksinya

atau jasa tersebut. Dengan demikian volume penjualan dapat meningkat, dan juga dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal ini dapat dicapai oleh suatu perusahaan bila promosi yang dijalankan benar-benar tepat sehingga pelaksanaan promosi dapat berhasil seefektif. Melihat adanya antusiasme masyarakat pada minat *event* motosport pihak www.tiketapasaja.com mengeluarkan beberapa promo. Program-program menarik tersebut sangat mungkin menjadi alasan masyarakat mencari tiket MotoGP di Tiketapasaja.com. Alternatif yang bisa dilakukan untuk meningkatkan penjualan tiket event atau pun mempromosikan event salah satu caranya dengan penjualan tiket secara *on the spot* dengan membuka *stand*. Sebagaimana dalam berita:

“Berdasarkan pernyataan dari Vice President Digital Business Development Melon Indonesia yaitu Samuel May Ratifil penjualan tiket di Tiketapasaja.com selama Februari sangat cepat, karena kami mengeluarkan beberapa promo di bulan itu. Tentunya dengan semangat mewadahi antusiasme para penggemar motosport di seluruh Indonesia.”

4) *Treatment Recommendation.*

Pressrelease.id merekomendasikan harus ada penjualan tiket melalui platform lainnya untuk mewadahi antusiasme penggemar MotoGP. Tiket Online (E-Tiket) adalah peluang untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan penonton (Qteishat et al., 2014). E-tiket mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas penonton dan agen perjalanan dalam membuat perubahan-perubahan. Sehingga dapat disimpulkan pengalaman menggunakan internet sangat penting bagi seorang konsumen online. *E-ticketing technique (customer technical support, infrastructure, data security, user-friendliness)* secara positif dan signifikan mampu memprediksi 46% perubahan kepuasan konsumen. Apabila seorang konsumen puas dengan pengalamannya menggunakan internet dan menggunakan (mengkonsumsi) produk atau akan mencari jasa, maka mereka akan mengunjungi kembali *website* yang sama untuk melakukan pembelian ulang. Pembelian kembali berujung pada loyalitas. Sebuah loyalitas atau kesetiaan sering diukur dengan

seberapa sering konsumen mengunjungi penjual dan melakukan pembelian kembali. Sebagaimana dalam berita:

“Selama bulan Februari sampai awal Maret 2022, Tiketapasaja.com mengadakan program penawaran menarik seperti harga spesial hingga 35% selama Bulan Kasih Sayang dan Beli 2 Gratis 1 untuk pemegang kartu debit dan kredit BRI. Sementara yang baru saja selesai digelar adalah promo Sale 3/3, yaitu potongan harga hingga 35% untuk pembelian dari 1-3 Maret 2022.”

Pressrelease.id mengangkat isu secara spesifik bahwa tiket MotoGP 2022 di Tiketapasaja.com di beberapa kategori habis terjual. Hal ini terlihat dari permasalahan dan judul *press release*. Pada *press release* ini menunjukkan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap perhelatan MotoGP yang menyebabkan semua kategori tiket habis terjual di segala *platform*. Ditengah kebijakan pemerintah terkait pengurangan jumlah penonton MotoGP 2022 Mandalika hingga 40% dan peningkatan kasus Covid-19 tidak menyurutkan penggemar untuk menyaksikan MotoGP. Promo yang dikeluarkan oleh pihak Tiketapasaja.com yang menyebabkan penjualan tiket habis. Pressrelease.id juga membuat agenda media dalam pemberitaannya dengan memilihkan isu yang dianggap penting, mendefinisikan masalah dan memberikan solusi masalah tersebut kepada khalayak. Berdasarkan agenda *setting* media dimensi *audience salience*, berita ini sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia saat ini yang sedang gencar-gencarnya menarik wisatawan lokal maupun mancanegara dalam rangka upaya pemulihan kondisi ekonomi dan pariwisata pasca pandemi Covid-19. Hal ini ditandai dengan penjualan tiket MotoGP yang habis terjual di semua kategori. Berdasarkan agenda media dari sisi *valence* pemberitaan *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika pada Pressrelease.id, dapat dilihat dari menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa. Sisi *valence* bisa dilihat pada penggunaan gaya bahasa dan framing teks Pressrelease.id. apakah Pressrelease.id memberitakan dengan nada positif tandanya menyenangkan atau dengan nada negatif berarti tidak menyenangkan. Selain itu, unsur menyenangkan atau tidak menyenangkan pemberitaan juga dapat dilihat dari sisi kedekatan antara pihak yang memberitakan dengan yang diberitakan. Pemberitaan mengenai *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika

bernilai positif, hal ini berdasarkan gaya bahasa yang cocok untuk semua kalangan baik anak-anak, remaja, dewasa, pedagang, ojek online, ibu rumah tangga, pengusaha dan lain lain sehingga lebih banyak publik yang terekspos dan tertarik dengan pemberitaan tersebut.

