

Framing Media terhadap Polemik Sertifikasi Halal di Indonesia: Analisis Robert N. Entman pada Berita Media Daring Nasional

Rayhan Hafiid Nur Syavara *¹
Acarya Mufti Athallah ²
Muhammad Hanif Abyasa ³
Raffi Aryan Ibanov ⁴
Ikhsan Ahmad ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

*e-mail : rayhanhafiid@gmail.com, acaryamufti9@gmail.com, hanifabyasa@gmail.com,
raffiabryanibanov@gmail.com, ikhsan@untirta.ac.id

Abstrak

Isu sertifikasi halal tidak lagi terbatas pada ranah kepatuhan religius, tetapi telah berkembang menjadi perdebatan mengenai ekonomi, perlindungan konsumen, efektivitas birokrasi, dan legitimasi negara. Dalam konteks tersebut, media berperan penting karena tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara publik memahami kebijakan. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana media daring nasional membingkai polemik sertifikasi halal di Indonesia sebagai bagian dari dinamika komunikasi publik kontemporer. Metode penelitian digunakan pendekatan kualitatif dengan desain analisis framing berdasarkan model Robert N. Entman yang menelaah empat unsur utama, yaitu define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Data penelitian diperoleh dari pemberitaan Kompas.com, Detik.com, CNN Indonesia, Tempo.co, dan Republika.co.id yang dipilih secara purposif berdasarkan visibilitas nasional dan konsistensi pemberitaan isu kebijakan. Hasil penelitian menunjukkan empat frame dominan, yaitu ekonomi-pragmatis, religius-normatif, birokrasi-administratif, dan politik-regulatif. Frame ekonomi menonjol pada isu biaya dan UMKM, frame religius pada perlindungan konsumen Muslim, frame birokrasi pada kesiapan tata kelola, dan frame politik pada relasi kuasa kebijakan. Temuan ini menegaskan bahwa polemik sertifikasi halal lebih banyak diperebutkan pada level makna dibandingkan substansi kebijakan, sehingga keberhasilan regulasi sangat dipengaruhi oleh narasi media yang mengiringinya.

Kata Kunci: *framing* media, sertifikasi halal, komunikasi publik, kebijakan halal, media daring, opini publik.

Abstract

The issue of halal certification is no longer limited to the domain of religious compliance, but has developed into a broader debate concerning economics, consumer protection, bureaucratic effectiveness, and state legitimacy. This study aims to analyze how national online media frame the controversy surrounding halal certification in Indonesia as part of contemporary public communication dynamics. In this context, the media play a significant role because they do not merely deliver information, but also shape how the public understands policy. This research employs a qualitative approach using framing analysis based on the model of Robert N. Entman, which examines four principal elements: define problems, diagnose causes, make moral judgement, and treatment recommendation. Research data were obtained from news coverage published by Kompas.com, Detik.com, CNN Indonesia, Tempo.co, and Republika.co.id, selected purposively based on national visibility and consistency in reporting policy issues. The findings reveal four dominant frames: economic-pragmatic, religious-normative, bureaucratic-administrative, and political-regulatory. The economic frame emphasizes costs and MSMEs, the religious frame highlights Muslim consumer protection, the bureaucratic frame focuses on governance readiness, and the political frame concerns power relations within policy processes. These findings indicate that the controversy over halal certification is contested more at the level of meaning than policy substance, suggesting that regulatory success is strongly influenced by the media narratives accompanying it.

Keywords: *media framing, halal certification, public communication, policy, online media, public opinion*

PENDAHULUAN

Dalam satu dekade terakhir, isu sertifikasi halal di Indonesia berkembang dari sekadar urusan kepatuhan religius menjadi arena komunikasi publik yang kompleks. Kehadiran regulasi seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal serta implementasi kewajiban

sertifikasi halal secara bertahap menempatkan halal bukan hanya sebagai label keagamaan, melainkan sebagai instrumen ekonomi, perlindungan konsumen, legitimasi negara, dan identitas sosial. Di titik ini, polemik sering kali muncul ketika kebijakan halal bersentuhan dengan pelaku usaha kecil, biaya sertifikasi, kapasitas birokrasi, kesiapan industri, hingga perdebatan mengenai batas campur tangan negara dalam ranah konsumsi masyarakat.

