

## FRAMING MEDIA HARIAN FAJAR DAN FAJAR ONLINE TERKAIT KASUS SKINCARE PALSU DI MAKASSAR

Syarifuddin

Badan Riset dan Inovasi Nasional

email: yb8hjk@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan menganalisis framing pemberitaan Harian Fajar dan Fajar Online terkait kasus skincare palsu di Makassar, serta bagaimana framing tersebut mempengaruhi persepsi publik. Penelitian dilengkapi dengan analisis konten kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harian Fajar dan Fajar Online secara konsisten menekankan bahaya produk skincare palsu dan pentingnya penegakan hukum. Frame dampak ekonomi dan respons pemerintah juga muncul namun tidak seintensif dua frame utama tersebut. Penggunaan elemen framing seperti judul yang dramatik, kutipan dari pihak berwenang, dan visualisasi yang mendukung narasi bahaya turut membentuk persepsi publik bahwa kasus ini merupakan ancaman serius bagi kesehatan masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa framing dalam pemberitaan Harian Fajar dan Fajar Online berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap kasus skincare palsu di Makassar, meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat, serta mendorong tindakan hukum yang tegas. Media juga berhasil memberikan tekanan kepada pemerintah untuk memperketat regulasi dan pengawasan terhadap produk skincare yang beredar di pasaran.*

**Kata Kunci:** *framing pemberitaan, opini publik, skincare palsu*

### **PENDAHULUAN**

Kasus pemalsuan produk skincare di Makassar telah menjadi perhatian publik akhir-akhir ini, terutama setelah penangkapan tiga tersangka yang diduga terlibat dalam praktik ilegal ini. Harian Fajar dan Fajar Online, sebagai media lokal yang berpengaruh, telah mempublikasikan berbagai artikel mengenai kasus ini. Analisis framing dalam pemberitaan ini penting untuk memahami bagaimana media tersebut menyampaikan informasi kepada masyarakat dan bagaimana mereka mempengaruhi persepsi publik terhadap kasus tersebut.

Framing adalah proses di mana media menekankan aspek tertentu dari suatu peristiwa atau isu, sehingga membentuk interpretasi dan pemahaman spesifik di mata pembaca atau penonton. Dalam konteks kasus skincare palsu di Makassar, framing oleh Harian Fajar dan Fajar Online dapat mencakup berbagai elemen seperti bahaya produk, dampak pada kesehatan konsumen, serta tindakan pemerintah dan kepolisian dalam menangani kasus tersebut.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Harian Fajar dan Fajar Online mengonstruksi berita tentang kasus skincare palsu di Makassar, serta apa saja elemen yang ditekankan dalam pemberitaan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai peran media dalam membentuk opini publik dan memberikan kontribusi terhadap penegakan hukum serta perlindungan konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Berikut adalah deskripsi lengkap mengenai metode dan prosedur penelitian untuk analisis framing Harian Fajar dan Fajar Online mengenai kasus skincare palsu di Makassar:

### **Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing untuk mengeksplorasi bagaimana Harian Fajar dan Fajar Online menyajikan berita mengenai kasus skincare palsu di Makassar. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami konteks, makna, dan pola yang mendasari penyajian berita.

### **Sumber data**

#### 1. Sumber Data Utama

Data utama dalam penelitian ini berupa artikel-artikel berita yang dipublikasikan oleh Harian Fajar dan Fajar Online tentang kasus skincare palsu di Makassar. Artikel-artikel tersebut dikumpulkan dari arsip online dan cetak media tersebut selama periode tertentu.

