

TESIS

**MOBILISASI MASSA GNPf – MUI DAN FPI
DALAM AKSI 212
(Analisis Framing Pemberitaan Melalui Media Online
Detik.Com Dan Sindonews.Com)**

***THE MOBILIZATION OF GNPf – MUI AND FPI MASS IN 212
ACTION (a Framing Analysis of News Through Detik.com
dan Sindonews.com Online Media)***

S Y A H R U L

P1400216013



**SEKOLAH PASCA SARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2019



Optimization Software:
www.balesio.com

TESIS

**MOBILISASI MASSA GNPf – MUI DAN FPI
DALAM AKSI 212
(Analisis Framing Pemberitaan Melalui Media Online
Detik.Com Dan Sindonews.Com)**

S Y A H R U L

P1400216013



**SEKOLAH PASCA SARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2019



Optimization Software:
www.balesio.com

TESIS

MOBILISASI MASSA GNPf – MUI DAN FPI DALAM AKSI 212 (Analisis Framing Pemberitaan Melalui Media Online *Detik.Com Dan Sindonews.Com*)

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh

SYAHRUL

Kepada

**SEKOLAH PASCA SARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2019



Optimization Software:
www.balesio.com

TESIS

**MOBILISASI MASSA GNPf-MUI DAN FPI DALAM AKSI 212
(ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN MELALUI MEDIA ONLINE
DETIK.COM DAN SINDONEWS.COM)**

Disusun dan diajukan oleh

SYAHRUL

Nomor Pokok P1400216013

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal **09 Januari 2019**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Penasihat

Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si.

Ketua

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,

Dr. Abdul Halik, M.Si.

Anggota

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.



Prof. Dr. H. Armin, M.Si.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahrul

Nomor Induk Mahasiswa : P1400216013

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini adalah hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Makassar, 10 Januari 2019



SYAHRUL



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala izin dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: *Mobilisasi Massa GNPF-MUI dan FPI Dalam Aksi 212 (Analisis Framing Pemberitaan Melalui Media Online Detik.com dan Sindonews.com)*. sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar magister dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya kajian media pada Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Salawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW. Nabi yang selalu menjadi panutan umat Islam sebagai inspirasi dalam setiap langkah dan tindakan yang ingin dicapai.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki karena keterbatasan ilmu yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat berharap kritikan yang bersifat pengembangan dan saran yang membangun agar kedepannya menjadi lebih baik, terkhusus untuk kajian-kajian media komunikasi.

Selama menjalani proses perkuliahan hingga tahap penyelesaian begitu banyak pengalaman dan pembelajaran penulis dapatkan. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak serta pribadi yang memberikan andil besar selama proses perkuliahan hingga akhir tesis ini:

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, ayahanda H. Burhan dan Ibunda Hj. Masnia atas segala doa dan didikannya dengan penuh kasih sayang dan rasa sabar hingga penulis mencapai pendidikan pada jenjang ini.



2. Rektor Universitas Hasanuddin ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A dan segenap jajaran petinggi tingkat Universitas yang telah memberikan penulis ruang untuk menuntut ilmu pnetahuan di Universitas Hasanuddin.
3. Bapak Prof. Dr. H. Armin, M. Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dan segenap jajaran tingkat Fakultas yang telah memberikan kesempatan menimbah ilmu di FISIP UNHAS.
4. Bapak Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si selaku komisi penasehat I dan Dr. Abdul Halik, M.Si selaku komisi penasehat II atas bantuan dukungan serta telah memberikan arahan, masukan dan saran kepada penulis selama proses bimbingan berjalan hingga selesai.
5. Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M. Sc, Dr. Muhammad Najib, M. Ed., M. Lib dan Dr. Muhammad Farid, M. Si selaku komisi penguji dalam penelitian ini yang banyak memberikan kontribusi berupa saran, kritikan dan masukan yang bersifat membangun untuk perbaikan dalam penyempurnaan tesis ini.
6. Dosen-dosen pengajar Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin atas segala ilmunya dan motivasinya untuk terus berjuang dalam menyelesaikan studi.
7. Segenap staf akademik Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu perihal pelayanan sehingga proses perkuliahan dan penyelesaian administrasi berjalan dengan lancar.
8. Terima kasih sahabat dan teman kelas Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin khususnya angkatan 2016 atas segala motivasi dan dukungan untuk terus berjuang dalam menyelesaikan tahapan penyelesaian. 2 Tahun waktu menuntut ilmu menjadikan kami sebagai keluarga dalam bingkai kebersamaan.



9. Serta semua pihak yang namanya tidak tercantum dalam tesis ini, tetapi banyak memberikan kontribusi kepada penulis hingga menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, ucapan terima kasih tidak cukup mewakili semua apa yang telah dapatkan selama ini, penulis hanya dapat berdoa kepada Allah SWT untuk kiranya membalas atas segala jasa dan kebaikannya dan semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi kita semua dan diri sendiri.

Makassar, 1 November 2018

Penulis



ABSTRAK

SYAHRUL. *Mobilisasi Massa GNPf-MUI dan FPI dalam Aksi 212: Analisis Framing Pemberitaan Melalui Media Online Detik.com dan Sindonews.com* (dibimbing oleh Muh. Iqbal Sultan dan Abdul Halik).

Penelitian ini bertujuan (1) menganalisis alur pembentukan *framing* media Detik.com dan Sindonews.com berkaitan dengan pemberitaan tentang Aksi 212 periode bulan November 2016 - Desember 2016 dan (2) implikasi *framing* yang ditimbulkan media Detik.com dan Sindonews.com berkaitan dengan gerakan Aksi 212.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian analisis teks media. Data berupa teks berita dalam portal media *online Detik.com* dan *Sindonews.com* terkait dengan pemberitaan Aksi 212. Data dianalisis dengan menggunakan konsep *framing* Robert N. Entman, yaitu melihat pendefinisian masalah, penyebab masalah, pemilihan moral dalam menjelaskan masalah, dan penyelesaian yang disampaikan dalam pemberitaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) berdasarkan alur *framing* Robert N. Entman media Detik.com dan Sindonews.com memiliki dukungan kepada peserta Aksi 212. Pandangan wartawan Detik.com menekankan bahwa Aksi 212 harus identik dengan sikap terhormat dan bernilai ibadah. Adapun, Sindonews.com dalam melihat isu mobilisasi massa memberikan penonjolan pada sisi *counter* opini atas berkembangnya tuduhan-tuduhan yang mendiskreditkan massa Aksi 212 dan (2) implikasi dari *framing* kedua media *online* bahwa keterkaitan media dalam mengolah informasi publik mendorong terbentuknya mobilisasi massa. Massa dibentuk dan dihadirkan atas dasar pesan seruan dari GNPf MUI dan FPI.

Kata kunci: mobilisasi massa, Aksi 212, *framing*, GNPf-MUI, FPI, Detik.com, Sindonews.com



ABSTRACT

SYAHRUL. *The Mobilization of GNPF-MUI and FPI Mass in 212 Action: a Framing Analysis of News through Detik.com and Sindonews.com Online Media* (supervised by **Muh. Iqbal Sultan and Abdul Halik**)

This study aimed (1) to analyze the flow of the information of Deyic.com and Sindonews.com media related to the reports about the 212 actions from November through December 2016; and (2) to find out the framing implication caused by Detik.com and Sindonews.com Online Media about 212 Actions.

The approach used was descriptive-qualitative with the research type of the media text analysis. The analysis method of the text used the model framing analysis of Robert N. Enman. The data were the news texts taken from the portal media online of Detik.com and Sindonews.com. The data were then analyzed in order to look definition of the problems, the problem causes, the moral choice in explaining the problem, and the settlement presented in the news.

The research results indicated that (1) based on the framing flow of Robert N. Entman, Detik.com and Sindonews.com media had supports for the participants of 212 Action. The opinion of the journalists of Detik.com had emphasized that 212 Action should be identical with the honorable attitude and should had the religious value, while Sindonews.com in looking at the mass mobility issues gave the prominence to the counter opinion side for the development of accusations which discredited the mass 212 Action. (2) The implications of the framing of both online media that the media relation in managing the public information should push the formation of the mass mobilization. The mass was formed and presented on the basic message of GNPF-MUI and FPI.