Dalam konteks tersebut, media massa memegang peran strategis karena tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara publik memahami polemik. Media dapat menampilkan sertifikasi halal sebagai perlindungan konsumen, peluang ekonomi nasional, beban administratif bagi UMKM, atau bahkan simbol politik identitas. Pilihan sudut pandang, narasumber, diksi, dan penekanan isu menunjukkan bahwa berita bukan cermin netral atas kenyataan, melainkan konstruksi sosial yang dibingkai melalui proses jurnalistik tertentu.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas sertifikasi halal dari perspektif hukum (Hasma et al., 2024), ekonomi syariah (Syarifuddin, 2025), perilaku konsumen (Putra dan Majid, 2025), dan kesiapan industri. Studi lain menyoroti bagaimana halal menjadi faktor kepercayaan pasar dan daya saing produk (Yulloh dan Nuraini, 2025). Namun, kajian yang secara khusus menelaah bagaimana media membingkai polemik sertifikasi halal di Indonesia masih relatif terbatas, terutama yang menempatkan framing media sebagai variabel utama dalam pembentukan persepsi publik terhadap kebijakan. Kebanyakan penelitian cenderung melihat media sebagai saluran informasi, bukan sebagai aktor yang aktif memproduksi realitas sosial.

Secara teoritis, penelitian ini berangkat dari konsep *framing* yang dikembangkan Erving Goffman dan diperluas dalam studi komunikasi massa oleh Robert N. Entman. Menurut Eriyanto (2002), *Framing* dipahami sebagai proses seleksi aspek tertentu dari realitas untuk dibuat lebih menonjol dalam teks komunikasi, sehingga mendorong definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian tertentu. Dengan pendekatan ini, pemberitaan mengenai sertifikasi halal dapat dibaca bukan hanya dari apa yang diberitakan, tetapi bagaimana isu tersebut ditata agar publik memaknainya secara spesifik. Jika media menekankan beban biaya dan kerumitan administrasi, publik mungkin memandang kebijakan sebagai hambatan usaha. Sebaliknya, jika media menonjolkan perlindungan konsumen dan peluang ekspor, kebijakan dapat dipersepsi sebagai kebutuhan strategis nasional.

Berdasarkan kerangka tersebut, problematisasi utama penelitian ini adalah: bagaimana media di Indonesia membingkai polemik sertifikasi halal berdasarkan pendekatan framing model Robert N. Entman. Dengan menganalisa frame dominan apa yang muncul, serta kepentingan sosial apa yang bekerja di balik konstruksi tersebut. Pertanyaan ini penting karena persepsi publik terhadap kebijakan sering kali dibentuk bukan melalui pengalaman langsung, tetapi melalui representasi media. Dalam masyarakat yang sangat bergantung pada arus informasi, opini dapat terbentuk lebih cepat daripada pemahaman, sebuah kebiasaan yang sayangnya cukup konsisten.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain analisis *framing* media berdasarkan model Robert N. Entman dengan mengkaji bagaimana polemik sertifikasi halal di Indonesia dikonstruksi melalui pemberitaan media massa daring. Analisis *framing* model Robert Entman dipilih untuk menelusuri bagaimana media daring membingkai isu melalui empat elemen utama yang dikemukakannya melalui penelitiannya yang berjudul "*Framing Toward Clarification of A Fractured Paradigm*". Entman mengklasifikasikan empat elemen *framing* pemberitaan yang terdiri dari pendefinisian masalah (*define problems*), perkiraan sumber masalah (*diagnose causes*), pembuatan keputusan moral (*make moral judgement*), dan penyelesaian masalah (*suggest remedies*). Pilihan metode ini juga didasarkan pada perkembangan studi nasional yang menunjukkan bahwa analisis

framing efektif digunakan untuk membaca kontestasi isu kebijakan, agama, ekonomi, dan konflik sosial di media Indonesia. Berbagai artikel dalam jurnal nasional komunikasi menunjukkan bahwa media daring cenderung tidak netral secara mutlak, melainkan membawa preferensi redaksional melalui seleksi narasumber, judul, sudut pandang, dan struktur argumentasi.