#### 2. Teknik Sampling

Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih artikel-artikel yang relevan dengan topik penelitian. Kriteria pemilihan artikel meliputi:

- a. Artikel yang secara eksplisit membahas kasus skincare palsu di Makassar.
- b. Artikel yang memuat informasi dari berbagai sumber, seperti pihak berwenang, korban, dan ahli.
- c. Artikel yang dipublikasikan dalam rentang waktu tertentu dimulai dari tanggal penangkapan tersangka (21 Januari – 21 Februari)

### **Teknik analisis data**

#### 1. Analisis Framing

Proses analisis framing terdiri dari beberapa langkah, yaitu:

- a. Identifikasi Tema Utama: Artikel-artikel yang terkumpul dibaca secara mendalam untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam pemberitaan.
- b. Kategorisasi Framing: Berdasarkan tema-tema yang telah diidentifikasi, artikel dikategorikan ke dalam berbagai frame, seperti frame bahaya produk, frame tindakan pemerintah, frame dampak kesehatan, dan lain-lain.
- c. Analisis Elemen Framing: Setiap frame dianalisis berdasarkan elemen-elemen framing seperti judul, lead, kutipan, dan visualisasi yang digunakan dalam artikel. Elemen-elemen ini diperiksa untuk memahami bagaimana Harian Fajar dan Fajar Online mengarahkan pembaca pada interpretasi tertentu.
- d. Interpretasi dan Kesimpulan: Hasil analisis diinterpretasikan untuk memahami bagaimana framing dalam pemberitaan membentuk persepsi publik mengenai kasus skincare palsu di Makassar. Peneliti menarik kesimpulan tentang bias atau kecenderungan tertentu dalam pemberitaan.

#### 2. Analisis Konten Kuantitatif

Untuk melengkapi analisis kualitatif, analisis konten kuantitatif dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- a. Frekuensi Tema Utama: Menghitung frekuensi kemunculan tema-tema utama dalam artikel-artikel yang dianalisis.
- b. Distribusi Sumber Informasi: Menghitung jumlah artikel berdasarkan sumber informasi yang digunakan, seperti pihak berwenang, korban, ahli, dan sumber lainnya.
- c. Penggunaan Elemen Framing: Menghitung frekuensi penggunaan elemen framing seperti judul, lead, kutipan, dan visualisasi dalam artikel-artikel yang dianalisis.
- d. Distribusi Waktu Pemberitaan: Menghitung jumlah artikel yang dipublikasikan dalam periode waktu tertentu.

**Validasi Data**

Untuk memastikan keabsahan dan keandalan temuan, triangulasi metode dilakukan dengan cara:

- a. Membandingkan Berita: Membandingkan hasil analisis framing Harian Fajar dan Fajar Online dengan media lain yang juga melaporkan kasus yang sama.
- b. Wawancara: Melakukan wawancara dengan beberapa informan kunci, seperti wartawan yang menulis artikel, ahli media, atau pihak berwenang untuk mendapatkan perspektif tambahan mengenai pemberitaan.

**Pelaporan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk laporan yang mencakup:

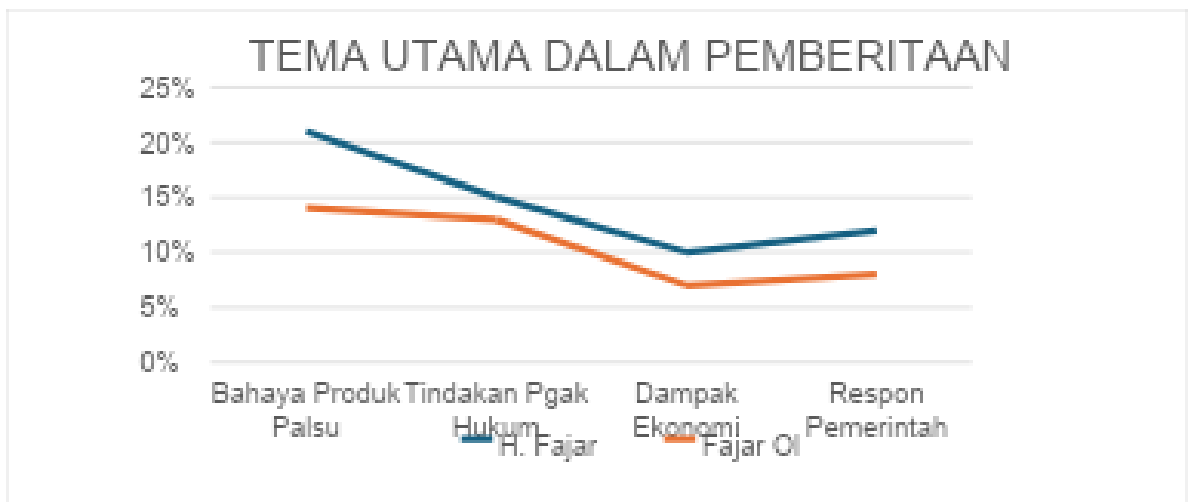
- a. Deskripsi lengkap mengenai metode dan prosedur penelitian.
- b. Analisis mendalam mengenai framing yang ditemukan dalam artikel Harian Fajar dan Fajar Online.
- c. Interpretasi hasil dan kesimpulan mengenai dampak framing terhadap persepsi publik.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