Keywords: *mass mobilization, 212 Action, framing, GNPF-MUI, FPI, Detik.com, Sindonews.com*



Optimization Software:
www.balesio.com

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Konsep.....	11
B. Landasan Teori	28
C. Tinjauan Hasil Penelitian	39
D. Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
B. Fokus Penelitian	48
C. Sumber Data.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Teknik Analisis Data	49



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
1. Profil GNPF - MUI	54
2. Profil Situs Berita Online	57
B. Temuan Data	63
1. Pemberitaan Terkait Aksi 212 Di Media Detik.com	66
2. Pemberitaan Terkait Aksi 212 Di Media Sindonews.com	71
C. Analisis Data dan Pembahasan.....	76
1. Analisis Data	76
2. Pembahasan	109
a. Alur Pembentukan Framing Media Detik.com dan Sindonews.com Terkait Pemberitaan Aksi 212.....	109
b. Implikasi pemberitaan Detik.com dan Sindonews.com Terkait Gerakan Aksi 212	126
BAB V PENUTUP.....	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN.....	141



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Alur Kerangka Pikir.....	45
2.	Analisis Framing Model Robert N. Entman	52
3.	Tampilan Utama Detik.com	60
4.	Tampilan Utama Sindonews.com.....	62
5.	GNPF MUI Gelar Aksi Damai dan Doa untuk Negeri pada 2 Desember.....	66
6.	Saat Habib Rizieq Bicara Demonstrasi 2 Desember dan Penahanan Ahok.....	67
7.	Habib Rizieq: Aksi Damai 2 Desember Harus Terhormat dan Bernilai Ibadah	68
8.	Disebut Batal, Massa GNPF dari Ciamis Tetap Jalan Kaki.....	69
9.	Seruan Super Damai di Aksi 2 Desember dari Jokowi Hingga Ketum MUI	70
10.	Ini Agenda Aksi Bela Islam III pada 2 Desember	71
11.	GNPF MUI Bantah Aksi 2 Desember untuk Kudeta Jokowi.....	72
12.	Ini Sikap MUI Terkait Aksi 2 Desember.....	73
13.	Upaya Halangi Demo 2 Desember Semakin Menunjukkan Kapolri Panik.....	74



Lanjutan

14. Demo 2 Desember, Ribuan Warga Ciamis Jalan
Kaki ke Jakarta..... 75



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Konsep Analisis Framing.....	21
2.	Jadwal Penelitian	53
3.	Jumlah Berita Aksi 212 di Detik.com dan Sindonews.com.....	63
4.	Analisis Framing Robert N. Entman “GNPF MUI Gelar Aksi Damai dan Doa Untuk Negeri Pada 2 Desember	79
5.	Analisis Framing Robert. N. Entman “Saat Habib Rizieq Bicara Demonstrasi 2 Desember dan Penahanan Ahok	82
6.	Analisis Framing Model Robert N. Entman “Habib Rizieq: Aksi 2 Desember Harus Terhormat dan Bernilai Ibadah	86
7.	Analisis Framing Model Robert N. Entman “Disebut Bartal, Massa GNPF dari Ciamis Tetap Jalan Kaki ke Jakarta.....	89
8.	Analisis Framing Model Robert N. Entman “Seruan Aksi Damai Dari Jokowi Hingga Ketum MUI	89
9.	Analisis Framing Model Robert. N. Entman “Ini Agenda Aksi Bela Islam III Pada 2 Desember.....	96
10.	Analisis Framing Model Robert N. Entman “GNPF MUI Bantah Aksi 2 Desember untuk Kudeta Jokowi.....	99
11.	Analisis Framing Model Robert N. Entman “Ini Sikap MUI Terkait Aksi 2 Desember.....	103



Lanjutan

12. Analisis Framing Model Robert N. Entman “Upaya Halangi Demo 2 Desember Semakin Menunjukkan Kapolri Panik 105
13. Analisis Framing Model Robert. N Entman “Demo 2 Desember, Ribuan Warga Ciamis Jalan Kaki ke Jakarta 108
14. Kompilasi Pemberitaan Analisis Framing Robert N. Entman di Kedua Media online Detik.com dan Sindonews.com 131



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media massa memberikan dampak besar dalam proses penerimaan pesan. Masyarakat dihadirkan beragam bentuk media dalam kehidupannya. Melalui media, masyarakat sangat mudah mendapatkan informasi dimanapun dan kapanpun. Hal ini berkorekuensi pada pola interaksi sosial yang didukung penggunaan media massa. Sehingga media bukan hanya berperan dalam pemberi informasi dan hiburan, tetapi lebih mengarah kepada alat kontrol masyarakat dalam menerima informasi.

Pembentukan dan pergeseran pola interaksi manusia yang bertumpu kepada media, mendorong media untuk terus menarik perhatian publik terhadap suatu isu tertentu. Sejalan dengan pandangan McQuail (2000), bahwa media memiliki sifat dan karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah yang besar dan luas (*universality of reach*) dan memberikan popularitas tinggi kepada siapapun yang ditampilkan oleh media massa.

Media massa sangat erat kaitannya dengan komunikasi dan informasi. Pesan yang disampaikan media massa bertujuan untuk kepentingan publik, dalam artian khalayak sebagai konsumtif yang aktif mendukung kebutuhan komunikasi dan informasi. Dewasa ini,



perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tumbuh sangat pesat. Sejalan dengan pesatnya pengguna internet secara meluas, tidak hanya pada bidang teknologi, tapi juga pada aspek sosial, politik, ekonomi dan budaya pada media massa. Hadirnya konvergensi media konvensional dan media yang tersambung pada internet (online) berkonsekuensi pada seluruh proses penerimaan informasi. Industri media memandang konvergensi sebagai peluang dalam penyebaran informasi.

Kontribusi teknologi dalam menciptakan keberagaman media, ditandai dengan hadirnya media online. Perkembangan ini berpengaruh pada eksistensi suatu media, termasuk media online. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media menurut McNamus (dalam Severin dan Tankard, 2005, p. 5) bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah, sehingga tanpa disadari bahwa kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi berkembang dengan keberagaman model penciptaan media.

Media massa memiliki keberagaman bentuk dan model dalam menyebarkan informasi, mulai dari hal yang konvensional hingga perangkat online. Media konvensional merupakan alat penyebaran informasi diperlukan oleh masyarakat karena fungsinya sebagai saluran pendidikan, informasi, hiburan dan ekonomi. Masyarakat dalam

dapatkan informasi juga lebih mengenal media online yang memiliki n tidak jauh berbeda dengan media konvensional. Masyarakat ern mengenal media online dimana isinya terdapat informasi-informasi



dalam kemasan tulisan, visual dan audiovisual. Jika dilihat seksama, tujuan dari media konvensional dan media online tidaklah jauh berbeda. Perbedaan yang mendasar dari segi proses untuk mendapatkan informasi dan kecepatan informasi. Hal ini menjadi alasan masyarakat modern cenderung menerima suatu pemberitaan melalui media online.

Pertumbuhan media massa online layak dikatakan sebagai media jurnalisme masa depan. Pengaruh perkembangannya memungkinkan setiap orang dapat mengakses dan menyebarkan informasi diruang publik. Sehingga minat penggunaanya terhadap media bisa bergeser dari media cetak ke media online. Pemberitaan media online cenderung bersifat holistik, mencakup berbagai bidang di antaranya terkait agama, sosial, politik, ekonomi, budaya dan sebagainya. Informasi yang dianggap penting oleh media kemudian disebarkan melalui portal-portal online yang bertujuan untuk mengabarkan informasi. Secara tidak langsung masyarakat disuguhkan informasi yang bersifat simple dan praktis, karena media online karakteristiknya adalah cepat dan aktual atas peristiwa-peristiwa yang disebarkan.

Isi pemberitaan yang terkandung dalam media massa online, ketika sampai pada masyarakat akan dapat membentuk persepsi atau dapat mengubah sikap, pikiran, dan perilaku manusia atas berita yang disampaikan. Berita merupakan informasi yang diperoleh dari hasil rekonstruksi wartawan atas suatu realitas yang terjadi pada masyarakat. Sebagaimana yang dikemukakan (Eriyanto, 2002, p. 29) yang mengutip



Michael Schudson, berita adalah hasil dari konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai.

Berita yang dimuat media massa bukan semata cermin dari realitas yang dilihat dan didengar oleh wartawan, tapi merupakan hasil pembingkai atau konstruksi wartawan media terhadap suatu realitas. Patut diduga bahwa media akan membingkai suatu realitas berdasarkan dari pandangan, ideologi dan nilai-nilai yang dianut oleh wartawan atau media yang bersangkutan, dan memungkinkan muncul sebuah persepsi tertentu terhadap berita yang disebarakan kepada masyarakat.