Media yang dijadikan sumber data dipilih secara purposif berdasarkan tingkat visibilitas nasional, konsistensi produksi berita kebijakan, dan aksesibilitas arsip berita. Media tersebut meliputi:

- Kompas.com
- Detik.com
- CNN Indonesia
- Tempo.co
- Republika.co.id

Pemilihan beberapa media dilakukan agar penelitian dapat membandingkan kecenderungan framing antar institusi pers dengan latar audiens dan karakter redaksi yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori *framing* Robert N. Entman Secara umum dibagi menjadi empat *frame* dominan yang muncul dalam pemberitaan, yaitu *frame* ekonomi-pragmatis, *frame* religius-normatif, *frame* birokrasi-administratif, dan *frame* politik-regulatif (Entman, 1993). Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan Kompas.com, Detik.com, CNN Indonesia, Tempo.co, dan Republika.co.id mengenai polemik sertifikasi halal di Indonesia, ditemukan bahwa media tidak menampilkan isu ini sebagai realitas tunggal. Sebaliknya, sertifikasi halal dikonstruksi melalui beragam *frame* yang mencerminkan orientasi redaksional, segmentasi audiens, dan preferensi terhadap sumber informasi tertentu.

Secara umum, teori *framing* Robert N. Entman membagi empat *frame* dominan yang muncul dalam pemberitaan, yaitu *frame* ekonomi-pragmatis, *frame* religius-normatif, *frame* birokrasi-administratif, dan *frame* politik-regulatif.

Sertifikasi Halal dalam *Frame* Ekonomi-Pragmatis

Media menonjolkan keluhan pelaku usaha kecil terkait biaya pengurusan sertifikat, lamanya proses administrasi, dan keterbatasan informasi teknis. Dalam dimensi *define problems*, masalah diposisikan sebagai hambatan ekonomi. Pada dimensi *diagnose causes*, penyebab diarahkan pada birokrasi yang rumit, kurangnya pendampingan, dan minimnya sosialisasi pemerintah.

Pemberitaan semacam ini banyak ditemukan pada Detik.com dan CNN Indonesia yang cenderung menyoroti aspek aktual, respons pelaku usaha, dan implikasi kebijakan terhadap sektor riil. Namun demikian, media juga menampilkan sisi peluang, seperti potensi ekspor produk halal dan peningkatan kepercayaan konsumen. Temuan ini sejalan dengan studi Syarifuddin, (2025) menunjukkan bahwa sertifikasi halal pada produk keuangan memiliki peran strategis dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan publik lebih lanjut yang menunjukkan bahwa media digital sering membingkai kebijakan melalui logika utilitas publik.

Frame Religius-Normatif dalam Pemberitaan Media

Frame kedua menempatkan sertifikasi halal sebagai bagian dari tanggung jawab moral negara dalam menjamin kepastian konsumsi masyarakat Muslim. Pada dimensi *define problems*, masalah diletakkan pada belum optimalnya perlindungan terhadap konsumen Muslim. Dalam *diagnose causes*, penyebab diarahkan pada rendahnya kesadaran pelaku usaha dan belum maksimalnya implementasi regulasi.

Frame ini relatif lebih kuat muncul pada Republika.co.id, yang historis memiliki kedekatan dengan audiens Muslim urban dan isu-isu keislaman. Narasumber yang dominan berasal dari lembaga halal, tokoh agama, dan pejabat terkait.

Frame Birokrasi-Administratif atas Sertifikasi Halal

Fokus berita diarahkan pada kesiapan lembaga pemeriksa halal dan kapasitas digitalisasi layanan. Media mengaitkan persoalan dengan transisi kelembagaan, kekurangan SDM auditor halal dan kompleksitas prosedur administratif. Solusi yang ditawarkan umumnya berupa peningkatan kapasitas lembaga.

Frame ini cukup menonjol di Kompas.com yang cenderung menampilkan isu kebijakan secara moderat dan berbasis tata kelola. Secara akademik, hasil ini memperkuat temuan studi kebijakan publik nasional bahwa kegagalan komunikasi kebijakan sering terjadi bukan karena substansi aturan buruk, tetapi karena pelaksanaannya tidak komunikatif dan tidak siap.

