

## Analisis *Framing* Unggahan Informasi Bencana Banjir dan Longsor Sumatera di Akun *Instagram* @kompas.com

Annisa Fadillah<sup>1\*</sup>, Anang Anas Azhar<sup>2</sup>

<sup>1\*,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

### article info

#### Article history:

Received 26 February 2026

Received in revised form

27 March 2026

Accepted 1 April 2026

Available online October 2026.

#### Keywords:

Framing; Entman; Instagram;

Disaster; Kompas.com.

#### Kata Kunci:

Framing; Entman; Instagram;

Bencana; Kompas.com.


### abstract

This study aims to analyze the framing of flood and landslide disaster information in Sumatera posted on the Instagram account @kompas.com using Robert N. Entman's framing model. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through documentation of Instagram posts. The analysis is based on four framing elements: define problems, diagnose causes, make moral judgement, and treatment recommendation. The findings show that Kompas.com frames the disaster as a large-scale humanitarian crisis emphasized through visuals, casualty figures, and emotional narratives. The causes are mainly attributed to natural factors such as extreme weather conditions, while moral judgments focus on empathy for victims without assigning blame. Recommendations are presented implicitly through evacuation efforts and calls for assistance. The framing strengthens the perception of urgency and increases public awareness of the disaster.

### abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis framing unggahan informasi bencana banjir dan longsor di Sumatera pada akun Instagram @kompas.com menggunakan model framing Robert N. Entman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi unggahan Instagram. Analisis dilakukan berdasarkan empat elemen framing, yaitu define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com membingkai bencana sebagai krisis kemanusiaan berskala besar yang ditampilkan melalui visual, angka korban, dan narasi emosional. Penyebab bencana didominasi faktor alam seperti cuaca ekstrem, sementara penilaian moral berfokus pada empati terhadap korban tanpa menyalahkan pihak tertentu. Rekomendasi penanganan ditampilkan secara implisit melalui evakuasi dan ajakan bantuan. Framing yang digunakan memperkuat kesan darurat dan meningkatkan kesadaran publik terhadap bencana.

\*Corresponding Author. Email: [annisa0603222169@uinsu.ac.id](mailto:annisa0603222169@uinsu.ac.id)<sup>1\*</sup>.

Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

## 1. Pendahuluan

Teknologi digital mengubah cara media menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media kini tidak hanya menyampaikan berita, tetapi juga memilih dan membingkai realitas sosial yang disajikan kepada publik. Proses seleksi dan penonjolan peristiwa tertentu disebut *framing*, yaitu cara media mengonstruksi suatu isu sehingga menghasilkan makna tertentu bagi khalayak (Hadiwijaya, 2023). *Framing* berperan penting karena memengaruhi cara masyarakat memahami suatu peristiwa sekaligus membentuk persepsi, emosi, dan respons sosial terhadap isu tersebut (Entman, 1993). Model *framing* Robert N. Entman menjelaskan bahwa proses *framing* terdiri dari empat elemen utama, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*. Keempat elemen ini membantu menjelaskan bagaimana media membingkai suatu peristiwa sehingga menghasilkan pemaknaan tertentu bagi audiens (Launa, 2020). Indonesia termasuk negara dengan tingkat kerawanan bencana tinggi, terutama bencana hidrometeorologi seperti banjir dan tanah longsor. Berdasarkan data BNPB (2025), sepanjang tahun 2025 terjadi ribuan kejadian bencana, dengan mayoritas berupa banjir dan longsor. Pulau Sumatera menjadi salah satu wilayah yang paling terdampak, terutama di provinsi Aceh, Sumatera Utara, dan Sumatera Barat, dengan jumlah korban dan kerusakan yang signifikan. Kondisi geografis serta intensitas curah hujan yang tinggi menjadikan wilayah ini sangat rentan terhadap bencana tersebut (Azizah *et al.*, 2022).