Informasi yang disampaikan media dianggap mampu membentuk opini publik dan bergeraknya massa untuk terlibat, sejalan dengan munculnya pemberitaan kasus penistaan agama oleh Gubernur DKI Jakarta yakni Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok, dianggap telah salah menafsirkan Al-Qur'an di hadapan sejumlah masyarakat di Kepulauan Seribu pada bulan September 2016 seperti dikabarkan oleh wartawan BBC Indonesia Edisi, 07 Oktober 2016 (<https://www.bbc.com>).

Awal kasus penistaan agama setelah akun official Buni Yani memposting video pidato Ahok melalui media sosial facebook pada tanggal 6 Oktober 2016. Ahok kemudian dilaporkan oleh Novel Bamumin dan Tim Advokat Cinta Tanah Air ke Badan Reserse Kriminal



(Bareskrim Polri) dilengkapi dengan alat bukti visual. Kemudian bermuculan berbagai organisasi-organisasi keislaman dalam merespon dan mengawal kasus penistaan agama, salah satunya adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Kasus penistaan agama merupakan polemik yang menyita perhatian publik luas, mulai level nasional hingga pada level internasional. Penggalan kalimat yang diucapkan Ahok “jangan mau dibohongi pakai Ayat Al Maidah 51” yang kemudian digiring menjadi polemik publik. Di sisi lain pada akhir Tahun 2016 hingga awal 2017 sedang berlangsung tahapan pemilihan Gubernur DKI Jakarta, dimana Ahok juga menjadi kontestan pemilihan Gubernur sebagai petahana. Momentum ini dimanfaatkan oleh orang-orang yang telah merasa gerah dengan kebijakan yang dibuat oleh Ahok, meskipun banyak yang mendukung Ahok untuk kembali memimpin DKI Jakarta. Perbedaan politik mulai terlihat dengan adanya kasus penistaan yang kemudian digiring pada satu isu yaitu isu agama.

Polemik isu agama oleh Ahok memunculkan gerakan-gerakan aksi yang massif dilakukan oleh ummat Islam, gerakan aksi lahir tidak lain untuk menuntut kasus penistaan agama. Gerakan aksi yang dipelopori oleh GNPF-MUI dan FPI merupakan gerakan aksi yang pertama kali di dalam sejarah Indonesia, dengan melibatkan jutaan jumlah massa bergabung. Dengan asumsi dasar bahwa Ahok sebagai seorang muslim dengan sengaja mengatakan “Ayat Al Maidah 51 untuk



membohongi umat muslim agar tidak memilih pemimpin kafir”. Hal itu memunculkan tafsir yang berbeda dari organisasi GNPF-MUI yaitu: (1) Tafsir GNPF-MUI bahwa Ahok telah menghina ulama (pemimpin kaum muslim) karena kalimat tersebut mengindikasikan pesan seorang ulama adalah “orang yang suka berbohong (penipu)”. (2). Tafsir GNPF-MUI adalah ulama yang menggunakan ayat itu, ditujukan untuk kepentingan ‘menipu’ umat padahal ayat itu secara ‘teks’ adalah teks suci yang termaktub dalam Al-Qur’an dan tidak bisa dikutip ‘sembarangan’ atau dijadikan alasan argumentasi khususnya seorang non-muslim (kafir). Jadi organisasi GNPF-MUI menganggap Ahok telah menistakan Al-Qur’an dengan kutipan yang disampaikan pada masyarakat Kepulauan Seribu. Wacana ini kemudian berkembang dalam ruang publik muslim hingga mengajak kepada seluruh umat muslim mengadakan aksi di setiap daerah dan aksi besar-besaran di Jakarta pada 2 Desember 2016.

Isu terkait agama dan Aksi 212 menjadi pemberitaan *trending topic* pada akhir Tahun 2016. Pro dan kontra mewarnai pemberitaan di media-media *mainstream* dan media online. Karakteristik media online memiliki kecepatan dalam menyampaikan informasi ke penggunanya. karena pada dasarnya kemunculan media online untuk memudahkan pelaksanaan proses-proses jurnalistik yang kemudian disampaikan ke ruang publik.

gunaan bahasa dan framing yang tepat menjadi tugas utama yang jurnalis online. Kegiatan pers merupakan proses penjelasan atas as dan kemudian mengontruksi fakta-fakta sosial yang terjadi di



dalam masyarakat. Proses rekonstruksi tersebut menjadikan fakta sosial menjadi fakta media.

Fakta atau realitas yang disampaikan wartawan media merupakan hasil konstruksi. Realitas dihadirkan dengan pandang yang bersifat subjektif. Realitas hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta dari hasil konstruksi, melalui sudut pandang tertentu dari wartawan. Realitas yang dihadirkan wartawan tidak bersifat bersifat objektif atau netral, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Pandangan-pandangan tersebut akhirnya memunculkan banyaknya pemberitaan yang berbeda di setiap media, dari sekian banyak media online beberapa diantaranya sering didapatkan konstruksi pemberitaan yang berbeda-beda seperti yang terlihat dalam media detik.com dan sindonews.com mengenai pemberitaan mobilisasi massa hingga pada bentuk dan gerakan Aksi 212.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aunur Rofiqoh: (2017). Yang berjudul "Analisis Framing Berita Basuki Tjahaja Purnama di Media Massa *Surya* dan *Jawa Pos*", menjelaskan adanya framing pesan yang dilakukan oleh kedua media tersebut dan adanya perbedaan dari konteks isi pesan. Media massa *Surya* dalam caranya membingkai berita cenderung pro dengan Ahok, mulai dari cara menyuguhkan berita, pemilihan fakta yang

kan dalam berita sampai kepada gambar yang tertera dalam berita
ta merujuk pada sikap keberpihakan *Surya* terhadap Ahok. Berbeda
an *Jawa Pos* dalam memberitakan kasus ahok, media *Jawa Pos*



merupakan media yang kontra terhadap Ahok. Semua yang dimuat media massa ini tidak lepas dari sikap kontroversinya seorang Ahok.

Setiap pemberitaan yang dibuat oleh organisasi media melalui kerja wartawan memiliki sudut pandang yang berbeda-beda dalam menyeleksi isu dan menulis berita. Bagaimana proses produksi berita yang dilakukan oleh wartawan hingga menyebarluaskan informasi dengan mengemas framing berita yang akan dipublikasikan kepada masyarakat. Selain *frame* yang ditonjolkan oleh wartawan pemilihan bahasa dalam suatu pemberitaan adalah sebagai alat untuk penekanan kepada suatu isu.

Media massa memiliki banyak fungsi serta potensi efek yang ditimbulkan. Kecepatan informasi masyarakat memilih media online untuk mendapatkan informasi. Media online terlihat sederhana dalam penyampaian informasi yang mampu mengubah persepsi manusia hingga menggerakkan dan terlibat dalam suatu peristiwa. Salah satu media yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia di antaranya media online *detik.com* dan *sindonews.com*. Kedua media tersebut merupakan media online yang memiliki banyak pengguna mengaksesnya. Pertimbangan yang mendorong peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian di media *detik.com* dan *sindonews.com*, untuk melihat bagaimana framing pemberitaan mengenai mobilisasi massa Aksi 212 hingga pada pola

memainkan peran dalam menyeleksi isu hingga di ruang publik masyarakat muslim Indonesia.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas. Peneliti akan memfokuskan pada framing media terhadap gerakan Aksi 212, dengan melihat pola pikir media memainkan peran dalam menyeleksi isu hingga sejauh mana efek framing yang ditimbulkan pada media online Detik.com dan Sindonews.com. Peneliti memilih pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana alur pembentukan framing pemberitaan Aksi 212 yang disebarkan melalui platform media online *detik.com* dan *sindonews.com*?
2. Bagaimana implikasi framing yang ditimbulkan oleh media detik.com dan sindonews.com terkait pemberitaan gerakan Aksi 212 ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Secara umum, penelitian ini dilakukan untuk memahami dan menguraikan secara mendalam terkait dengan fenomena pembingkaihan pemberitaan di media *online detik.com* dan *sindonews.com*. Masalah ini akan dianalisis dengan konsep framing dengan melihat penonjolan suatu isu dan penyeleksian suatu peristiwa.

