

ABSTRAK

Penetapan anggaran MBG menjadi perhatian publik karena merupakan janji kampanye Prabowo-Gibran pada Pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana *detikcom* dan *metrotvnews* membingkai pemberitaan mengenai anggaran MBG pada 29 dan 30 November 2024. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan teori *framing* dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang mencakup struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *detikcom* cenderung membingkai isu secara personal dan emosional, menampilkan Prabowo sebagai tokoh utama yang solutif dan pro-rakyat. Narasi dibangun untuk memperkuat citra Prabowo sebagai pemimpin empatik yang tetap berusaha maksimal di tengah keterbatasan anggaran. Sebaliknya, *metrotvnews* menonjolkan pendekatan teknokratis dan rasional, dengan fokus pada data, hasil uji coba, dan kapasitas kebijakan. Figur Prabowo tidak terlalu ditonjolkan, melainkan ditekankan pada institusi dan keabsahan teknis kebijakan. Perbedaan ini mencerminkan preferensi redaksional masing-masing media dalam membentuk persepsi publik terhadap kebijakan MBG.

Kata Kunci: *Framing*, Portal berita daring, Makan Bergizi Gratis, Pan dan Kosicki