Saat terjadi bencana, media berperan menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan bertanggung jawab. Namun dalam praktiknya, pemberitaan media—terutama di media sosial—tidak terlepas dari proses *framing* yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap suatu peristiwa. Salah satu media yang aktif dalam menyebarkan informasi bencana melalui media sosial adalah akun Instagram @kompas.com, yang memiliki jangkauan audiens luas dan intensitas unggahan yang tinggi. Setiap unggahan pada akun tersebut tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga menggunakan elemen visual, narasi, dan pemilihan kata tertentu yang berpotensi membentuk *framing* terhadap peristiwa bencana.

Penelitian terkait *framing* pada isu bencana telah dilakukan sebelumnya, salah satunya oleh Pohan & Sari (2023) yang menemukan bahwa media dapat membingkai isu banjir dengan menonjolkan aktor tertentu sehingga membentuk persepsi publik. Namun penelitian tersebut masih berfokus pada media *online* konvensional. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan dengan menganalisis *framing* pada media sosial Instagram, yang memiliki karakteristik penyajian konten visual dan naratif yang berbeda. Penelitian ini berfokus pada unggahan akun Instagram @kompas.com terkait bencana banjir dan longsor di Sumatera menggunakan model *framing* Robert N. Entman untuk melihat bagaimana media mendefinisikan masalah, menyajikan penyebab, memberikan penilaian moral, serta menawarkan rekomendasi tindakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis dalam kajian komunikasi media, khususnya *framing* di media sosial, serta sumbangan praktis bagi media dalam menyampaikan informasi bencana secara lebih akurat, bertanggung jawab, dan sensitif terhadap kondisi sosial masyarakat.

## 2. Metodologi Penelitian

### Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna dan cara media membingkai suatu peristiwa, bukan menguji hubungan antarvariabel secara statistik (Safarudin, Kustati, & Sepriyanti, 2023). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengkaji isi unggahan berdasarkan konteks dan makna yang terkandung dalam konten media sosial. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena apa adanya, yaitu cara akun Instagram @kompas.com membingkai pemberitaan bencana banjir dan longsor di Sumatera. Peneliti tidak melakukan manipulasi terhadap objek penelitian, melainkan mendeskripsikan secara sistematis bentuk penyajian pesan melalui elemen visual dan naratif. Analisis dilakukan menggunakan teori *framing* Robert N. Entman yang mencakup empat elemen utama, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation*.

### Lokasi, Waktu, dan Teknik Pengumpulan Data

Lokasi penelitian ini bersifat virtual, yaitu pada platform media sosial Instagram, khususnya akun @kompas.com. Penelitian dilakukan dengan fokus pada unggahan terkait peristiwa bencana banjir dan longsor di Sumatera pada bulan November 2025. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari konten unggahan Instagram @kompas.com yang berkaitan dengan pemberitaan bencana banjir dan longsor di Sumatera, meliputi video *Reels*, *caption*, serta elemen visual pendukung seperti gambar dan teks pada konten. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, jurnal ilmiah, skripsi, serta sumber akademik lainnya yang relevan dengan teori *framing* Robert N. Entman, komunikasi massa, jurnalisme, dan media sosial.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman, yang terdiri dari empat elemen utama: (1) *Define Problems* (Pendefinisian Masalah), mengidentifikasi bagaimana peristiwa banjir dan longsor didefinisikan dalam unggahan Instagram @kompas.com; (2) *Diagnose Causes* (Penentuan Penyebab), menganalisis faktor atau pihak yang dianggap sebagai penyebab terjadinya bencana; (3) *Make Moral Judgement* (Penilaian Moral), mengkaji nilai, sikap, atau penilaian moral yang muncul dalam narasi pemberitaan; (4) *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Penanganan), menelaah solusi atau tindakan yang disampaikan atau disiratkan dalam unggahan.

### Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui beberapa teknik dalam penelitian kualitatif. Pertama, dilakukan ketekunan pengamatan dengan menelaah secara berulang unggahan Instagram @kompas.com yang berkaitan dengan bencana banjir dan longsor di Sumatera, baik dari aspek visual maupun narasi. Hal ini dilakukan untuk memastikan data yang dianalisis relevan dengan fokus penelitian. Kedua, digunakan teknik triangulasi sumber data, yaitu dengan membandingkan antarunggah pada periode yang sama serta mencocokkannya dengan sumber resmi seperti laporan BNPB dan pemberitaan media arus utama lainnya. Teknik ini bertujuan meningkatkan

validitas data serta mengurangi bias dalam interpretasi hasil penelitian.

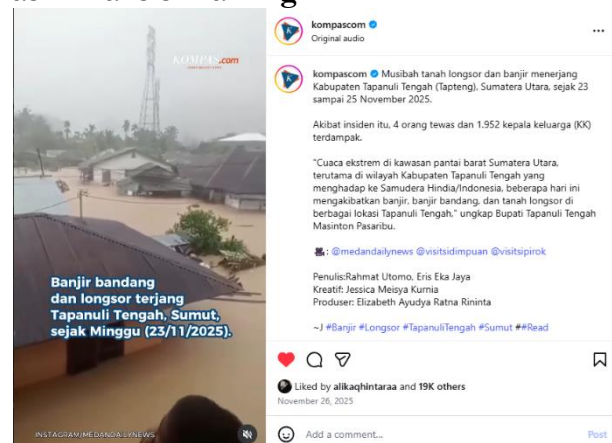
## 3. Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Profil Kompas.com

Kompas.com merupakan salah satu pelopor media *online* di Indonesia yang mulai hadir di internet pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. Pada tahap awal, *Kompas Online* (KOL) yang dapat diakses melalui [kompas.co.id](http://kompas.co.id) hanya menyajikan versi digital atau salinan dari berita yang dimuat dalam *Harian Kompas* pada hari yang sama. Layanan ini bertujuan menjangkau pembaca yang berada di wilayah dengan distribusi koran yang terbatas. Dengan adanya *Kompas Online*, pembaca di berbagai daerah, khususnya di Indonesia bagian timur maupun di luar negeri, dapat langsung mengakses berita tanpa harus menunggu beberapa hari seperti distribusi cetak. Pada awal tahun 1996 alamat situs diubah menjadi [www.kompas.com](http://www.kompas.com), yang kemudian semakin dikenal luas oleh pembaca internasional. Pada 6 Agustus 1998, *Kompas Online* berkembang menjadi unit bisnis tersendiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM). Sejak saat itu, platform ini lebih dikenal sebagai KCM dan tidak lagi hanya menampilkan replika berita cetak, tetapi juga menyajikan pembaruan berita terkini secara berkelanjutan sepanjang hari.

### Hasil Analisis Framing



Gambar 1. Unggahan 1: *Update* Banjir Bandang dan Longsor di Tapteng Sumut: 4 Orang Tewas Ribuan Rumah Terendam

Tanggal unggahan: 26 November 2025

1) *Define Problems* (Pendefinisian Masalah)

Kompas.com membingkai bencana banjir dan longsor sebagai peristiwa darurat berdampak luas terhadap masyarakat. Hal ini terlihat dari visual yang menampilkan permukiman warga terendam banjir serta informasi korban, yaitu 4 orang meninggal dunia dan 1.952 kepala keluarga terdampak. Penyajian ini menunjukkan bahwa bencana tidak hanya diposisikan sebagai kejadian alam, tetapi sebagai krisis kemanusiaan yang memerlukan perhatian serius. Penekanan pada kondisi wilayah yang lumpuh memperkuat *framing* bahwa peristiwa ini bersifat mendesak dan berdampak signifikan.