b. Tujuan Khusus

Penelitian ini secara khusus dilakukan untuk tujuan sebagai berikut:



1. Untuk memahami dan mendeskripsikan alur pembentukan framing pemberitaan gerakan Aksi 212 yang disebarakan di platform media *detik.com* dan *sindonews.com* pada periode November-Desember 2016
2. Untuk memahami dan mendeskripsikan implikasi framing terkait pemberitaan Aksi 212 dalam menyelesi isu dan menonjolkan aspek tertentu di media *detik.com* dan *sindonews.com*.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini berguna untuk menambah dan mengembangkan wawasan keilmuan di bidang komunikasi dalam perspektif kajian komunikasi media massa dan media *online*. Bagian penelitian ini mengkaji praktik jurnalis dalam memberitakan suatu peristiwa yang disampaikan kepada khalayak. penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang komunikasi dan kajian media dan juga disiplin ilmu lainnya.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, diharapkan dapat bermanfaat bagi praktis jurnalis media *online*, dalam peningkatan pemahaman serta bentuk dalam menyeleksi isu yang sebenarnya terjadi dilokasi/lapangan, tanpa mengurangi dan menambahkan aspek lain dalam pemberitaan, agar mampu menjaga indenpensi dalam suau pemberitaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Konstruksi Realitas Media

Proses konstruksi realitas pada dasarnya merupakan upaya “menceritakan” dalam bentuk konseptalisasi sebuah peristiwa, keadaan atau benda tak terkecuali hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan. Isi media adalah hasil pekerja media dalam mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Walter Lipmann mengemukakan bahwa “*world outside and pictures in our hands*”. Fungsi media, menurutnya adalah pembentuk makna (*the meaning construction of the press*), bahwa interpretasi media massa terhadap peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang terhadap suatu realitas dan pola tindakan mereka.

Realitas yang ada di media adalah realitas simbolik karena realitas yang sebenarnya tak dapat disentuh (*untouchable*). Kemampuan yang dimiliki media massa untuk menentukan realitas dibenak khalayak, kemudian dimanfaatkan untuk kepentingan menciptakan opini publik (propaganda, politik, promosi dalam bidang *public relations*). (Hamad I. 2001, p. 1). Pekerjaan media massa berdasarkan sifat dan faktanya adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media merupakan realitas yang telah dikonstruksi (*constructed reality*).



Konstruksi atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Berger dan Luckman menyakini secara substansif bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. (Bungin, 2011, p. 11-12).

Bahasa merupakan unsur utama dalam pembentukan konstruksi realitas media dan instrument pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Dalam konteks media massa, keberadaan bahasa tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat untuk menggambarkan realitas melainkan bisa menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas-realitas media yang akan muncul dibenak khalayak. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka penggunaan bahasa berimplikasi pada pemberitaan.

Dari uraian tersebut, media telah menjadi sumber informasi yang dominan tidak saja bagi individu tetapi juga bagi masyarakat dalam gambaran realitas mengenai suatu peristiwa. Ada dua konsep dalam melihat realitas yang direfleksikan media. Pertama, konsep media secara aktif memandang media sebagai partisipan yang turut mengkonstruksi sehingga muncul pandangan bahwa tidak ada realitas sesungguhnya dalam media. Kedua, konsep media secara pasif,



memandang media hanya sebagai saluran yang menyalurkan pesan-pesan sesungguhnya, dalam hal ini media berfungsi sebagai sarana yang netral, media menampilkan suatu realitas apa adanya.

2. Media dan Berita

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Penelitian tersebut diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Fakta/peristiwa adalah hasil konstruksi

Bagi kaum konstruksinis, realitas bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda. Dalam konsepsi positivis diandaikan ada realitas yang bersifat "eksternal" yang ada dan hadir sebelum wartawan meliputnya. Jadi, ada realitas yang bersifat objektif, yang harus diambil dan diliput oleh wartawan. Pandangan semacam ini sangat bertolak belakang dengan pandangan konstruksionis. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal diambil, ada dan menjadi bahan dari berita.

/realitas pada dasarnya adalah dikonstruksi. Manusia membentuk mereka sendiri. Dalam kata-kata yang terkenal dari Carey, realitas adalah sesuatu yang terberi, seakan-akan ada, realitas sebaliknya



diproduksi. Maka realitas tergantung pada bagaimana ia dilihat dan bagaimana fakta tersebut dikonstruksi. Pikiran dan konsepsi kitalah yang membentuk dan mengkreasikan fakta.

2. Media adalah agen konstruksi

Pandangan konstruksionis mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan positivis dalam menilai media. Dalam pandangan positivis, media dilihat sebagai saluran. Media adalah sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator ke penerima (khalayak). media dilihat murni sebagai saluran, tempat bagaimana transaksi pesan dari semua pihak yang terlibat dalam berita. Pandangan semacam ini, tentu saja melihat media bukan sebagai agen melainkan hanya saluran. Media dilihat sebagai sarana yang netral. Kalau ada berita yang menyebutkan kelompok tertentu atau menggambarkan realitas dengan citra tertentu, gambaran semacam itu merupakan hasil dari sumber berita (komunikator) yang menggunakan media untuk mengemukakan pendapatnya. Pendeknya, media disini tidak berperan dalam membentuk realitas. Apa yang tampil dalam pemberitaan itulah yang sebenarnya terjadi. Ia hanya saluran untuk menggambarkan realitas, menggambarkan peristiwa.

Dalam pandangan konstruksionis, media dilihat sebaliknya. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan hakaknya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial mendefinisikan realitas. Pandangan semacam ini menolak argumen



yang menyatakan media seolah-olah sebagai tempat saluran bebas. Berita yang disampaikan ke publik bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan. Media memilih realitas mana yang dilibatkan dan yang tidak dilibatkan.

3. Berita bukan refleksi dari realitas. Ia hanya konstruksi dari realitas.

Dalam pandangan positivis, berita adalah informasi. Dihadirkan kepada khalayak sebagai representasi dari kenyataan. Kenyataan itu ditulis kembali dan ditransformasikan lewat berita. Bagi kaum konstruksionis, berita ibarat sebuah drama dimana ada pihak yang didefinisikan sebagai pahlawan (*hero*), dan ada juga pihak didefinisikan sebagai musuh dan pecundang. Semua itu dibentuk layaknya sebuah drama yang dipertontonkan kepada publik.

Berita adalah *mirror of reality*, karenanya harus mencerminkan realitas yang hendak diberitakan. Pandangan ini ditolak oleh kaum konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial dimana selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada fakta itu dipahami dan dimaknai.

4. Khalayak mempunyai penafsiran tersendiri atas berita

Pandangan positivis melihat berita sebagai sesuatu yang objektif. ekuensinya, apa yang diterima khalayak pembaca seharusnya sama



dengan apa yang disampaikan oleh pembuat berita. Kalau wartawan menulis berita tentang perkosaan, pesan yang diterima oleh khalayak seharusnya juga berita mengenai pemerkosaan. Kalau wartawan hendak melucu, seharusnya juga tertawa dengan berita yang dibaca atau tayangan yang tengah ditonton. Pembuat berita dilihat sebagai pihak yang aktif, sementara pembaca dilihat sebagai pihak yang pasif. Berita lalu dimaknai mempunyai efek tertentu yang harus diperhitungkan oleh pengelola media ketika memproduksi berita.

Bagi kaum konstruksionis mempunyai pandangan yang berbeda, Khalayak bukan dilihat sebagai subjek yang pasif. Ia juga sebagai subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang di baca. Dalam Bahasa Stuart Hall (Eriyanto, 2002, p. 36) makna dari suatu teks bukan terdapat dalam pesan/berita yang dibaca oleh pembaca. Makna selalu potensial mempunyai banyak arti (*polisemi*). Makna lebih tepat dipahami bukan sebagai suatu transmisi (penyebaran) dari pembuat berita ke pembaca. Ia lebih tepat dipahami sebagai suatu praktik penandaan. Karenanya, setiap orang bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama.