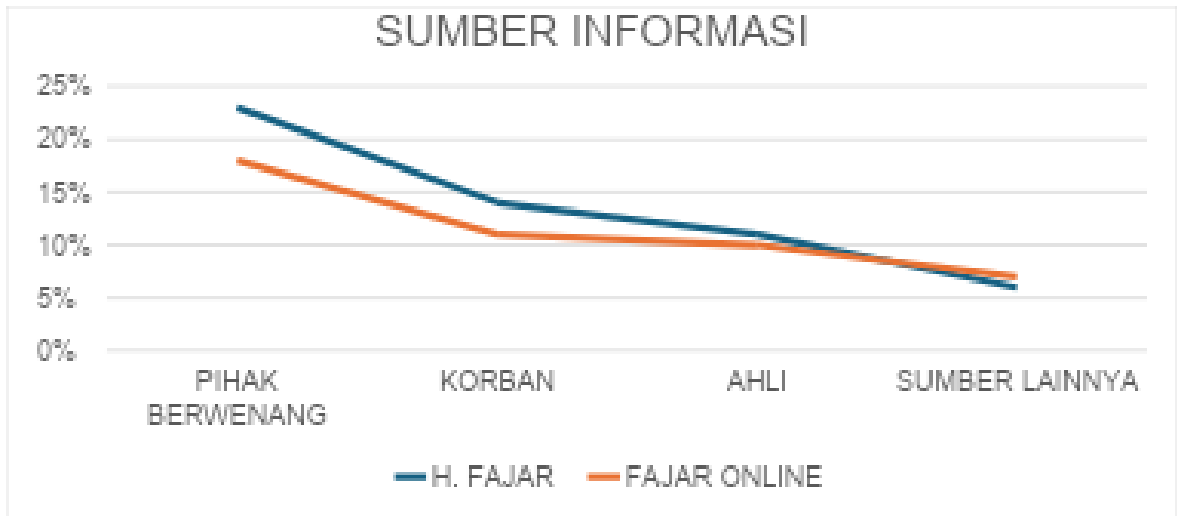
Harian Fajar maupun Fajar Online untuk rentan waktu 21 Januari – 21 Februari 2025 mem-framing pemberitaan dengan:

- 1. Kata-Kunci Utama "berbahaya," "illegal," "mengandung bahan berbahaya," "merugikan konsumen"
- 2. Topik Utama: Penangkapan tersangka, upaya pemerintah, dan dampak pada kesehatan konsumen
- 3. Sumber Informasi: Wawancara dengan pejabat pemerintah, tokoh masyarakat, dan korban

