

ABSTRAK

Gina Mahmudah (1205010069) : Respon Media Cetak Umum dan Media Cetak Islam terhadap Penyelenggaraan Kontes Miss World di Indonesia Tahun 2013 : Analisis Perbandingan

Tahun 2013 merupakan pertama kalinya Indonesia terpilih sebagai tuan rumah ajang internasional Miss World. Terpilihnya Indonesia sebagai tuan rumah, menimbulkan respon yang beragam dari masyarakat termasuk media cetak. Respon yang diberikan oleh media cetak terhadap suatu isu atau peristiwa berperan penting untuk membentuk pandangan publik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyelenggaraan Miss World di Indonesia pada tahun 2013, keberadaan media cetak umum dan media cetak Islam di Indonesia, serta untuk mengetahui respon Media Cetak Umum dan Media Cetak Islam mengenai penyelenggaraan Kontes ‘Miss World’ di Indonesia pada tahun 2013.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah. Adapun tahapan dalam metode penelitian sejarah terbagi atas 4 tahapan yakni, 1) Heuristik atau pengumpulan sumber sejarah; 2) Kritik atau verifikasi terhadap sumber sejarah; 3) Interpretasi atau penafsiran sejarah terhadap fakta – fakta yang telah ditemukan; 4) Historiografi atau penyusunan ke dalam bentuk tulisan.

Berdasarkan hasil penelitian, media cetak umum yang diwakili oleh Kompas dan media cetak Islam yang diwakili oleh Republika, memberikan respon yang berbeda terkait penyelenggaraan Miss World 2013 di Indonesia. *Pertama*, Kompas memberikan respon positif terhadap penyelenggaraan Miss World di Indonesia. Hal ini dikarenakan ajang internasional dapat membantu promosi budaya, pariwisata sekaligus membawa ‘nama’ Indonesia semakin terkenal di mata dunia, terlebih lagi kontesnya disesuaikan dengan budaya Indonesia. Pemberian respon positif terhadap Miss World disebabkan oleh ideologi Kompas ‘Humanisme Transendental’ serta kepentingan bisnis dan keberpihakannya terhadap kepentingan elit yang mendukung Miss World, yakni penyelenggara, pemerintah, dan pelaku usaha, dan kontestan. *Kedua*, Republika memberikan respon yang negatif terhadap penyelenggaraan Miss World di Indonesia. Hal ini dikarenakan acara yang memamerkan kecantikan perempuan tidak sesuai dengan moralitas, budaya kesopanan yang ada di Indonesia serta bertentangan dengan nilai – nilai Islam. Pemberian respon negatif terhadap Miss World disebabkan oleh ideologi Republika yang berlandaskan pada ajaran agama Islam. Republika hadir sebagai agen kontra-hegemoni yang berusaha menentang ideologi sekuler yang disebarkan oleh media umum. Tidak hanya itu, ideologi turut berhimpitan dengan kepentingan bisnis yang terletak pada penyajian berita yang ditargetkan pada konsumen berita umat Islam, sehingga turut mempengaruhi terhadap respon yang dikemukakan.