4.2.4 Berita 4

Analisis *Framing* pada Pressrelease.id Tanggal 21 Maret 2022

Judul : Festival Jajanan Bango Mandalika 2022 Sukses Puaskan Selera Ribuan Pecinta Kuliner

Bertempat di area Pantai Kuta Mandalika, selama 18 – 20 Maret 2022 lalu Festival Jajanan Bango (FJB) 2022 Mandalika telah sukses terselenggara. Festival kuliner akbar persembahkan Bango produksi PT Unilever Indonesia, Tbk. yang berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI ini berhasil memeriahkan perhelatan kebanggaan negara, Moto GP Mandalika 2022, dengan kekayaan kuliner yang semakin melengkapi pesona #WonderfulIndonesia.

Di hari pertama, peresmian FJB Mandalika 2022 dihadiri oleh Muhammad Neil El Himam, M.Sc, Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dan Ari Astuti selaku Head of Foods & Beverages PT Unilever Indonesia, Tbk. Acara diawali dengan tarian tradisional khas Lombok untuk menyambut tim motor FJB Mandalika 2022 yang tiba dari Jakarta membawa aneka hidangan legendaris Indonesia. Selanjutnya, FJB Mandalika 2022 resmi dibuka oleh prosesi pemotongan pita oleh pihak Bango dan Kemenparekraf RI.

Bango senantiasa berkomitmen memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner sebagai mitra kami dalam melestarikan kuliner nusantara, salah satunya lewat pelaksanaan Festival Jajanan Bango. Kami sungguh bangga, berkat kolaborasi yang terjalin dengan baik selama ini dengan Kemenparekraf RI, kami diberikan kepercayaan menjadi Presenting Partner pemerintah untuk memperkenalkan kuliner Indonesia di perhelatan akbar Moto GP Mandalika 2022.

Di FJB Mandalika 2022, sebanyak 34 penjaja kuliner otentik Indonesia, yang terdiri dari 6 penjaja kuliner legendaris dari berbagai wilayah nusantara dan 28 penjaja kuliner lokal khas NTB dibanjiri pengunjung

sepanjang hari (daftar lengkap penjaja kuliner ada terlampir di bagian bawah siaran pers). Dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, para pengunjung terlihat tertib melakukan registrasi hingga pemesanan makanan, yang seluruhnya dilakukan secara online. Mereka juga dapat dengan nyaman menikmati kelezatan aneka kuliner yang ada di dalam area makan yang luas dan berjarak aman.

Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia turut menyambangi FJB Mandalika 2022. Di tengah kunjungannya, Sandiaga menyampaikan bahwa ia berharap acara ini dapat membantu membangkitkan perekonomian serta membuka peluang usaha dan lapangan kerja seluas-luasnya. Ini adalah bentuk gerak bersama membawa berkah. Menurutnya, kegiatan ini dapat menjadi peluang bagi para pelaku UMKM kuliner untuk menghadirkan produk-produk kuliner yang berkualitas.

Alhamdulillah, hingga hari terakhir FJB Mandalika 2022 telah memuaskan selera lebih dari 8.000 pecinta kuliner, baik lokal maupun mancanegara, dan memberikan petualangan kuliner yang berkesan bagi mereka. Kami percaya, acara ini adalah sebuah bentuk diplomasi kuliner yang efektif dalam memperkenalkan dan mengangkat kekayaan kuliner nusantara ke panggung dunia.

Sumber : (Pressrelease, 2022a)

Kesuksesan Festival Jajanan Bango (FJB) 2022 Mandalika di area Pantai Kuta Mandalika, selama 18 – 20 Maret 2022. Dalam rangka memeriahkan perhelatan kebanggaan negara, Moto GP Mandalika 2022, dengan kekayaan kulinernya. Festival Jajanan Bango berkomitmen memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner. FJB Mandalika 2022, sebanyak 34 penjaja kuliner otentik Indonesia, yang terdiri dari 6 penjaja kuliner legendaris dari berbagai wilayah nusantara dan 28 penjaja kuliner lokal khas NTB dibanjiri pengunjung sepanjang hari (daftar lengkap penjaja kuliner ada terlampir di bagian bawah siaran pers). Acara ini dapat membantu membangkitkan perekonomian serta membuka peluang usaha dan lapangan kerja seluas-luasnya.

Tabel 4.6 Perangkat Framing Berita “Festival Jajanan Bango Mandalika 2022 Sukses Puaskan Selera Ribuan Pecinta Kuliner”

<i>Define Problem</i>	Kesuksesan Festival Jajanan Bango (FJB) 2022 Mandalika di area Pantai Kuta Mandalika.
<i>Diagnose Cause</i>	Memeriahkan perhelatan kebanggaan negara, Moto GP Mandalika 2022
<i>Make Moral Judgement</i>	Festival Jajanan Bango (FJB) memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner dengan memuaskan para pecinta kuliner
<i>Treatment Recommendation</i>	Membantu membangkitkan perekonomian serta membuka peluang usaha dan lapangan kerja seluas-luasnya.