2) *Diagnose Causes* (Penyebab)

Penyebab bencana dalam unggahan ini di-*framing* terutama berasal dari faktor alam, yaitu cuaca ekstrem berupa hujan deras yang terjadi secara terus-menerus selama beberapa hari. Kondisi tersebut kemudian memicu banjir, banjir bandang, dan tanah longsor di beberapa wilayah. *Framing* ini didukung penjelasan kondisi geografis daerah yang berada di wilayah pesisir dan berhadapan langsung dengan Samudera, sehingga rentan terhadap cuaca ekstrem. Selain itu, kutipan dari pejabat daerah turut memberikan legitimasi bahwa bencana memang disebabkan oleh faktor alam, sehingga memperkuat penerimaan publik terhadap narasi tersebut.

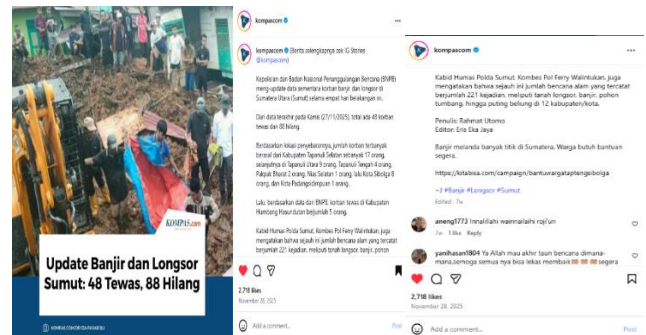
3) *Make Moral Judgement* (Penilaian Moral)

Penilaian moral dalam unggahan ini dibangun secara tidak langsung melalui visual, narasi, dan data korban. Penonjolan angka korban jiwa serta jumlah warga terdampak berfungsi membangun kesadaran emosional audiens terhadap besarnya dampak bencana. Visual kondisi banjir yang parah turut memperkuat kesan tragis dan menimbulkan empati publik. Dalam *framing* ini, tidak terdapat pihak yang disalahkan, sehingga fokus moral lebih diarahkan pada rasa simpati dan kepedulian terhadap korban.

4) *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Penanganan)

Rekomendasi penanganan dalam unggahan ini disampaikan baik secara implisit maupun eksplisit. Secara implisit, kondisi bencana yang parah mengarahkan pemahaman bahwa

diperlukan evakuasi, bantuan darurat, dan penanganan cepat. Secara eksplisit, terdapat pernyataan pejabat daerah yang menekankan prioritas keselamatan warga. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah telah mengambil langkah responsif terhadap situasi tersebut. Selain itu, terdapat pesan tidak langsung kepada masyarakat untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap potensi bencana susulan akibat cuaca ekstrem.



Gambar 2. Unggahan 2: *Update Banjir dan Longsor Sumut: 48 Tewas, 88 Hilang*  
Tanggal unggahan: 28 November 2025

1) *Define Problems* (Pendefinisian Masalah)

Kompas.com membingkai bencana sebagai peristiwa darurat berskala besar yang masih berlangsung. Hal ini terlihat dari judul "*Update Banjir dan Longsor Sumut: 48 Tewas, 88 Hilang*" yang menekankan sifat kejadian yang belum selesai. Penonjolan angka korban secara langsung menciptakan efek kejut sekaligus memperkuat kesan seriusnya bencana. Visual evakuasi jenazah, alat berat, serta kondisi lokasi yang rusak memperkuat *framing* bahwa peristiwa ini merupakan krisis kemanusiaan. Selain itu, sebaran korban di beberapa wilayah menunjukkan luasnya dampak bencana, bukan sekadar kejadian lokal.

2) *Diagnose Causes* (Penyebab)

Penyebab bencana di-*framing* secara umum sebagai faktor alam tanpa penjelasan teknis yang mendalam. Tidak terdapat elaborasi terkait hujan ekstrem atau faktor lingkungan lain seperti kerusakan ekosistem. Fokus pemberitaan lebih diarahkan pada besarnya dampak dan jumlah kejadian bencana yang terjadi dalam periode singkat. Visual juga tidak menampilkan proses

penyebab, melainkan langsung pada kondisi pascabencana. Hal ini membuat bencana terkesan sebagai fenomena alam yang terjadi secara natural dan sulit dihindari.