Frame Politik-Regulatif dalam Polemik Halal

Frame ini muncul ketika media menempatkan sertifikasi halal dalam konteks relasi kuasa antara negara, pelaku usaha, kelompok masyarakat sipil, dan elite politik. Isu halal dipresentasikan sebagai kebijakan yang dapat menaikkan legitimasi pemerintah, tetapi juga memunculkan resistensi jika dianggap memberatkan.

Tempo.co cenderung lebih kritis dalam menampilkan pertanyaan mengenai efektivitas regulasi, kepentingan elite, dan konsistensi pemerintah. Pada dimensi *make moral judgement*, kebijakan dapat diposisikan ambigu: di satu sisi penting, di sisi lain berpotensi menjadi instrumen simbolik jika implementasinya lemah. Hal ini menunjukkan bahwa media tertentu berfungsi sebagai *watchdog* yang menguji narasi resmi negara.

Perbandingan Antar Media

Jika disederhanakan, kecenderungan *framing* antar media dapat dilihat sebagai berikut:

Media	Frame Dominan	Karakter Narasi
Kompas.com	Birokrasi-Administratif	Moderat, tata kelola
Detik.com	Ekonomi-Pragmatis	Cepat, respons publik
CNN Indonesia	Ekonomi-Pragmatis	Dampak kebijakan dan konflik aktual
Tempo.co	Politik-Regulatif	Kritis dan investigatif
Republika.co.id	Religius-Normatif	Nilai halal dan kepentingan umat

Kontestasi Makna dalam Polemik Sertifikasi Halal

Hasil penelitian mengonfirmasi teori *framing* Robert N. Entman bahwa media melakukan seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu agar khalayak memahami masalah melalui perspektif tertentu. Dalam kasus sertifikasi halal, tidak ada satu definisi tunggal tentang polemik. Hal yang sama dapat tampil sebagai beban ekonomi di satu media, kewajiban moral di media lain, dan kegagalan tata kelola di media berbeda.

Temuan ini juga relevan dengan tradisi studi komunikasi Indonesia yang melihat media sebagai aktor sosial, bukan sekadar penyalur informasi. Media membentuk persepsi mengenai siapa korban, siapa penyebab, dan siapa pahlawan dalam sebuah kebijakan.

KESIMPULAN

Secara teoretis, hasil penelitian ini mengonfirmasi relevansi teori framing Robert N. Entman bahwa media bekerja melalui proses seleksi isu, penonjolan aspek tertentu, serta penyusunan definisi masalah, penyebab, penilaian moral, dan solusi. Dalam konteks sertifikasi halal, isu yang sama dapat tampil sebagai beban ekonomi di satu media, perlindungan moral di media lain, atau kegagalan birokrasi pada media berbeda.

Secara praktis, temuan ini memberi implikasi bahwa pemerintah, BPJPH, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lain perlu memahami pentingnya komunikasi publik yang strategis. Regulasi yang baik dapat menghadapi resistensi jika terus dibaca melalui *frame* kerumitan dan beban ekonomi. Sebaliknya, kebijakan yang belum sempurna dapat memperoleh legitimasi lebih luas jika dikomunikasikan secara transparan, inklusif, dan berbasis kebutuhan masyarakat.

Penelitian ini juga memberi kontribusi bagi studi komunikasi di Indonesia dengan menempatkan isu halal bukan hanya sebagai kajian ekonomi syariah atau hukum administrasi, tetapi sebagai arena produksi makna media. Hal ini membuka ruang interdisipliner antara komunikasi, kebijakan publik, sosiologi agama, dan ekonomi politik media.

DAFTAR PUSTAKA

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4).
- Eriyanto, & Mulyana, D. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara.
- Hasma, V. M., Suganda, D., Islam, U., & Banda, N. A. (2024). *Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Menurut*. 5(2), 530–555.
- Putra, Y. E., & Majid, M. S. A. (2025). *Konflik Nilai-Praktik Konsumsi Halal : Analisis Perilaku Konsumen Muslim Perspektif Ekonomi Islam*. 05(02), 482–489.
- Syarifuddin. (2025). Urgensi Sertifikasi Halal pada Produk Keuangan Syariah : Kajian Hukum Ekonomi Syariah terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(3).
- Yulloh, M. S., & Nuraini, A. (2025). *Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Daya Saing UMKM Pangan Desa Cijurey*. VIII(November), 186–194.