1) *Define Problem.*

Framing yang dikembangkan oleh Pressrelease.id dalam berita ini yaitu Kesuksesan Festival Jajanan Bango (FJB) 2022 Mandalika di area Pantai Kuta Mandalika selama 18 – 20 Maret 2022. FJB pun menghadirkan kekayaan kuliner yang semakin melengkapi kekayaan dari kampanye #WonderfulIndonesia. Di FJB Mandalika 2022, sebanyak 34 penjaja kuliner otentik Indonesia, yang terdiri dari 6 penjaja kuliner legendaris dari berbagai wilayah nusantara dan 28 penjaja kuliner lokal khas NTB dibanjiri pengunjung sepanjang hari (daftar lengkap penjaja kuliner ada terlampir di bagian bawah siaran pers). Dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, para pengunjung terlihat tertib melakukan registrasi hingga pemesanan makanan, yang seluruhnya dilakukan secara *online*. Mereka juga dapat dengan nyaman menikmati lezatnya aneka kuliner yang ada di dalam area makan yang luas dan berjarak aman. Sebagaimana dalam berita:

“Berdasarkan penyampaian dari Ari Astuti, hingga hari terakhir FJB Mandalika 2022 telah memuaskan selera lebih dari 8.000 pecinta kuliner, baik lokal maupun mancanegara, dan memberikan petualangan kuliner yang berkesan bagi mereka. Kami percaya, acara ini adalah sebuah bentuk diplomasi kuliner yang efektif dalam memperkenalkan dan mengangkat kekayaan kuliner nusantara ke panggung dunia.”

2) *Diagnose Cause.*

Dalam berita yang disajikan oleh Pressrelease.id yaitu Festival kuliner akbar persembahan Bango produksi PT Unilever Indonesia, Tbk. yang berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI ini berhasil memeriahkan perhelatan kebanggaan negara, Moto GP Mandalika 2022. Bango telah secara konsisten melestarikan dan memajukan kekayaan kuliner Indonesia melalui berbagai program dan aktivitas, salah satunya melalui FJB yang digelar sejak 2005. Melalui festival kuliner yang menghadirkan puluhan penjaja kuliner legendaris dari berbagai wilayah nusantara ini. Bango percaya bahwa FJB dapat menjadi katalisator yang kuat untuk memperkuat komitmen bersama dalam melestarikan warisan kuliner Indonesia. Kebanggaan terhadap kekayaan ragam cita rasa kuliner nusantara pun begitu terasa dari puluhan ribu pencinta kuliner yang selalu memadati FJB. Sebagaimana dalam berita:

“Bertempat di area Pantai Kuta Mandalika, selama 18 – 20 Maret 2022 lalu Festival Jajanan Bango (FJB) 2022 Mandalika telah sukses terselenggara. Festival kuliner akbar persembahan Bango produksi PT Unilever Indonesia, Tbk. yang berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI ini berhasil memeriahkan perhelatan kebanggaan negara, Moto GP Mandalika 2022, dengan kekayaan kuliner yang semakin melengkapi pesona #WonderfulIndonesia. Acara diawali dengan tarian tradisional khas Lombok untuk menyambut tim motor FJB Mandalika 2022 yang tiba dari Jakarta membawa aneka hidangan legendaris Indonesia. Selanjutnya, FJB Mandalika 2022 resmi dibuka oleh prosesi pemotongan pita oleh pihak Bango dan Kemenparekraf RI.”

3) *Make Moral Judgement.*

Moral judgement yang ditonjolkan untuk mempertegas permasalahan dalam pemberitaan ini adalah Festival Jajanan Bango (FJB) memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner dengan memuaskan para pecinta kuliner. Menurut data Focus Economy Outlook 2020, kuliner Indonesia berkontribusi sebesar 41% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Total produk kuliner Indonesia mencapai USD 27,5 miliar per tahunnya. Ini memperlihatkan kontribusi kuliner otentik nusantara ini menjadi bukti ragam kekayaan bangsa Indonesia yang patut dibanggakan dan dirayakan bersama warga dunia, sekaligus salah satu tulang punggung perekonomian kreatif Indonesia. Pemerintah dan Bango memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memajukan kuliner Indonesia menjadi landasan awal bagi kolaborasi ini. Harapannya ini bisa menjadi langkah untuk memperkenalkan dan melestarikan keanekaragaman kuliner Indonesia, tidak hanya di nasional namun dunia. Bango telah secara konsisten melestarikan dan memajukan kekayaan kuliner Indonesia melalui berbagai program dan aktivitas. Salah satunya melalui FJB yang sudah digelar sejak 2005. Sebagaimana dalam berita:

“Bango senantiasa berkomitmen memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner sebagai mitra kami dalam melestarikan kuliner nusantara, salah satunya lewat pelaksanaan Festival Jajanan Bango. Kami sungguh bangga, berkat kolaborasi yang terjalin dengan baik selama ini dengan Kememparekraf RI, kami diberikan kepercayaan menjadi Presenting Partner pemerintah untuk memperkenalkan kuliner Indonesia di perhelatan akbar Moto GP Mandalika 2022.”