3) *Make Moral Judgement* (Penilaian Moral)

Penilaian moral dibangun melalui visual evakuasi jenazah dan penonjolan angka korban. Hal ini menciptakan efek emosional berupa empati dan duka yang kuat terhadap korban. Penggunaan kata "hilang" juga memperkuat ketidakpastian dan memperdalam aspek emosional pemberitaan. Namun demikian, tidak terdapat narasi yang menyalahkan pihak tertentu, sehingga *framing* moral lebih berfokus pada *human interest*, yaitu simpati dan kepedulian terhadap korban.

4) *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Penanganan)

Rekomendasi penanganan ditampilkan melalui visual aktivitas evakuasi yang menunjukkan adanya upaya penanganan oleh pihak terkait seperti tim SAR dan aparat. Selain itu, terdapat ajakan bantuan melalui tautan donasi yang mendorong partisipasi publik. Hal ini menunjukkan bahwa solusi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dengan melibatkan audiens dalam aksi kemanusiaan.

bahwa jumlah korban meninggal akibat banjir dan longsor di tiga provinsi (Aceh, Sumatera Utara, dan Sumatera Barat) meningkat menjadi 303 orang. Disebutkan juga ratusan korban lainnya masih hilang. Selain itu, terdapat tambahan informasi bahwa jumlah kejadian bencana mencapai 221 kejadian di 12 kabupaten/kota, meliputi banjir, longsor, pohon tumbang, hingga puting beliung.

1) *Define Problems* (Pendefinisian Masalah)

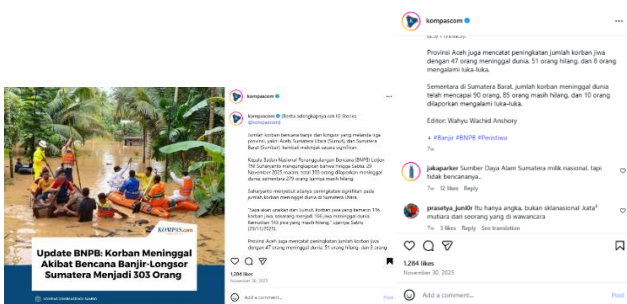
Kompas.com membingkai bencana sebagai krisis besar yang semakin meluas dan mengalami eskalasi. Hal ini ditunjukkan melalui penekanan angka korban meninggal yang mencapai 303 orang serta penggunaan istilah "update" yang menandakan situasi masih berlangsung. Selain itu, penyebutan 221 kejadian bencana di berbagai wilayah memperkuat *framing* bahwa peristiwa ini bukan kejadian tunggal, melainkan rangkaian bencana berskala luas. Visual evakuasi warga menggunakan perahu karet juga menegaskan bahwa kondisi di lapangan masih dalam keadaan darurat dan masyarakat masih terdampak.

2) *Diagnose Causes* (Penyebab)

Penyebab bencana di-*framing* sebagai faktor alam, meskipun tidak dijelaskan secara rinci. Berbagai jenis bencana yang terjadi seperti banjir, longsor, dan puting beliung mengarah pada kondisi cuaca ekstrem sebagai penyebab utama. Penyebutan banyaknya kejadian dalam waktu singkat memperkuat kesan bahwa bencana terjadi akibat intensitas alam yang tinggi. Sama seperti unggahan sebelumnya, tidak terdapat penjelasan mengenai faktor non-alam, sehingga bencana diposisikan sebagai fenomena alam yang terjadi secara natural.