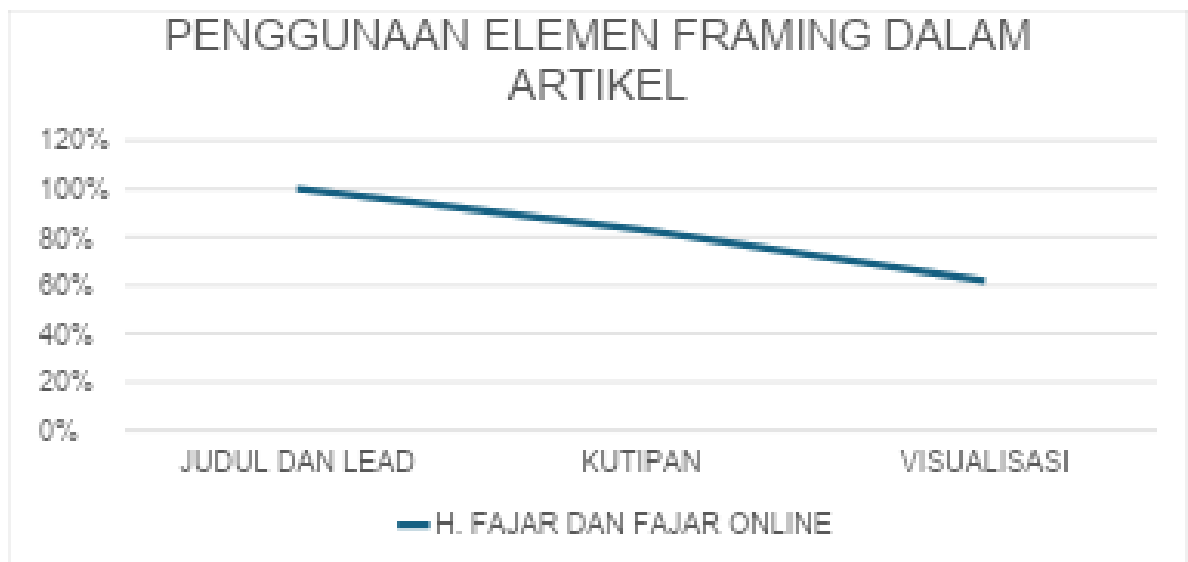


**Gambar 1. Tema Utama Pemberitaan Skincare Palsu Harian Fajar dan Fajar Online**

Data di atas menunjukkan bahwa baik Harian Fajar maupun Fajar Online cukup intens untuk mempublikasikan informasi tentang bahaya penggunaan Skincare palsu terhadap Kesehatan Masyarakat.



**Gambar 2. Sumber Informasi Pemberitaan Skincare Palsu Harian Fajar dan Fajar Online**



**Gambar 3. Penggunaan Elemen Framing dalam Pemberitaan Skincare Palsu Harian Fajar dan Fajar Online**

Harian Fajar dan Fajar Online memframing isu-isu tersebut dengan mengolah isu itu dari berbagai pihak yang terkait langsung dengan penyebaran skincare palsu tersebut khususnya di Makassar.

Framing oleh Pihak Terlibat:

1. Pemerintah

Pemerintah biasanya mem-framing kasus ini sebagai masalah kesehatan masyarakat yang memerlukan tindakan tegas. Mereka menekankan pentingnya pengawasan dan penegakan hukum untuk melindungi konsumen.

2. Pengusaha

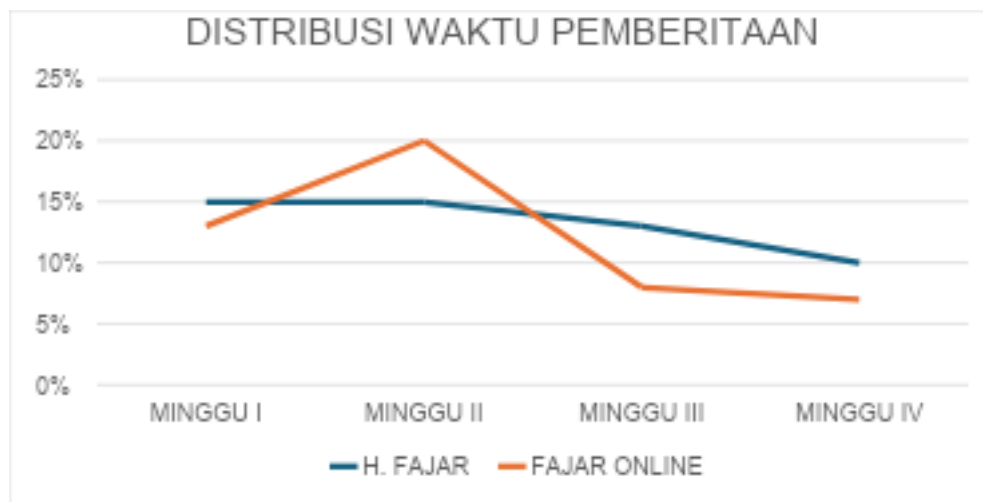
Pengusaha yang terlibat dalam industri skincare cenderung memframing kasus ini sebagai ancaman terhadap bisnis legal dan menekankan pentingnya edukasi konsumen untuk mengenali produk asli.