“... FJB Mandalika 2022 telah memuaskan selera lebih dari 8.000 pecinta kuliner, baik lokal maupun mancanegara, dan memberikan petualangan kuliner yang berkesan bagi mereka.”

4) *Treatment Recommendation.*

Pressrelease.id merekomendasikan harus ada upaya pemerintah dan masyarakat dalam membantu membangkitkan perekonomian serta membuka peluang usaha dan lapangan kerja seluas-luasnya. Kebanggaan terhadap kekayaan ragam cita rasa kuliner nusantara pun begitu terasa dari puluhan

ribu pencinta kuliner yang selalu memadati FJB di tahun-tahun sebelumnya. Pelaksanaan FJB telah berkolaborasi dengan Kemenparekraf karena dinilai punya peran strategis dalam memperkuat sektor wisata kuliner. Sebagai bentuk upaya pemulihan ekonomi masyarakat tersebut, Kemenparekraf/Baparekraf RI selalu melihat potensi subsektor ekraf yang dapat mendukung hal tersebut. Kuliner Indonesia adalah salah satu sub sektor ekonomi kreatif yang berperan besar pada kebangkitan perekonomian. FJB Mandalika 2022 juga diharapkan mampu membantu para penjaja kuliner – khususnya kuliner lokal dari NTB – untuk semakin dikenal luas, baik di dalam negeri maupun ke kancan dunia. Dengan demikian, acara ini dapat turut mendukung sepak terjang mereka dalam memajukan ekonomi kreatif tanah air. Sebagaimana dalam berita:

“Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia turut menyambangi FJB Mandalika 2022. Di tengah kunjungannya, Sandiaga menyampaikan bahwa ia berharap acara ini dapat membantu membangkitkan perekonomian serta membuka peluang usaha dan lapangan kerja seluas-luasnya. Ini adalah bentuk gerak bersama membawa berkah. Menurut Kemenparekraf kegiatan ini dapat menjadi peluang bagi para pelaku UMKM kuliner untuk menghadirkan produk-produk kuliner yang berkualitas.”

Pressrelease.id mengangkat isu secara spesifik diluar acara balap yaitu Festival Jajanan Bango yang berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dalam rangka memeriahkan MotoGP Mandalika 2022. Hal ini terlihat dari permasalahan dan judul *press release*. Kegiatan yang diadakan di area Pantai Kuta Mandalika sukses terselenggara dengan mengenalkan kekayaan kulinernya. Selain untuk memeriahkan MotoGP Mandalika 2022 Festival Jajanan Bango juga berkomitmen memajukan kuliner Indonesia dengan mempopulerkan dan menyejahterakan penjaja kuliner. Dalam wawancara bersama Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (Sandiaga Uno) kegiatan Festival Jajanan Bango yang diikuti 34 penjaja kuliner dapat menjadi peluang bagi pelaku UMKM kuliner untuk menghadirkan produk-produk kuliner yang berkualitas. Pressrelease.id juga membuat agenda *setting* dalam pemberitaannya dengan memilihkan isu yang

dianggap penting, mendefinisikan masalah dan memberikan solusi masalah tersebut kepada khalayak. Berdasarkan agenda khalayak dimensi *favorability* pada pemberitaan *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika erat hubungannya dengan sponsor yang terlibat didalamnya seperti PT. Unilever dengan Bango melalui Festival Jajanan Bango, publik dibuat senang dengan informasi festival tersebut dan juga para penjaja kuliner yang ikut terlibat dalam festival tersebut.

4.2.5 Berita 5

Analisis *Framing* pada [Pressrelease.id](https://www.pressrelease.id) Tanggal 23 Maret 2022

Judul : GoTo Dukung Kebangkitan Pariwisata untuk Pemulihan Ekonomi lewat Mandalika GP Series

GoTo, ekosistem digital terbesar di Indonesia yang menaungi Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial, mendukung ajang balap motor bergengsi internasional, Mandalika GP Series 2022, yang termasuk dalam kalender balap MotoGP musim 2022. Bekerja sama dengan Mandalika Grand Prix Association (MGPA), bagian dari Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) Group, GoTo menghadirkan berbagai produk dan layanan dalam ekosistemnya pada ajang tersebut.

Kehadiran GoTo di ajang ini merupakan bentuk dukungan atas upaya pemulihan perekonomian nasional pemerintah melalui kebangkitan sektor pariwisata lokal dengan multiplier effect bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Hal ini sejalan dengan upaya GoTo sebagai salah satu kontributor utama digital ekonomi di Indonesia dalam mendorong UMKM untuk semakin berkembang melalui ekosistemnya yang komprehensif.

Beberapa inisiatif GoTo dalam rangkaian pelaksanaan Mandalika GP Series 2022 adalah:

Mendekatkan UMKM lokal terbaik dengan pengunjung. Melalui kerja sama GoTo dengan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), para UMKM setempat dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dengan menjadi mitra merchant GoFood dan GoPay. Kolaborasi ini juga menghadirkan produk-produk UMKM Tokopedia dan Gojek di sektor kuliner.