3) *Make Moral Judgement* (Penilaian Moral)

Penilaian moral dibangun melalui penonjolan angka korban yang sangat besar serta visual evakuasi warga yang berada dalam kondisi darurat. Hal ini menciptakan *framing* emosional yang menekankan tragedi kemanusiaan berskala luas. Penyebaran korban di berbagai provinsi memperkuat kesan bahwa bencana ini merupakan musibah kolektif. *Framing* moral lebih diarahkan pada empati dan kepedulian publik tanpa menyalahkan pihak tertentu.



Gambar 3. Unggahan 3: *Update BNPB: Korban Meninggal Akibat Bencana Banjir-Longsor Sumatera Menjadi 303 Orang*  
 Tanggal unggahan: 30 November 2025

Foto memperlihatkan proses evakuasi warga di tengah banjir menggunakan perahu karet. Terlihat beberapa petugas menggunakan atribut keselamatan seperti rompi pelampung, sementara warga duduk di atas perahu dalam kondisi darurat. Air banjir tampak cukup tinggi hingga merendam kawasan permukiman dan pepohonan di sekitarnya. *Caption* menjelaskan

#### 4) *Treatment Recommendation* (Rekomendasi Penanganan)

Rekomendasi penanganan ditampilkan secara implisit melalui visual evakuasi dan konteks bencana yang luas. Hal ini menunjukkan adanya upaya penanganan darurat di lapangan serta kebutuhan akan koordinasi lintas wilayah, bantuan logistik, dan respons cepat. Selain itu, banyaknya jenis bencana yang terjadi juga secara tidak langsung memberikan pesan perlunya kewaspadaan masyarakat terhadap potensi bencana susulan.

### 3.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis terhadap ketiga unggahan Instagram @kompas.com mengenai bencana banjir dan longsor di Sumatera, ditemukan pola *framing* yang konsisten dalam pemberitaan bencana. Pada aspek pendefinisian masalah (*define problems*), Kompas.com secara konsisten membingkai bencana sebagai krisis kemanusiaan berskala besar yang bersifat darurat dan terus berkembang. Hal ini terlihat dari penggunaan istilah "*update*" pada setiap judul unggahan, penonjolan angka korban yang terus meningkat (dari 4 orang, 48 orang, hingga 303 orang), serta visual yang menampilkan kondisi darurat seperti permukiman terendam, evakuasi jenazah, dan evakuasi warga menggunakan perahu karet. Strategi *framing* ini efektif dalam membangun persepsi publik bahwa bencana bukan sekadar peristiwa alam biasa, melainkan tragedi kemanusiaan yang memerlukan perhatian segera.

Pada aspek penyebab (*diagnose causes*), ketiga unggahan secara konsisten membingkai bencana sebagai akibat faktor alam, khususnya cuaca ekstrem berupa hujan deras yang terjadi secara terus-menerus. Media tidak banyak menyoroti faktor non-alam seperti kerusakan lingkungan, alih fungsi lahan, atau faktor kebijakan yang mungkin turut berkontribusi terhadap terjadinya bencana. Penyederhanaan penyebab pada faktor alam ini dapat dipahami sebagai strategi *framing* yang menekankan aspek ketidakberdayaan manusia terhadap fenomena alam, sehingga bencana cenderung dipahami sebagai peristiwa yang tidak dapat dihindari. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pohan & Sari (2023) yang menemukan bahwa media cenderung membingkai bencana dengan menonjolkan aktor atau faktor