Shoemaker dan Reese, menjelaskan media memiliki cara sendiri ketika menyajikan suatu realitas. Peristiwa yang sama akan dimaknai dan disajikan secara berbeda, sehingga menghasilkan penafsiran yang berbeda pula. Hal ini berkaitan erat dengan ideologi yang dimiliki oleh

ah media sehingga Shoemaker dan Reese mengkategorikan hal ini n tingkat ideologi media dalam hierarki pengaruh. Apa yang telah



disebutkan oleh Shoemaker dan Reese pada tingkat level bahwa media melalui level pertama kali dalam melakukan pemingkaihan dan mengkonstruksi realitas sesuai dengan kacamataanya. Penggunaan bahasa sebagai alat bertutur, bercerita dan membuat berita yang kemudian hendak diberitakan oleh media nantinya.

3. Internet sebagai Sebuah Medium

Marshall McLuhan (McLuhan, 1999, p. 7) seorang pengamat televisi waktu itu, menyatakan bahwa, "*the medium is the message*". Bahwa medium yang dipakai untuk menyampaikan informasi dan pesan membentuk format pesan itu sendiri. McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia. Media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media terhadap adanya kemajuan teknologi menjadi sangat dahsyat bagi kaum manusia. Media telah campur tangan dalam kehidupan manusia secara lebih cepat daripada sebelumnya, juga memperpendek jarak diantara bangsa-bangsa.

Dunia masa depan seperti yang digambarkan oleh McLuhan dalam *Understanding Media* (1999) sebagai kampung global (*global Village*), dimana masyarakat berinteraksi dan dibentuk oleh teknologi elektronik di dunia yang mengerut. Artinya, semakin dimungkinkan adanya pertukaran gagasan, penjelasan ide, pertukaran informasi dan komunikasi yang nyaris tak terbentur oleh ruang dan waktu. Teknologi



telah melahirkan apa yang disebut dengan media baru (*new media*), yang sebenarnya merujuk kepada sebuah perubahan dalam proses produksi media, distribusi dan penggunaan.

Internet sebagai sumber informasi menyimpan berbagai jenis sumber informasi dalam jumlah yang tidak terbatas. Hampir seluruh bidang yang diminati dapat ditemui informasinya di internet. Abdul Rahman Saleh (2001) menjelaskan internet digunakan oleh banyak orang karena menawarkan banyak manfaat, antara lain seperti:

1. Dapat mengakses ke seluruh sumber-sumber informasi di dunia secara tidak terbatas.

2. Mempunyai fasilitas *hyperlink* yang memungkinkan kita menggabungkan informasi dari sumber yang satu dengan informasi dari sumber lain yang berada di dunia maya internet.

3. Mempunyai kemampuan multimedia yaitu dapat menampilkan grafik, suara dan gambar bergerak dalam dokumen digital secara terpadu dan sinkron sehingga kita dapat menikmati informasi seperti kita menonton televisi.

4. Menawarkan sarana komunikasi yang super cepat yaitu melalui surat elektronik (*electronic mail* atau disingkat e-mail).

5. Menawarkan sarana berkomunikasi secara interaktif/ langsung yaitu melalui *Internet Relay Chat (IRC)*.

Dalam perkembangan di Indonesia, ketika muncul televisi swasta, media cetak gelisah soal tersedotnya porsi pembagian iklan, orang



pers juga meratapi soal penurunan secara kuantitatif., dan miskinnya minat baca. Akan tetapi, ketika muncul Internet di Indonesia pada tahun 1995-an dan *booming dot com*, dapat dilihat dengan reaksi yang berbeda-beda. Ada media cetak dan elektronik yang justru melakukan sinergi, sehingga menjadi kekuatan, yakni dengan cara membuka edisi cetak *online* atau edisi elektronik *online* dan edisi *real time news*. Fenomena ini yang terus berkembang di Indonesia sejak era reformasi 1998 sampai sekarang seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

4. Media Berita Online

Seiring perkembangan era digital, media dan teknologi saling berkaitan. Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media. Perkembangan teknologi komunikasi mendorong media untuk intens melakukan inovasi. Salah satunya dengan menyajikan informasi lewat media online. Media online memiliki karakteristik yakni mampu menggabungkan ketiga jenis unsur teks, audio, dan visual serta perpaduan layanan interaktif, seperti pencarian berita baru atau yang telah berlalu, forum diskusi, tanggapan langsung, dan sebagainya.

Media online merupakan media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia atau disebut dengan internet. Salah satu web yang telah mengalami pertumbuhan pesat saat ini adalah berita online. Masyarakatuhkan berbagai informasi melalui portal-portal media online. Banyak industri media online menggemas medianya dalam bentuk



aplikasi jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *Instagram* sehingga dapat diakses oleh pengguna jejaring sosial.

Penemuan *World Web Wide* (WWW) membuat revolusi besar-besaran dibidang jurnalisme dengan munculnya *Online (cyber) Journalism* (Nurudin, 2011, p. 15). Sebuah kejadian ditulis di Internet beberapa detik kemudian telah tersebar ke seluruh dunia. Media online memiliki faktor yang mendorong dalam kebutuhan khalayak. Dimana media online memungkinkan menampilkan variasi pemberitaan disertai dengan gambar-gambar eksklusif yang menarik. Faktor perkembangan digital menjadikan media online sebagai wadah dalam menyampaikan pesan informasi kepada khalayak dengan waktu yang relatif cepat dibandingkan dengan media massa cetak atau media elektronik.

5. Konsep Framing

Framing merupakan pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh sebuah organisasi media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, akan menghasilkan hasil akhir dengan adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Efek yang ditimbulkan framing adalah khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan khalayak. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian



tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas atau peristiwa.

Media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak. Menurut Frank D. Durham (Eriyanto, 2002, p. 67) framing membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Bagi khalayak, penyajian realitas yang demikian membuat realitas lebih bermakna dan dimengerti.

Berkut beberapa konsep dari analisis framing sebagai berikut:

Tabel 2.1. Konsep Analisis Framing

Robert N. Entman	Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain
William A. Gamson	Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia



	sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima
Todd Gitlin	Strategi bagaimana realitas/dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dengan realitas.
David E. Snow and Robert Benford	Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu
Amy Binder	Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.
Zhondang Pan and Gerald M. Kosicki	Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

ber : Eriyanto, 2002, p. 77-79.



Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa kemana berita tersebut. Framing seperti dikatakan Todd Gitlin adalah sebuah strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca.

Robert N. Entman, Seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar bagi analisis framing untuk studi isi media, mendefinisikan framing sebagai seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi. Dalam banyak hal seperti menyajikan secara khusus definisi terhadap masalah, interpretasi sebab akibat, evaluasi moral dan tawaran penyelesaian sebagaimana itu digambarkan.

Entman melihat framing dalam dua dimensi besar, yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti atau diingat oleh khalayak. Realitas yang dapat secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan lebih



besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas.

Secara garis besar ada dua aspek dalam konsep framing yaitu:

a. Memilih fakta/realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi, wartawan tidak mungkin melihat peristiwa di tahap perspektif. Dalam memilih fakta selalu terkandung dua kemungkinan yakni apa yang dipilih (*Included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Bagian mana yang ditekankan dalam realitas, bagian mana dari realitas yang diberitakan dan bagian mana yang tidak diberitakan.

b. Menuliskan fakta. Proses ini berhubungan langsung dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak. gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat dan proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa dan sebagainya.

6. Efek Framing

Framing berhubungan dengan pendefinisian realitas. Bagaimana peristiwa dipahami, sumber siapa yang diwawancarai. Semua elemen tersebut tidak dimaknai semata sebagai masalah teknis jurnalistik, tetapi sebuah praktik. Berbagai praktik tersebut bisa mengakibatkan pendefinisian tertentu atas realitas. Peristiwa yang sama bisa menghasilkan berita dan pada akhirnya realitas yang berbeda ketika peristiwa tersebut dibingkai dengan cara yang berbeda.

Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realitas yang kompleks, penuh dimensi dan penyajian tidak beraturan dalam



berita sebagai sesuatu yang sederhana, beraturan, dan memenuhi logika tertentu. Framing menyediakan alat bagaimana peristiwa dibentuk dan dikemas dalam kategori yang dikenal khalayak. Karena itu, framing menolong khalayak untuk memproses informasi ke dalam kategori yang dikenal, kata-kata kunci dan citra tertentu. Khalayak bukan disediakan informasi yang rumit, melainkan informasi yang tinggal ambil, kontekstual, berarti bagi dirinya dan dikenal dalam benak mereka.

a. Menonjolkan aspek tertentu mengaburkan aspek lain. Framing umumnya ditandai dengan menonjolkan aspek tertentu dari realitas. Dalam penulisan disebut sebagai fokus. Berita secara sadar atau tidak diarahkan pada aspek tertentu. Akibatnya, ada aspek lainnya yang tidak mendapatkan perhatian yang memadai. Pemberitaan suatu peristiwa dari perpektif politik misalnya, mengabaikan aspek lain: ekonomi, sosial, dan sebagainya.

b. Menampilkan sisi tertentu melupakan sisi lain. Pada aksi demonstrasi mahasiswa yang banyak berakhir dengan bentrokan. Berita secara panjang lebar menggambarkan proses bentrokan, mahasiswa yang nekat menembus barikade, dan akhirnya diwarnai dengan puluhan mahasiswa yang luka-luka. Dengan menampilkan sisi yang seperti ini dalam berita, ada sisi lain yang terlupakan yaitu apa tuntutan dari mahasiswa tersebut. Seolah dengan menggambarkan berita seperti ini, demonstrasi tersebut tidak ada gunanya. Mahasiswa hanya bermaksud



mencari sensasi dan berusaha membuat keributan saja ditengah masyarakat.

c. Menampilkan aktor tertentu menyembunyikan aktor lainnya. Berita seringkali juga memfokuskan pemberitaan pada aktor tertentu. Tetapi efek yang segera terlihat adalah memfokuskan pada satu pihak atau aktor tertentu menyebabkan aktor lain yang mungkin relevan dan penting dalam pemberitaan menjadi tersembunyi. Misalnya dalam berita tentang Timor Timur yang banyak menampilkan tindakan yang pro integrasi dan teror yang dilakukannya. Pemfokusan semacam ini melupakan dan menghilangkan kemungkinan adanya Unamet yang melakukan kecurangan dalam pemilu. Berita dan versi semacam ini tidak mendapatkan tempat, karena berita memfokuskan diri pada sisi yang lain, yaitu pasukan pro integrasi

7. Mobilisasi Massa (Gerakan Sosial)

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, gerakan sosial merupakan tindakan atau agitasi terencana yang dilakukan oleh suatu masyarakat yang disertai program terencana dan ditujukan pada suatu perubahan atau sebagai gerakan perlawanan untuk melestarikan pola-pola dari lembaga masyarakat yang ada.

Gerakan sosial secara teoritis merupakan sebuah gerakan yang lahir dari dan atas prakarsa masyarakat dalam usaha menuntut perubahan dalam institusi. Kebijakan atau struktu pemerintah. Disini at tuntutan perubahan itu biasanya karena kebijakan pemerintah



tidak sesuai lagi dengan konteks masyarakat yang ada atau kebijakan itu itu bertentangan dengan kehendak sebagian rakyat. Dari literature tentang definisi gerakan sosial, adapula mengartikan gerakan sosial sebagai gerakan anti pemerintah dan juga pro pemerintah. Ini berarti tidak selalu gerakan sosial itu muncul dari masyarakat tapi bisa juga hasil rekayasa para pejabat pemerintah atau penguasa. (Sudarsono, 1976, p. 24-25).

Salah satu efek dari framing adalah terbentuknya suatu gerakan sosial yang berkaitan dengan opini publik. Hal ini dikarenakan ketika isu tertentu dikemas dengan bingkai tertentu bisa mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda atas suatu isu. Misalnya, mengirim pasukan ke Timor Timur adalah upaya mempertahankan nasionalisme Indonesia. Timor Timur adalah wilayah yang sah dari Indonesia, karena itu, meski pasukan internasional telah datang tetap harus dikirim pasukan ke daerah tersebut.

Terbukti kemasan tersebut berhasil menarik dukungan masyarakat dan mobilisasi massa. Framing atas isu umumnya banyak dipakai dalam literatur gerakan sosial. Dalam suatu gerakan sosial, ada strategi bagaimana supaya khalayak mempunyai pandangan yang sama atas suatu isu. Itu seringkali ditandai dengan menciptakan masalah bersama, musuh bersama, dan pahlawan bersama. Hanya dengan itu, khalayak bisa digerakkan dan dimobilisasi. Semua itu membutuhkan; bagaimana isu dikemas, bagaimana peristiwa dipahami, dan bagaimana pula kejadian didefinisikan dan dimaknai.



Sejalan dengan pengertian gerakan sosial diatas, Herbert Blumer merumuskan gerakan sosial sebagai sejumlah besar orang yang bertindak bersama atas nama sejumlah tujuan atau gagasan. Robert Misel dalam bukunya yang berjudul teori pergerakan sosial memandang bahwa gerakan sosial sebagai seperangkat keyakinan dan tindakan yang tak terlembaga yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk memajukan atau menghalangi perubahan dalam masyarakat (Misel, 2004, p. 6-7).

B. Landasan Teori

1. **Konstruksi Realitas Sosial Media Massa (Peter L Berger dan Thomas Luckmann)**

Teori konstruksi realitas sosial media massa diperkenalkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman melalui buku yang berjudul *"The Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge"*. Penggambaran konsep proses sosial ditandai dengan adanya suatu tindakan dan proses interaksi, dimana tindakan dan interaksi berlangsung secara terus menerus atas suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. (Bungin, 2008, p. 13)

Media massa hadir dalam menyusun dan menyajikan informasi tidaklah bersifat secara netral dan objektif, melainkan media massa memiliki sisi lain yang diyakini untuk membentuk dan mengkonstruksi atas realitas sebelum disampaikan pada publik. Sehingga substansi dari teori

konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat luas, sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat



dan sebarannya merata. Realitas atau peristiwa yang terkonstruksi itu juga mampu membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan sinis. (Bungin, 2008, p. 203).

Paradigma konstruktivis dalam pandangan sosial menjelaskan bahwa realitas diciptakan oleh individu. Artinya, manusia adalah aktor yang kreatif dalam menciptakan kekuatan konstruksi terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Paradigma yang dibangun dengan tujuan untuk menanamkan nilai-nilai media dalam benak masyarakat. Media menawarkan opini-opini yang mampu mempengaruhi pesan secara kognisi, sehingga implikasinya berakibat pada perubahan sikap dan perilaku seseorang dalam memahami berita. Media tidak hanya memberikan informasi yang baru, melainkan pada tataran membangun nilai dalam pikiran dan benak seseorang untuk terlibat.

Mengingat sifat dan fakta pekerjaan media massa adalah menceritakan berbagai proses peristiwa-peristiwa, kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksi berbagai realitas yang disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Dapat disimpulkan bahwa seluruh isi media merupakan realitas yang telah dikonstruksikan dalam bentuk konstruksi wacana.

Pekerjaan media elektronik maupun online pada hakikatnya telah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja yang telah mengkonstruksikan berbagai realitas yang telah dipilihnya. Salah



satu diantaranya realitas politik hingga pada ranah kepentingan kelompok atau organisasi media. Proses konstruksi media massa melalui berbagai tahapan diantaranya:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan keberpihakan media kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat agar mampu menarik empati masyarakat, dan keberpihakan pada kepentingan umum.

2. Tahap sebaran Konstruksi

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah. Media menyodorkan informasi, sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pembaca.



3. Tahap pembentukan realitas

a. Pembentukan konstruksi realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas membenaran; kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; ketiga, sebagai pilihan konsumtif.

Tahap pertama adalah konstruksi membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian.

Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila apabila ia belum membaca koran.



b. Pembentukan Konstruksi Citra

Konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model : 1) model *good news* dan 2) model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. Sementara, pada model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

c. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi merupakan tahap ketika media massa maupun pembaca memberikan argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi bagi media. Tahapan ini menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial. Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini yaitu: a) kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa, b) kedekatan dengan media massa adalah *life style* orang modern, dimana

g modern sangat menyukai kepopularitas terutama sebagai subjek a massa itu sendiri, c) walaupun media memiliki kemampuan



mengkonstruksi realitas berdasarkan subjektivitas media, namun kehadiran media dalam kehidupan seseorang merupakan pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

2. Teori Agenda Setting (Maxwell McCombs dan Donald Shaw)

Teori penentuan agenda, yang pertama kali dirumuskan pada 1972 oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Menjelaskan relasi antara penekanan media massa pada isu tertentu dan arti penting yang dinisbahkan audinesi kepada isu itu. (Foss, 2016, p. 37). Teori ini merupakan salah satu unsur dalam konstruksi makna.