Memberi kemudahan pembayaran nontunai lewat QRIS dari GoPay di food

truck. Melalui kemitraan strategis dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), sejumlah food truck hadir di Pantai Kuta Mandalika, dilengkapi promo menarik GoPay dengan cashback 40% yang mempermudah pengunjung mendapatkan kuliner nusantara terbaik di area Mandalika.

Memberikan akses pemasaran bagi UMKM di sektor ekonomi kreatif melalui partisipasi planogram MotoGP Kemenparekraf. Lebih dari 40 UMKM Tokopedia di sektor fesyen, kuliner, dan kriya dan 20 merchant GoFood turut berpartisipasi dalam menampilkan produk-produk unggulan pada planogram yang disediakan Kemenparekraf.

Mendorong transaksi melalui promo menarik untuk pembelian produk di merchant UMKM yang hadir selama gelaran MotoGP berlangsung.

Kehadiran GoTo juga memberikan pengalaman konsumen yang menyenangkan lewat beragam produk dan ragam layanan:

Gojek Booth di area sirkuit dengan berbagai game berhadiah merchandise Gojek x Mandalika GP series serta rest area bagi pengunjung. Selain itu, pengunjung mendapat kemudahan untuk melakukan to-up GoPay di GoPay Booth.

Layanan GoCar, sebagai official ride-hailing partner, siap memenuhi kebutuhan bepergian pengunjung dari dan ke luar area sirkuit, dilengkapi dengan layanan dengan Customer Lounge (Ruang Tunggu) yang memudahkan para pengunjung untuk bertemu dengan mitra driver GoCar. Gojek Shuttle pun hadir memudahkan mobilitas pengunjung di area sirkuit.

Fitur GoFood Pickup dapat menjadi solusi bagi pengunjung untuk mengambil langsung pesanan kuliner favorit dari merchant GoFood dengan lebih cepat dan nyaman di area sirkuit. Melalui fitur ini, pelanggan bisa memesan makanan sebelum sampai di lokasi resto serta memantau estimasi hingga pesanan siap diambil melalui aplikasi dengan nyaman.

Merchandise resmi MotoGP yang dapat dibeli secara eksklusif di Tokopedia, melalui 'Sarinah Official Merchandise Mandalika GP Series', hasil kerja sama antara Sarinah dan Tokopedia.

Promo menarik untuk transaksi di merchant khusus MGPA menggunakan GoPay dan GoFood Pickup serta promo pembelian official merchandise di booth selama event dengan GoPay.

Kemudahan membeli tiket Mandalika GP Series 2022 lewat aplikasi

Tokopedia atau GoTix (dari Gojek) dan LOKET selaku partner penjualan tiket resmi.

Sebagai bentuk apresiasi terhadap seluruh pihak dalam ekosistemnya, GoTo menyediakan pengalaman eksklusif, mulai dari mendapatkan tiket perjalanan, akomodasi, hingga nonton MotoGP gratis bagi Anak Sultan, yang memenangkan kompetisi Nonton MotoGP #AlaAnakSultan, selama periode 24 Februari - 4 Maret 2022. Anak Sultan merupakan level tertinggi dari GoClub, program loyalitasnya Gojek.

Pengalaman eksklusif serupa juga dapat dinikmati oleh mitra driver Gojek yang memenangkan kompetisi media sosial #MitraGojekNontonMotoGP dan berkesempatan untuk mendapatkan pengalaman menonton Mandalika GP Series secara gratis. Mitra GoJek Muh. Zakaria Fernanda merupakan salah satu mitra yang sukses memenangkan kompetisi tersebut. Ia berhak menikmati balapan MotoGP di Mandalika pada pekan lalu.

Tentu sangat senang dan tidak menyangka, sempat “deg-degan” nunggu pengumuman, karena sudah berharap sekali bisa jadi salah satu pemenangnya. Saat di lokasi, Seru banget, apalagi lihat race dari posisi start secara langsung. Waaah denger suara motornya renyah banget. Terima kasih Gojek, momen ini tak akan saya lupakan seumur hidup saya. Terima kasih karena membuat mimpi saya untuk menonton langsung MotoGP menjadi kenyataan.

Ajang Mandalika GP Series 2022 merupakan program prioritas nasional yang akan menjadi momentum kebangkitan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif "parekraf" yang dapat mendorong kepulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia.

Ajang ini tidak hanya menunjukkan keindahan pariwisata dan branding Indonesia di mata dunia namun juga membawa misi ekonomi. Kami mengapresiasi Grup GoTo atas dukungannya dalam penyelenggaraan Mandalika GP Series 2022 ini, secara khusus dalam mempersiapkan ketersediaan dan kesiapan pelaku kuliner food truck melalui ekosistem digital pembayaran nirkontak dan promo menarik GoPay.

Program Food Truck Goes To Mandalika ini adalah wujud dari program yang tepat sasaran, tepat manfaat dan tepat waktu di era ekonomi baru ini, karena memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mendapatkan kuliner di Mandalika sekaligus menjadi panggung strategis dalam

mempromosikan kuliner nusantara sebagai salah satu sub-sektor ekonomi kreatif yang berpotensi dalam menopang kebangkitan perekonomian tanah air.

Dengan kolaborasi serta mengoptimalkan peran digitalisasi, ke depannya kami berharap dampak positif dari multiplier effect kegiatan ini dapat terus meluas dan berlangsung secara kontinu bagi sektor parekraf agar dapat #BangkitBersamaKemenparekraf melalui promosi #WonderfulIndonesia kepada turis domestik maupun internasional.

Kolaborasi dan keikutsertaan para pihak termasuk GoTo sangat penting untuk mendukung penyelenggaraan Mandalika GP Series 2022, termasuk MotoGP. Kami berharap ajang yang berlangsung ini dapat memberikan multiplier effect yang luas tak hanya bagi masyarakat di sekitar Mandalika, tetapi juga di seluruh Indonesia. Kami percaya dengan teknologi yang dihadirkan GoTo, dapat memudahkan pengunjung menikmati acara dan di sisi lain, memberikan dampak bagi masyarakat sekitar dengan membantu mempromosikan kuliner dan produk lokal.

Chief of Public Policy and Government Relations GoTo Shinto Nugroho mengungkapkan GoTo turut berbangga dengan dipercayanya Indonesia sebagai tuan rumah Mandalika GP Series 2022. Hal ini membuktikan kepercayaan dunia terhadap inovasi teknologi dan hospitality Indonesia. Ajang ini turut menjadi kesempatan bagi Indonesia untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional melalui kebangkitan sektor pariwisata. Untuk itu, partisipasi GoTo dalam mendukung perhelatan ini adalah bagian dari upaya holistik ekosistem kami untuk berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional dengan membangkitkan sektor pariwisata dan UMKM. Kami selalu siap bermitra dengan berbagai pihak, terutama pemerintah, dalam mendorong inisiatif strategis yang dapat mendukung pemulihan ekonomi. Manifestasi dari komitmen kami tersebut adalah kemitraan kami dengan MGPA serta kolaborasi dengan Kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sumber : (Pressrelease, 2022)

GoTo, ekosistem digital terbesar di Indonesia yang menaungi Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial, mendukung ajang balap motor bergengsi internasional, Mandalika GP Series 2022, yang termasuk dalam kalender

balap MotoGP musim 2022. Kehadiran GoTo di ajang ini merupakan bentuk dukungan atas upaya pemulihan perekonomian nasional pemerintah melalui kebangkitan sektor pariwisata lokal dengan multiplier effect bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Dukungan GoTo tersebut adalah menghadirkan produk-produk UMKM Tokopedia dan Gojek di sektor kuliner. Memberi kemudahan pembayaran nontunai lewat QRIS dari GoPay di food truck. Layanan GoCar, fitur GoFood pickup serta kemudahan membeli tiket Mandalika GP Series 2022 lewat aplikasi Tokopedia atau GoTix (dari Gojek) dan LOKET selaku partner penjualan tiket resmi. Lebih dari 40 UMKM Tokopedia di sektor fesyen, kuliner, dan kriya dan 20 merchant GoFood turut berpartisipasi dalam menampilkan produk-produk unggulan pada planogram yang disediakan Kemenparekraf.

Tabel 4.7 Perangkat Framing Berita “GoTo Dukung Kebangkitan Pariwisata untuk Pemulihan Ekonomi lewat Mandalika GP Series”

<i>Define Problem</i>	Dukungan GoTo dalam kebangkitan pariwisata untuk Pemulihan Ekonomi melalui Mandalika GP Series.
<i>Diagnose Cause</i>	Upaya holistik ekosistem GoTo untuk berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional.
<i>Make Moral Judgement</i>	Momentum dukungan GoTo dalam kebangkitan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif "parekraf" yang dapat mendorong kepulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia.
<i>Treatment Recommendation</i>	Kolaborasi GoTo dan UMKM dalam rangkaian pelaksanaan Mandalika GP Series 2022 untuk kebangkitan pariwisata dan pemulihan ekonomi.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

1) *Define Problem.*

Framing yang dikembangkan oleh Pressrelease.id dalam berita ini yaitu bentuk dukungan Go To dalam kebangkitan pariwisata untuk pemulihan ekonomi melalui Mandalika GP Series. Bekerja sama dengan Mandalika Grand Prix Association (MGPA), bagian dari Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) Group, GoTo menghadirkan berbagai produk dan layanan dalam ekosistemnya pada ajang tersebut. Kehadiran GoTo di ajang ini merupakan bentuk dukungan atas upaya pemulihan perekonomian nasional pemerintah melalui kebangkitan sektor pariwisata lokal dengan multiplier effect bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Kolaborasi dan keikutsertaan GoTo sangat penting untuk mendukung ajang tersebut. Kami berharap aksi ini dapat memberikan *multiplier effect* yang luas, tak hanya bagi masyarakat sekitar Mandalika namun di seluruh Indonesia. *Multiplier effect* (efek berganda) merupakan pengaruh yang meluas yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan ekonomi dimana peningkatan pengeluaran nasional mempengaruhi peningkatan pendapatan dan konsumsi (Putra et al., 2017). Sebagaimana dalam berita:

“Kehadiran GoTo di ajang ini merupakan bentuk dukungan atas upaya pemulihan perekonomian nasional pemerintah melalui kebangkitan sektor pariwisata lokal dengan multiplier effect bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Hal ini sejalan dengan upaya GoTo sebagai salah satu kontributor utama digital ekonomi di Indonesia dalam mendorong UMKM untuk semakin berkembang melalui ekosistemnya yang komprehensif.”

2) *Diagnose Cause.*

Dalam berita yang disajikan oleh Pressrelease.id yaitu Upaya holistik ekosistem GoTo untuk berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional. Upaya holistik adalah upaya untuk memahami sesuatu secara utuh-menyeluruh-tidak terpecah belah-tidak parsialistik, tidak terkotak kotak kedalam pandangan yang partikularistik. Partisipasi GoTo ini adalah bagian dari upaya holistik ekosistem kami untuk berkontribusi dalam

membangkitkan sektor pariwisata dan UKM. Kami selalu siap bermitra dengan berbagai pihak, terutama pemerintah untuk mendorong inisiatif strategis dalam mendukung pemulihan ekonomi. Hal tersebut tercermin pada kemitraan kami dengan MGPA serta kolaborasi dengan Kementerian Koperasi dan UKM, serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Hal ini sejalan dengan upaya GoTo sebagai salah satu kontributor utama digital ekonomi di Indonesia dalam mendorong UMKM untuk semakin berkembang melalui ekosistemnya yang komprehensif Sebagaimana dalam berita:

“Untuk itu, partisipasi GoTo dalam mendukung perhelatan ini adalah bagian dari upaya holistik ekosistem kami untuk berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional dengan membangkitkan sektor pariwisata dan UMKM. Kami selalu siap bermitra dengan berbagai pihak, terutama pemerintah, dalam mendorong inisiatif strategis yang dapat mendukung pemulihan ekonomi. Manifestasi dari komitmen kami tersebut adalah kemitraan kami dengan MGPA serta kolaborasi dengan Kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.””

3) *Make Moral Judgement.*

Moral judgement yang ditonjolkan untuk mempertegas permasalahan dalam pemberitaan ini adalah Momentum dukungan GoTo dalam kebangkitan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif "parekraf" yang dapat mendorong kepulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Ajang ini tidak hanya menunjukkan keindahan pariwisata dan branding Indonesia di mata dunia namun juga membawa misi ekonomi. Kami mengapresiasi Grup GoTo atas dukungannya dalam penyelenggaraan Mandalika GP Series 2022 ini, secara khusus dalam mempersiapkan ketersediaan dan kesiapan pelaku kuliner food truck melalui ekosistem digital pembayaran nirkontak dan promo menarik GoPay. Dengan kolaborasi serta mengoptimalkan peran digitalisasi, ke depannya kami berharap dampak positif dari multiplier effect kegiatan ini dapat terus meluas dan berlangsung secara kontinu bagi sektor parekraf. GoTo selalu siap bermitra dengan berbagai pihak, terutama pemerintah, dalam mendorong inisiatif strategis yang dapat mendukung pemulihan ekonomi. Manifestasi dari komitmen kami tersebut adalah kemitraan kami dengan MGPA serta kolaborasi dengan

Kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sebagaimana dalam berita:

“Ajang Mandalika GP Series 2022 merupakan program prioritas nasional yang akan menjadi momentum kebangkitan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif "parekraf" yang dapat mendorong pemulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia.”

4) *Treatment Recommendation.*

Pressrelease.id merekomendasikan harus ada upaya Kolaborasi GoTo dan UMKM dalam rangkaian pelaksanaan Mandalika GP Series 2022 untuk kebangkitan pariwisata dan pemulihan ekonomi. Adapun serangkaian produk dan layanan yang dihadirkan GoTo di dalam ajang MotoGP Mandalika, antara lain Gojek Booth di area sirkuit dengan berbagai game berhadiah merchandise Gojek x Mandalika GP Series. Di dalamnya juga terdapat Gopay Booth yang dapat memudahkan pengunjung melakukan isi saldo Gopay, serta rest area bagi pengunjung untuk beristirahat. Lalu, GoFood Pickup yang merupakan fitur bagi pengunjung untuk mengambil langsung pesanan kuliner dari merchant GoFood dengan lebih cepat dan nyaman di area sirkuit. Melalui fitur ini, pengunjung bisa memesan makanan bahkan sebelum sampai di lokasi resto dan memantau estimasi pesanan siap diambil. Lebih dari itu, disediakan juga menyediakan merchandise resmi MotoGP yang dapat dibeli secara eksklusif di Tokopedia, melalui ‘Sarinah Official Merchandise Mandalika GP Series yang merupakan hasil kerja sama antara Sarinah dan Tokopedia. Promo menarik untuk transaksi di merchant khusus MGPA menggunakan Gopay dan GoFood *Pick up* serta pembelian official merchandise di booth selama acara turut dihadirkan. Sebagaimana dalam berita:

“Beberapa inisiatif GoTo dalam rangkaian pelaksanaan Mandalika GP Series 2022 adalah:

Mendekatkan UMKM lokal terbaik dengan pengunjung. Melalui kerja sama GoTo dengan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), para UMKM setempat dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dengan

menjadi mitra merchant GoFood dan GoPay. Kolaborasi ini juga menghadirkan produk-produk UMKM Tokopedia dan Gojek di sektor kuliner.

Memberi kemudahan pembayaran nontunai lewat QRIS dari GoPay di food truck. Melalui kemitraan strategis dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), sejumlah food truck hadir di Pantai Kuta Mandalika, dilengkapi promo menarik GoPay dengan cashback 40% yang mempermudah pengunjung mendapatkan kuliner nusantara terbaik di area Mandalika.

Gojek Booth di area sirkuit dengan berbagai game berhadiah merchandise Gojek x Mandalika GP series serta rest area bagi pengunjung. Selain itu, pengunjung mendapat kemudahan untuk melakukan to-up GoPay di GoPay Booth.

Layanan GoCar, sebagai official ride-hailing partner, siap memenuhi kebutuhan bepergian pengunjung dari dan ke luar area sirkuit, dilengkapi dengan layanan dengan Customer Lounge (Ruang Tunggu) yang memudahkan para pengunjung untuk bertemu dengan mitra driver GoCar. Gojek Shuttle pun hadir memudahkan mobilitas pengunjung di area sirkuit.

Fitur GoFood Pickup dapat menjadi solusi bagi pengunjung untuk mengambil langsung pesanan kuliner favorit dari merchant GoFood dengan lebih cepat dan nyaman di area sirkuit. Melalui fitur ini, pelanggan bisa memesan makanan sebelum sampai di lokasi resto serta memantau estimasi hingga pesanan siap diambil melalui aplikasi dengan nyaman.

Merchandise resmi MotoGP yang dapat dibeli secara eksklusif di Tokopedia, melalui 'Sarinah Official Merchandise Mandalika GP Series', hasil kerja sama antara Sarinah dan Tokopedia.

Promo menarik untuk transaksi di merchant khusus MGPA menggunakan GoPay dan GoFood Pickup serta promo pembelian official merchandise di booth selama event dengan GoPay.

Kemudahan membeli tiket Mandalika GP Series 2022 lewat aplikasi Tokopedia atau GoTix (dari Gojek) dan LOKET selaku partner penjualan tiket resmi.

Sebagai bentuk apresiasi terhadap seluruh pihak dalam ekosistemnya, GoTo menyediakan pengalaman eksklusif, mulai dari mendapatkan tiket perjalanan, akomodasi, hingga nonton MotoGP gratis bagi Anak Sultan,

yang memenangkan kompetisi Nonton MotoGP #AlaAnakSultan, selama periode 24 Februari - 4 Maret 2022. Anak Sultan merupakan level tertinggi dari GoClub, program loyalitasnya Gojek.”

Pressrelease.id mengangkat isu secara spesifik yaitu dukungan GoTo dalam kebangkitan pariwisata untuk Pemulihan Ekonomi melalui Mandalika GP Series. Hal ini terlihat dari permasalahan dan judul *press release*. Dalam *press release* GoTo menghadirkan berbagai produk dan layanan. Upaya holistik ekosistem GoTo untuk berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional. Momentum kebangkitan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif "parekraf" yang dapat mendorong pemulihan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Upaya GoTo sebagai salah satu kontributor utama digital ekonomi di Indonesia dalam mendorong UMKM untuk semakin berkembang melalui ekosistemnya yang komprehensif. Dengan kolaborasi serta mengoptimalkan peran digitalisasi, ke depannya GoTo berharap dampak positif dari *multiplier effect* kegiatan ini dapat terus meluas dan berlangsung secara kontinu bagi sektor parekraf. Pressrelease.id juga membuat agenda *setting* dalam pemberitaannya dengan memilihkan isu yang dianggap penting, mendefinisikan masalah dan memberikan solusi masalah tersebut kepada khalayak. Berdasarkan agenda kebijakan dimensi *Freedom of action* pemberitaan *event* MotoGP di Sirkuit Mandalika yaitu keterlibatan pemerintah secara penuh demi kelancaran *event* Moto GP di Sirkuit Mandalika melalui pembuatan kebijakan dalam kuota penonton dalam *race* MotoGP dan *multiplier effect* bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sekitar wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Semua ini memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memulihkan kondisi ekonomi dan pariwisata di Indonesia pasca pandemi.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)