tertentu yang membentuk persepsi publik. Pada aspek penilaian moral (*make moral judgement*), Kompas.com membangun narasi empati melalui penonjolan data korban dan visual evakuasi yang menyentuh aspek emosional audiens. *Framing* yang muncul lebih menekankan rasa duka, simpati, dan kepedulian terhadap korban tanpa menyalahkan pihak tertentu. Orientasi moral yang dibangun bersifat humanis dan emosional, yang bertujuan membangkitkan empati publik terhadap korban bencana. Penggunaan kata "hilang" pada unggahan kedua juga memperkuat aspek emosional dengan menunjukkan ketidakpastian nasib korban, yang memperdalam rasa duka dan kepedulian audiens. Pada aspek rekomendasi penanganan (*treatment recommendation*), media lebih banyak menampilkan solusi secara implisit melalui visual penanganan di lapangan, seperti evakuasi warga dan aktivitas tim SAR, serta informasi mengenai bantuan dan ajakan donasi. Solusi yang dibangun berfokus pada respons darurat, kewaspadaan masyarakat, dan bantuan kemanusiaan. Temuan ini menunjukkan bahwa *framing* Kompas.com tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dengan melibatkan audiens dalam aksi kemanusiaan melalui ajakan bantuan dan donasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi realitas yang memengaruhi cara publik memahami peristiwa bencana melalui proses *framing* yang dilakukan media. *Framing* yang dilakukan oleh akun Instagram @kompas.com pada pemberitaan banjir dan longsor di Sumatera didominasi oleh penekanan pada aspek dampak dan kemanusiaan, dengan penyebab yang disederhanakan pada faktor alam serta solusi yang bersifat responsif. *Framing* tersebut berkontribusi dalam membentuk pemahaman publik bahwa bencana merupakan krisis besar yang memerlukan empati, kepedulian, dan tindakan cepat dari berbagai pihak.

## 4. Kesimpulan

Hasil analisis *framing* menggunakan model Robert N. Entman terhadap unggahan informasi bencana banjir dan longsor di Sumatera pada akun Instagram @kompas.com menunjukkan bahwa media

membingkai peristiwa bencana sebagai krisis kemanusiaan berskala besar yang bersifat darurat dan terus berkembang. Pada elemen *define problems* (pendefinisian masalah), Kompas.com memposisikan bencana sebagai situasi darurat serius dengan dampak luas, ditandai oleh penonjolan angka korban, kondisi wilayah yang terdampak parah, serta visual evakuasi yang memperkuat kesan krisis. *Framing* ini menunjukkan bahwa bencana tidak hanya dipahami sebagai peristiwa alam, tetapi sebagai tragedi kemanusiaan yang memerlukan perhatian segera.

Pada elemen *diagnose causes* (penyebab), ketiga unggahan membingkai bencana sebagai akibat faktor alam, khususnya cuaca ekstrem dan kondisi geografis. Media tidak banyak menyoroti faktor non-alam seperti kerusakan lingkungan atau faktor kebijakan, sehingga bencana cenderung dipahami sebagai fenomena alam yang tidak dapat dihindari. Pada elemen *make moral judgement* (penilaian moral), Kompas.com membangun narasi empati melalui penonjolan data korban dan visual evakuasi. *Framing* yang muncul lebih menekankan rasa duka, simpati, dan kepedulian terhadap korban tanpa menyalahkan pihak tertentu, sehingga orientasi moral yang dibangun bersifat humanis dan emosional. Pada elemen *treatment recommendation* (rekomendasi penanganan), media lebih banyak menampilkan solusi secara implisit melalui visual penanganan di lapangan, pernyataan pejabat, serta informasi mengenai bantuan dan evakuasi. Hal ini menunjukkan bahwa solusi yang dibangun berfokus pada respons darurat, kewaspadaan masyarakat, dan bantuan kemanusiaan.

Penelitian ini menemukan bahwa *framing* yang dilakukan oleh akun Instagram @kompas.com pada pemberitaan banjir dan longsor di Sumatera didominasi oleh penekanan pada aspek dampak dan kemanusiaan, dengan penyebab yang disederhanakan pada faktor alam serta solusi yang bersifat responsif. *Framing* tersebut membentuk pemahaman publik bahwa bencana merupakan krisis besar yang memerlukan empati, kepedulian, dan tindakan cepat dari berbagai pihak. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi realitas yang memengaruhi

cara publik memahami peristiwa bencana melalui proses *framing* yang dilakukan media.