Asumsi-asumsi dasar dalam teori agenda setting adalah khalayak tidak hanya mempelajari isu-isu pemberitaan. Tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topic berdasarkan cara media massa memberikan penekanan terhadap isu atau topic tersebut. Media massa mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Dalam teori ini, media massa dipandang berkekuatan besar dalam mempengaruhi masyarakat. apa saja yang disajikan media, itupula yang menjadi ingatan mereka. (Hamad, 2004, p. 24).

Asumsi teori agenda setting menekankan bahwa jika media memberi tekanan pada suatu isu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting media, maka penting juga bagi masyarakat. dalam hal media diasumsikan memiliki efek yang sangat kuat, terutama pada



asumsi ini proses pembelajaran mengenai sikap dan pendapat. Khalayak tidak hanya mempelajari isu-isu pemberitaan, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada isu atau topic berdasarkan cara media massa memberikan penekanan terhadap isu dan topic tersebut.

Dimensi teori agenda setting memiliki tiga dimensi utama yang dikemukakan oleh Mannheim (Jr, 2005, p. 41) :

a. Agenda Media

1. *Visibilty* (Visibilitas), jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
2. *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak
3. *Valence* (valensi), menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu pemberitaan

b. Agenda Khalayak

1. *Familiarty* (keakraban), derajat kesadaran khalayak akan topic tertentu.
2. *Personal salience* (penonjolan pribadi), relevansi kepentingan individu dengan cirri pribadi
3. *Favorability* (kesenangan), pertimbangan senang atau tidak senang akan topic berita

c. Agenda kebijakan

1. *Support* (dukungan), kegiatan menyenangkan bagi posisi berita tertentu.



2. *Likelihood of action* (Kemungkinan kegiatan), kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan
3. *Freedom of action* (kebebasan bertindak), nilai kegiatan yang mungkin dilaksanakan pemerintah.

3. Teori Hirarki Pengaruh Isi Media/*Hierarchy of Influence* (Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese)

Teori pengaruh isi media atau *hierarchy of influence* yang dikembangkan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese memperhitungkan beberapa dorongan yang menimpa media secara berkala dan memperlihatkan bagaimana pengaruh pada suatu tingkat dapat berinteraksi dengan pengaruh di tingkat lain. Stephen D. Reese mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi (Reese, 1991, p. 324).

Asumsi dari teori ini adalah bagaimana pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri. Pengaruh dari internal media berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, dan rutinitas organisasi media sehari-hari. Pengaruh faktor eksternal media yang ikut mempengaruhi konten media adalah para pengiklan, pangsa pasar, pemerintah dan faktor eksternal lainnya.



Dalam teori ini akan terlihat seberapa besar hirarki pengaruh dalam sebuah berita pada tiap-tiap level yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Lebih lanjutnya terbagi dalam level pengaruh isi media, sebagai berikut:

1. Level pengaruh individu pekerja media

Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individu melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti jenis kelamin, umur atau agama, dan sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media. Latar belakang pendidikan atau kecenderungan orientasi pada partai politik sedikit banyak bisa mempengaruhi profesionalisme dalam pemberitaan media.

2. Level rutinitas media

Faktor rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan berita. Setiap media umumnya mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut berita, ciri-ciri pemberitaan yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi standar prosedur bagi pengelola media yang berada didalamnya. Rutinitas media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk. Ketika ada sebuah berita yang dianggap penting yang harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian



tugasnya, bagaimana proses penulisan sebelum masuk proses pencetakan. Siapa penulisnya, siapa editornya, dan seterusnya.

3. Level organisasi

Level organisasi media berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. pengelola media dan wartawan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia sebaliknya hanya bagian kecil dari organisasi media itu. Masing-masing komponen dalam organisasi media mempunyai kepentingan sendiri-sendiri. Di dalam organisasi media, misalnya, selain bagian redaksi ada juga bagi pemasaran, bagian iklan, bagian sirkulasi, dan seterusnya. Masing-masing bagian tersebut tidak selalu sejalan. Seluruh bagian dalam organisasi media mempunyai tujuan dan target masing-masing, sekaligus strategi yang berbeda untuk mewujudkan target tersebut.

Bagian redaksi dalam organisasi media, misalnya, menginginkan agar berita tertentu disajikan, tetapi bagian sirkulasi menginginkan agar berita lain yang ditonjolkan karena terbukti menaikkan penjualan. Setiap organisasi media, selain mempunyai banyak elemen, dapat juga mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap, dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita.

4. Level ekstra media atau eksternal organisasi media

Level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Hal-hal yang berada di luar organisasi media, hal-hal diluar organisasi media



sedikit banyak mempengaruhi pemberitaan media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan diluar media:

a. Sumber berita. Sumber berita dipandang bukanlah sebagai pihak netral yang memberikan informasi apa adanya, akan tetapi memiliki kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan, seperti memenangkan opini publik, atau memberi citra tertentu kepada khalayak.

b. Sumber penghasilan media, berupa iklan, bisa juga berupa pelanggan/pembeli media. Pelanggan memanfaatkan media sebagai alat pencapaian informasi terhadap suatu produk. Tema tertentu yang menarik dan terbukti mendongkrak penjualan, akan terus-menerus diliput oleh media. Media tidak akan menyia-nyiakan momentum peristiwa yang disenangi oleh khalayak.

c. Pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. pengaruh ini sangat ditentukan oleh masing-masing lingkungan eksternal media.

5. Level ideologi media

Faktor ideologi diartikan sebagai kerangka berfikir atau kerangka referensi yang digunakan setiap individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini bersifat abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan

as.



C. Tinjauan Hasil Penelitian

Aksi 212 merupakan gerakan bela Islam yang diprakarsai oleh berbagai organisasi Islam termasuk Gerakan Nasional Pengawal Fatwa Majelis Ulama Indonesia (GNPF-MUI) dan Front Pemebela Islam (FPI). Pasca beredarnya video yang di unggah oleh Buni Yani, sehingga menimbulkan kontroversi bagi ulama Islam dan ummat muslim. Aksi ini banyak menuai perhatian masyarakat Indonesia maupun dunia. Dan aksi ini merupakan upaya untuk mempersatukan ummat muslim dengan alasan bahwa telah adanya penafsiran salah dilakukan oleh gubernur DKI Jakarta. Aksi damai 212 menjadi *tranding topic* pada pemberitaan yang ada dimedia massa maupun yang ada di media online,

Setiap media memuat berita dari sudut pandang yang berbeda, bahkan pada kepentingan politik atau kepentingan suatu kelompok menjadikan media sebagai alat untuk membentuk suatu opini di publik terkait isi-isi berita yang disajikan secara audio dan visual. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ayub Dwi Anggoro dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dengan mengangkat sebuah judul penelitian, *“Media, Politik, dan Kekuasaan (Anlisis Framing Model Robert N Entman tentang pemberitaan hasil pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TVOne dan Metro TV”*

Pada penelitian tersebut menggunakan framing model Robert N an dengan melihat keberpihakan media TV One dan Metro TV da masing-masing pasangan calon Presiden. Hasilnya



mengungkapkan bahwa, Pendekatan Framing Model Robert N. Entman pemberitaan Tv One program acara "Presiden Pilihan Rakyat" menunjukkan bahwa arah pemberitaan dari Tv One dalam program tersebut memiliki tujuan Ideologi dan Politik untuk membangun persepsi publik bahwa Prabowo Subianto – Hatta Rajasa adalah pemenang pemilu Presiden versi hitung cepat lembaga survei. Hal tersebut di indikasikan dari konten-konten pembingkai pemberitaan yang dilakukan pada program presiden pilihan rakyat yang sangat di dominasi untuk melegitimasi kekuatan politik Prabowo subianto – Hatta rajasa sebagai calon presiden terpilih versi quick count.

Define Problems dalam bingkai program pemberitaan presiden pilihan rakyat adalah upaya penegasan bahwa pasangan Prabowo – Hatta Rajasa sebagai pemenang Pilpres versi Quick count. *Diagnose causes* bingkai program pemberitaan tersebut di isi dengan visualisasi hasil survei yang memenangkan Prabowo-Hatta, tanpa menampilkan hasil survei lain yang memenangkan Jokowi – JK. *Make moral judgement* dalam pembingkai berita tersebut menampilkanuforia atau kegembiraan para pendukung Prabowo hatta yang yakin atas kemenangan pasangan yang didukungnya. *Treatment Recommendation* menampilkan Prabowo – Hatta dengan deklarasi politik atas kemenangannya.