3. Konsumen

Konsumen yang menjadi korban produk palsu seringkali memframing kasus ini sebagai pengkhianatan terhadap kepercayaan mereka dan menyerukan perlindungan yang lebih baik dari pihak berwenang.

4. Framing oleh Publik

Publik, terutama melalui media sosial, seringkali menggunakan framing yang emosional dan personal. Mereka menceritakan pengalaman pribadi menggunakan produk palsu dan mengajak orang lain untuk lebih berhati-hati. Hashtag seperti #SkincarePalsu dan #WaspadaProdukPalsu sering digunakan untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran.



**Gambar 4. Distribusi Waktu Pemberitaan Skincare Palsu Harian Fajar dan Fajar Online**

**Pembahasan**

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Harian Fajar dan Fajar Online memiliki pendekatan yang serupa dalam memframing kasus skincare palsu di Makassar. Keduanya menekankan pada bahaya kesehatan dan kerugian ekonomi yang ditimbulkan oleh produk skincare palsu. Namun, Fajar Online lebih sering menggunakan narasi dramatis dan elemen visual untuk memperkuat framing mereka.

**Keterkaitan Teori**

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori framing yang menyatakan bahwa framing digunakan untuk membentuk persepsi publik terhadap suatu isu. Dalam kasus skincare palsu di Makassar, framing yang digunakan oleh Harian Fajar dan Fajar Online mempengaruhi bagaimana isu ini dipahami dan direspon oleh masyarakat.

Untuk melengkapi hasil penelitian dengan data kuantitatif, kita dapat melakukan analisis konten kuantitatif terhadap artikel-artikel yang telah dikumpulkan. Berikut adalah hasil interpretasi atas kasus skincare palsu di Makassar berdasarkan analisis framing Harian Fajar dan Fajar Online:

1. Pengaruh Framing terhadap Persepsi Publik

Dari hasil analisis, dapat dilihat bahwa Harian Fajar dan Fajar Online secara konsisten menekankan bahaya produk skincare palsu dan pentingnya penegakan hukum. Penggunaan elemen framing seperti judul yang dramatik, kutipan dari pihak berwenang, dan visualisasi yang

mendukung narasi bahaya, turut membentuk persepsi publik bahwa kasus ini merupakan ancaman serius bagi kesehatan masyarakat.

Frame-frame ini juga berperan dalam memobilisasi dukungan publik terhadap tindakan hukum yang tegas terhadap pelaku pemalsuan produk. Dengan menyoroti langkah-langkah yang diambil oleh pihak berwenang, media berhasil membangun citra bahwa pemerintah dan kepolisian serius dalam menangani kasus ini, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut.

## 2. Dampak Ekonomi dan Sosial

Frame dampak ekonomi, meskipun tidak seintensif frame bahaya produk dan penegakan hukum, tetap memberikan wawasan tentang kerugian yang dialami oleh industri kecantikan lokal. Pemberitaan mengenai dampak ekonomi membantu meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya melindungi industri lokal dari praktik-praktik ilegal yang merugikan.

Selain itu, frame respons pemerintah yang menyoroti kebijakan dan langkah-langkah pencegahan juga membantu membangun persepsi positif bahwa pemerintah proaktif dalam menanggulangi masalah skincare palsu. Hal ini diharapkan dapat mendorong kerjasama antara pemerintah, industri, dan masyarakat dalam upaya melindungi konsumen.

## 3. Potensi Bias dalam Pemberitaan

Analisis juga menunjukkan adanya potensi bias dalam pemberitaan, di mana Harian Fajar dan Fajar Online cenderung lebih menekankan sisi negatif dari kasus tersebut tanpa memberikan ruang yang cukup untuk perspektif lain. Misalnya, artikel-artikel lebih banyak menyoroti bahaya produk palsu dan kurang memberikan informasi mengenai upaya pemulihan bagi korban atau solusi jangka panjang yang dapat diambil oleh masyarakat.

Bias ini dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap masalah tersebut, sehingga penting bagi media untuk menyajikan pemberitaan yang lebih seimbang dan komprehensif.

## 4. Implikasi bagi Kebijakan Publik

Framing yang digunakan oleh Harian Fajar dan Fajar Online memiliki implikasi bagi kebijakan publik. Dengan menekankan bahaya produk palsu dan pentingnya penegakan hukum, media turut mendorong pemerintah untuk memperketat regulasi dan pengawasan terhadap produk skincare yang beredar di pasaran. Selain itu, pemberitaan yang intensif juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam memilih produk skincare, sehingga melindungi diri dari risiko kesehatan.

Interpretasi ini menunjukkan bagaimana framing dalam pemberitaan dapat membentuk persepsi publik dan mempengaruhi tindakan serta kebijakan yang diambil oleh pihak berwenang dan masyarakat. Dengan memahami framing yang digunakan oleh media, kita dapat lebih kritis dalam menerima informasi dan lebih bijak dalam merespons isu-isu yang muncul.

## **KESIMPULAN**

Hasil analisis menunjukkan bahwa Harian Fajar dan Fajar Online cenderung menekankan frame bahaya produk dan penegakan hukum dalam pemberitaannya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai risiko kesehatan yang ditimbulkan oleh produk palsu dan pentingnya tindakan hukum yang tegas terhadap pelaku pemalsuan.

Frame ekonomi dan pemerintah juga sering muncul, namun tidak seintensif frame bahaya produk dan penegakan hukum. Ini menunjukkan bahwa media berupaya menyajikan pemberitaan yang komprehensif, namun tetap fokus pada aspek-aspek yang dianggap paling relevan dan mendesak.

Secara keseluruhan, framing yang digunakan oleh Harian Fajar dan Fajar Online dalam memberitakan kasus skincare palsu di Makassar berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap masalah tersebut. Media tersebut berhasil membangkitkan kesadaran dan kepedulian masyarakat sekaligus memberikan tekanan

**REFERENSI**

- Apriyani, D. 2025, 22 Januari. Penangkapan Sindikat Skincare Palsu di Makassar. *Harian Fajar*. Diperoleh dari [Harian Fajar](<https://www.fajar.co.id>).
- Ardan, I., Thalib, H., & Marsuni, L. 2021. Efektivitas Penyidikan Terhadap Penjualan Kosmetik Ilegal Di Kota Makassar. *Journal of Lex Generalis* Vol 2 No. 3 hal 1410-1424.
- Hasan, M. 2025, 24 Januari. Produk Skincare Palsu Ancam Kesehatan Masyarakat. *Fajar Online*. Diperoleh dari [Fajar Online](<https://www.fajar.co.id>).
- Nicolha, Abdoellah. 2025, 3 Februari. Tiga (3) Bos Skincare di Makassar Akhirnya Ditahan, Mira Hayati Tak Lagi Glamor. *Sindonews.com*
- Pratama, Y. 2025, 26 Januari. Pemerintah Makassar Tingkatkan Pengawasan Produk Kecantikan. *Harian Fajar*. Diperoleh dari [Harian Fajar](<https://www.fajar.co.id>).
- Rahman, S. 2025, 28 Januari. Konsumen Dirugikan oleh Produk Palsu. *Fajar Online*. Diperoleh dari [Fajar Online](<https://www.fajar.co.id>).
- Sitammu, D. 2016. Tinjauan Kriminologis Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Di Kota Makassar (studi Kasus Tahun 2014-2016), Makassar: Universitas Hasanuddin (Skripsi)
- Susanti, L. (=2025, 30 Januari. Dampak Produk Skincare Palsu terhadap Kesehatan Kulit. *Harian Fajar*. Diperoleh dari [Harian Fajar](<https://www.fajar.co.id>).
- Yusuf, A. 2025, 2 Februari. Pemerintah Makassar Gencar Berantas Produk Palsu. *Fajar Online*. Diperoleh dari [Fajar Online](<https://www.fajar.co.id>).