## 5. Daftar Pustaka

- Azizah, M., Subiyanto, A., Triutomo, S., & Wahyuni, D. (2022). Pengaruh perubahan iklim terhadap bencana hidrometeorologi di Kecamatan Cisarua - Kabupaten Bogor. *Jurnal Geografi*, 6(2), 541–546.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. (2025). *Data dan informasi kebencanaan bulanan teraktual*. BNPB.
- Dharmika, I. G., & Widaswara, R. Y. (2025). Analisis framing media Kompas terkait banjir di Sumatra. *Jurnal Komunikasi*, 6, 82–85. <https://doi.org/10.31294/jpr.v6i2.11239>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Furna, P. Z., & Saleh, M. (2026). Analisis Framing Pemberitaan Banjir Bandang di Aceh Pada Media Daring AJNN. net. *Jurnal Wacana Sosial Nusantara*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18288232>
- Hadiwijaya, A. S. (2023). Sintesa teori konstruksi sosial realitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 75–89.
- Hakim, H. I., Polin, I., & Irwansyah. (2024). Peran media sosial Instagram sebagai media informasi dalam masyarakat 5.0. *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(23), 287–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14564263>
- Idrus, I., Bowasis, B., & Umar, U. (2024). Mitigasi bencana banjir akibat longsor pada daerah aliran sungai terhadap ketersediaan air bersih di Kecamatan Dondo. *Jurnal Bencana dan Mitigasi*, 1(2), 46–52. <https://doi.org/10.63877/jbk.v2i1.47>

- Launa, L. (2020). Analisis framing berita model Robert Entman terkait citra Prabowo Subianto di [Republika.co.id](http://Republika.co.id). *Jurnal Media dan Komunikasi*, 3(1), 50–64. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i1.57>
- Maharani, N. A., & Wahyuningsih, W. (2024). Social media Instagram as a news reference for journalism students. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(1), 41–48. <https://doi.org/10.22437/jkam.v8i1.26176>
- Michael, F. R. (2024). Komunikasi Instagram Narasi.tv dengan Generasi Z melalui empat pilar media sosial. *Jurnal Media Sosial*, 8, 75–82. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27559>
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (t.t.). Menggali strategi visual dan naratif @tokomerekah dalam membangun brand identitas di Instagram. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(3), 3158–3169.
- Oktarida, F. (2021). *Pemberitaan media daring tentang kebijakan sistem pembelajaran pada masa pandemi COVID-19 oleh Kemendikbud: Analisis framing Robert N. Entman* [Skripsi, Universitas Indonesia]. Repositori Universitas Indonesia.
- Palsapah, A., & Anwar, M. K. (2024). Hydrometeorological disaster: Challenges and mitigation in Indonesia. *Journal of Indonesian Science and Technology*, 5(1), 318–330. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i01.888>
- Pamungkas, Y. C., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi realitas sosial di Indonesia dalam peran media dan identitas budaya di era globalisasi. *Jurnal Sosiologi Media*, 4, 28–36.
- Pohan, S., Sari, R., & Maisyarah, M. (2023). Peningkatan Bobby Nasution pada SINDONews.com. *Jurnal Mukasi*, 2(2), 111–123. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1559>
- Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 3, 9680–9694.
- Simatupang, R. (2021). Analisis framing pemberitaan Kompas.com tentang COVID-19 di DKI Jakarta. *Jurnal Komunikasi Massa*, 4(1), 39–52. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1315>
- Sri Rejeki, M. N. (2013). Perspektif antropologi dan teori komunikasi: Penelusuran teori-teori komunikasi dari disiplin antropologi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 41–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v7i1.195>
- Wijayanti, N., Andriany, C., Gerson, K., & Manuel, R. (2019). Dua mata memandang karhutla: Analisis framing pemberitaan karhutla di The Star dan Kompas.com model Robert N. Entman. *Jurnal Komunikasi Internasional*, 13(2), 153–165. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v13i2.1940>