Pendekatan Framing Model Robert N. Entman pemberitaan Metro program acara "Presiden Pilihan Kita" menunjukkan bahwa arah pemberitaan dari Metro Tv dalam program tersebut memiliki tujuan Ideologi



dan Politik untuk membangun persepsi publik bahwa Joko Widodo dan Jusuf Kalla adalah pemenang pemilu Presiden versi hitung cepat lembaga survei. Hal tersebut di indikasikan dari konten-konten pembedaan pemberitaan yang dilakukan pada program presiden pilihan kita yang sangat di dominasi untuk melegitimasi kekuatan politik Jokowi dan Jusuf Kalla sebagai calon presiden terpilih versi quick count.

Define Problems dalam bingkai program pemberitaan presiden pilihan kita adalah upaya penegasan bahwa pasangan Jokowi – Jusuf Kalla sebagai pemenang Pilpres versi Quick count. *Diagnose causes* bingkai program pemberitaan tersebut di isi dengan dialog dengan mengundang para direktur lembaga survei yang memenangkan Jokowi – Jusuf Kalla, tanpa menampilkan hasil survei lain yang memenangkan Prabowo. *Make moral judgement* dalam pembedaan berita tersebut menampilkanuforia atau kegembiraan para tokoh politik dan keluarga pendukung Jokowi – Jusuf Kalla yang yakin atas kemenangan pasangan yang didukungnya, sama yakinya dengan pendukung Prabowo - Hatta yang unggul dari lembaga survei yang memenuangkanya. *Treatment Recommendation* menampilkan Jokowi - Jusuf Kalla dengan deklarasi politik atas kemenangannya.

Nilai keberimbangan dan kenetralitasan dari institusi media telah hilang pada pemberitaan program tayangan yang mengupas hasil pilihan Capres dan Cawapres 2014. Persaingan industri media hari ini ada bukan hanya pada ranah bisnis saja, tetapi sudah pada wilayah



politis. Publik banyak disuguhkan dengan informasi yang tidak berimbang oleh media, maka publikpun harus lebih kritis dalam menerima informasi dari media massa. (Jurnal Aristo Vol.2 No. 2 Juli 2014 hlm 41-51)

Dalam penelitian yang terkait lainnya dilakukan oleh Widi Putra Mahesa (Universitas Pasundan) dengan judul penelitian "*Analisis Framing pemberitaan Aksi 212 di Media Online Kompas dan Republika*". Untuk melihat framing pemberitaan di media online Kompas dan Republika, penelitian tersebut menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dengan melihat struktur kata-kata dalam berita, baik struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa media Kompas dan Republika memiliki makna pada setiap paragrafnya. Dengan bentuk kata dan kalimat yang menarik disetiap paragrafnya, pemilihan kata yang mudah dimengerti memudahkan pembacanya untuk mengerti isi berita.

Isi berita yang dikeluarkan Kompas dan Republika sangatlah berbeda dari unsur tematik, media Republika mengeluarkan berita dengan tema Aksi damai 212 membela Agama Islam yang dinistakan oleh Ahok, sementara media Kompas menerbitkan berita dengan mengambil tema kondisi dan situasi jalannya Aksi damai 212. Namun dalam pemberitaan tersebut terdapat titik temu antara media online Republika dan Kompas bahwa Aksi damai 212 adalah aksi yang positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Abidatu Lintang Pradita (2018) mengenai framing pemberitaan terkait Aksi Bela Islam 2 Desember 2016



di Media Massa BBC (Indonesia) dan Republika. Secara garis besar dalam penelitian ini memberikan gambaran terkait adanya keberpihakan antara masing-masing media. kedua media memberikan porsi yang luas dalam menggiring opini suatu isu. Media memberikan pandangan atas realitas kepada publik untuk menilai atas isu yang sampaikan.

Kecenderungan Media BBC Indonesia yang merupakan agensi berita internasional milik BBC Inggris dalam melihat isu Aksi 212 sebagai media yang menggiring pada sisi aksi demonstrasi yang mempunyai konotasi kognitif. Media BBC Indonesia dalam pemberitaannya mengarah kepada ketidaksetujuannya terhadap Aksi 212. Penggambaran itu hadir dari pemilihan narasumber yang dimasukkan untuk mendukung pernyataan-pernyataan yang mendukung.

Berbeda dengan media Republika dalam melihat isu Aksi 212, yang dikenal sebagai penerbitan berita untuk masyarakat muslim. Hasil penelitian media Republika tergambar dalam komentar bahwa Aksi 212 merupakan gerakan yang konsisten dan seakan-akan heroik yang lahir dari ummat Islam. Hasil analisis pembeding ini memberikan gambaran bahwa signifikansi peristiwa tertentu mendorong agensi berita untuk membentuk perspektif tertentu melalui pembeding.

Pandangan penelitian ini merujuk kepada aspek framing yang disampaikan oleh media detik.com dan sindonews.com. Penelitian

umnya menunjukkan bahwa berbagai media terlibat dalam melihat Aksi 212. Berbagai media memandang bahwa gerakan Aksi 212



merupakan gerakan yang bernilai positif dan negatif hingga memunculkan pandangan yang pro dan kontra. Perspektif yang dibangun dalam penelitian ini merujuk kepada pesan ajakan dari organisasi massa GNPf-MUI dan FPI dalam menarik perhatian publik. Merujuk pada metode analisis Robert N. Entman, peneliti ingin melihat arah kecenderungan media detik.com dan sindonews.com dalam menyampaikan pesan ajakan kepada publik. Pandangan wartawan melihat isu mobilisasi massa dari umat Islam memberikan gambaran seperti apa, sehingga garis besar yang membedakan penelitian ini dari sebelumnya adalah terletak pada aspek perspektif wartawan terhadap isu mobilisasi massa umat Islam dalam menarik perhatian publik.

D. Kerangka Pikir

Perkembangan teknologi informasi mendorong manusia memperoleh berbagai informasi melalui media massa. Media massa di Indonesia bertumbuh sangat pesat, institusi media memanfaatkan *internet* sebagai transformasi pemberitaan dengan menggunakan media *online*. Salah satu media *online* yang memiliki banyak pengguna adalah media *detik.com* dan *sindonews.com*. Kedua media *online* tersebut secara aktif memberitakan informasi-informasi terkait peristiwa yang terjadi di masyarakat hingga pada kebijakan pemerintah.

Kasus penistaan agama menjadi informasi yang mampu menarik perhatian publik, sehingga media secara langsung terlibat dengan memberitakan kasus penistaan agama. Kasus penistaan agama menjadi



momentum awal terbentuknya gerakan-gerakan Islam pada tahun 2016. Gubernur DKI Jakarta, Basuki Thaja Purnama (Ahok) menyampaikan pidato dengan menyinggung Surah Al-Maidah dihadapan warganya. Organisasi masyarakat (ormas) melihat tindakan Ahok sebagai kesalahan dalam penafsiran terhadap ayat Al-Qur'an. Organisasi GNPF-MUI dan FPI menjadi pelopor dalam pengawalan dan penuntutan kasus penistaan agama. Kedua organisasi Islam mengajukan permohonan kepada penegak hukum untuk segera menindak lanjuti perkataan Ahok.

Keterlibatan organisasi GNPF-MUI dan FPI dalam pengawalan proses hukum dibuktikan dengan munculnya berbagai Aksi demonstrasi yang terjadi, dengan mengatasnamakan Aksi solidaritas ummat. Media online meliput aktifitas Aksi 212, pemberitaan terkait aksi 212 menjadi isu hangat dalam pemberitaan, masyarakat disuguhkan berbagai informasi-informasi yang dapat membentuk opini publik, dengan cara menggemas segala bentuk framing pemberitaan berdasarkan ideologi media.

Pemanfaatan media dalam penyebaran informasi menggunakan media online dengan menggemas bentuk framing pemberitaan, bentuk pemberitaan disebarluaskan melalui *platform* atau website resmi, yang memudahkan masyarakat dapat mengaksesnya. Informasi terkait Aksi 212 disebarluaskan di ruang publik muslim. Masyarakat muslim merespon segala bentuk informasi yang diperoleh, sehingga mampu terlibat dalam

kan Aksi 212 di Jakarta. Adapun alur kerangka berpikir pada

litian ini sebagai berikut:



