# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Konflik antara Israel dan Palestina telah menjadi isu global yang tidak kunjung mereda hingga tahun 2024. Kebiadaban teranyar setelah genosida Israel atas Gaza genap memasuki usia satu tahun per 7 Oktober 2024, menewaskan hampir 50.000 orang sebagian besarnya adalah anak-anak dan kaum perempuan. Serangan ini dikecam oleh ketua MUI Bidang Hubungan Luar Negeri dan Kerja Sama Internasional Sudarnoto Abdul Hakim melalui keterangan pers MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menyampaikan kutukan kerasnya dan menyebut aksi pembantaian dan barbarisme Israel itu sebagai tindakan tidak bermoral. Video serangan tersebut *viral* di media sosial memperlihatkan bom meluluh-lantakkan kawasan yang dianggap aman di Deir al-Balah tersebut dan bahkan membakar hidup-hidup sejumlah warga yang masih terjebak di dalam tenda (AntaraNews, 2024).

Memanasnya konflik antara Palestina dan Israel membuat masyarakat dunia internasional merespon dengan melakukan kecaman terhadap tindakan Israel. Berbagai organisasi hak asasi manusia, lembaga internasional, serta negara-negara di seluruh dunia menyerukan penghentian kekerasan dan penegakan hukum internasional. Salah satu bentuk protes global yang menonjol adalah gerakan boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel (Usnan & Hasyim, 2024: 2). Boikot ini dipandang sebagai bentuk tekanan ekonomi yang efektif untuk mengekang agresi Israel dan mendukung perjuangan rakyat Palestina.

Menurut Misidawati dkk (2024: 10), aksi boikot ini menarik perhatian dunia internasional dengan memanfaatkan platform media *online* salah satunya portal berita *online*. Penyebaran mengenai boikot melalui media *online* dipercaya mampu menciptakan solidaritas pendukungan terhadap aksi boikot dan mampu mengubah terhadap opini publik. Gerakan ini tidak hanya didukung oleh organisasi masyarakat sipil tetapi juga oleh sejumlah tokoh agama, lembaga keagamaan, dan pemerintah di berbagai negara, salah satunya termasuk Indonesia.

Boikot artinya bersekongkol menolak untuk bekerja sama (berurusan dagang, berbicara, ikut serta, dan sebagainya). Menurut Oktavia dkk (2024: 318) boikot adalah tindakan untuk tidak menggunakan, membeli, atau berurusan dengan seseorang, organisasi atau suatu negara sebagai wujud protes atau sebagai suatu bentuk pemaksaan. Friedman (1985) dalam Oktavia dkk (2024: 318) mendefinisikan boikot "...*An attempt by one or more parties to achieve certain objectives by urging individual consumers to refrain from making selected purchases in the marketplace*" dengan maksud sebuah upaya yang dilakukan oleh satu pihak atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu dengan mendorong konsumen individu agar tidak membeli produk atau layanan tertentu di pasar.

Awal mula gerakan boikot yang dilansir dari *CNBCIndonesia.com*, bermula dari Omar Barghouti yang merupakan pendiri BDS (Boikot, Divestasi, dan Sanksi), merupakan pula orang pertama yang memulai gerakan boikot produk pro-Israel. Gerakan BDS mendapat dukungan dari banyak orang yang mendukung kemerdekaan Palestina berkat pemberitaan media. Gerakan BDS lokal telah terhubung dengan BDS pusat di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Isu boikot produk-produk yang mendukung Israel terus digaungkan diberbagai media sosial dan portal berita *online* salah satunya di Indonesia. Konflik yang terus berlangsung menyebabkan semakin banyak dorongan untuk melakukan aksi boikot. Tindakan ini memicu beragam opini publik, dengan beberapa pihak secara aktif mendukung aksi boikot terhadap produk pro-Israel. Masyarakat memiliki pandangan yang beragam, baik yang menentang maupun yang mendukung aksi boikot ini. Negara dominan yang memboikot produk-produk Israel adalah negara yang mayoritas beragama muslim, termasuk Indonesia (Radhitya & Toni, 2024) dalam (Misidawati dkk., 2024: 1).

Pada tahun 2024, MUI mengeluarkan fatwa terbaru yakni Fatwa Nomor 14/Ijtima' Ulama/VIII/2024 tentang "Prioritas Penggunaan Produk dalam Negeri". Fatwa ini merupakan lanjutan dari Fatwa MUI No 83/2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina. Fatwa terbaru ini bertujuan untuk mendorong umat Islam Indonesia agar lebih mengutamakan produk lokal dan menghindari produk yang terafiliasi dengan Israel atau diimpor langsung dari negara tersebut. Fatwa ini dikeluarkan dalam rangka memperingati satu tahun genosida Gaza, sebuah tragedi yang menyayat hati dunia internasional dan menjadi simbol kekejaman konflik Israel-Palestina. Melalui fatwa ini, MUI tidak hanya menyerukan boikot terhadap produk Israel, tetapi juga mendorong kebangkitan ekonomi nasional dengan meningkatkan konsumsi produk dalam negeri.

Media massa dianggap memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi terkait isu-isu seperti konflik Israel-Palestina dan fatwa MUI. Media *online*, khususnya portal berita *online*, memiliki jangkauan yang luas

dan mampu menyebarkan informasi secara cepat (Kencana dkk, 2022: 139). Salah satu portal berita *online* yang aktif memberitakan isu ini adalah *AntaraNews.com*, yang merupakan kantor berita resmi Indonesia. *AntaraNews.com* tidak hanya melaporkan perkembangan konflik di Timur Tengah tetapi juga memberikan perhatian khusus pada respons masyarakat dan organisasi di Indonesia, termasuk MUI. Dalam pemberitaannya, *AntaraNews.com* menggunakan berbagai strategi *framing* untuk membangun narasi tertentu yang sesuai dengan nilai dan kepentingan masyarakat Indonesia.

*Framing* adalah proses seleksi dan penekanan aspek-aspek tertentu dari realitas untuk membentuk persepsi publik (Entman, 1933: 52). Dalam konteks ini, teori *framing* Robert N. Entman menjadi alat analisis yang relevan untuk memahami bagaimana media membingkai berita ajakan MUI untuk memboikot produk Israel. Teori Entman menjelaskan bahwa *framing* melibatkan dua proses utama: seleksi isu dan penekanan aspek tertentu dari isu tersebut. Dengan demikian, pemberitaan di media tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membentuk cara pembaca memahami dan menanggapi suatu isu.

Fenomena *framing* berita boikot produk pro-Israel dari berbagai media, secara umum, merupakan isu yang memprihatinkan dan memerlukan perhatian serius. Pemberitaan mengenai ajakan boikot yang disuarakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi sorotan karena memuat berbagai kepentingan dan sudut pandang yang berbeda. Beberapa media membingkai isu ini sebagai bentuk solidaritas kemanusiaan terhadap rakyat Palestina, sementara yang lain menyoroti dampak ekonomi dan sosial terhadap pelaku usaha lokal. Perbedaan cara media

membingkai berita berpengaruh besar terhadap cara pandang dan respons masyarakat. Pemberitaan media massa berperan penting dalam membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran akan isu global yang berimplikasi lokal, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam bentuk aksi sosial seperti boikot.

*AntaraNews.com* sebagai Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) yang berstatus BUMN menjadikannya cerminan dari bagaimana sebuah media yang terafiliasi dengan pemerintah mengkonstruksi dan menyajikan isu-isu sensitif kepada publik. Melalui pemberitaannya, media ini turut membingkai isu boikot yang melibatkan sentimen agama, politik, dan ekonomi dapat memberikan wawasan tentang peran media resmi negara dalam membentuk opini publik. Selain itu, isu ajakan boikot produk pro-Israel oleh MUI adalah topik yang sangat relevan, kompleks, dan menarik, sehingga menjadikannya acuan untuk menganalisis pembingkaian berita.

Dalam konteks ini, *AntaraNews.com*, sebagai media nasional yang memiliki otoritas dan kredibilitas tinggi, memainkan peran strategis dalam membingkai berita terkait fatwa MUI tentang ajakan boikot produk pro-Israel. Oleh karena itu, analisis *framing* menjadi relevan untuk menelusuri bagaimana *AntaraNews.com* memilih dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dalam pemberitaan ajakan boikot produk Israel, serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori *framing* Robert Entman sebagai landasan analisis.

Penelitian ini memiliki relevansi dari segi akademik dan praktis. Penelitian ini dilatarbelakangi dari keprihatinan terhadap konflik Israel-Palestina yang terus berlanjut dan dampaknya yang meluas, termasuk di Indonesia. Fatwa MUI menjadi

salah satu bentuk respons yang signifikan dari masyarakat Indonesia terhadap isu ini. Dalam hal ini, portal berita, khususnya *AntaraNews.com*, memiliki peran penting dalam menyampaikan dan membingkai isu tersebut. Dengan menggunakan model *framing* Robert N. Entman, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *AntaraNews.com* membingkai berita ajakan MUI untuk memboikot produk Israel, serta dampaknya terhadap persepsi publik. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pembingkaian Berita Ajakan MUI Boikot Produk Pro-Israel Pada Media *Antaranews.com* (Analisis *Framing* Model Robert N. Entman)**" dengan menjadikan media *online AntaraNews.com* sebagai subjek dalam penelitian ini.

### 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana *AntaraNews.com* mendefinisikan masalah (*define problems*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel?
2. Bagaimana *AntaraNews.com* memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel?
3. Bagaimana *AntaraNews.com* membuat keputusan moral (*make moral judgement*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel?
4. Bagaimana *AntaraNews.com* merekomendasikan solusi (*treatment recommendation*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel?

UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui *AntaraNews.com* mendefinisikan masalah (*define problems*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel.
2. Mengetahui *AntaraNews.com* memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel.
3. Mengetahui *AntaraNews.com* membuat keputusan moral (*make moral judgement*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel.
4. Mengetahui *AntaraNews.com* merekomendasikan solusi (*treatment recommendation*) terkait dengan berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini memiliki kegunaan baik secara akademis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

#### 1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya sebagai tambahan referensi dalam studi komunikasi jurnalistik yang menelaah pembingkaian berita. Selain itu, peneliti berharap hasil kajian ini dapat memperluas khazanah literatur akademik mengenai cara media membentuk konstruksi berita, terutama dalam konteks boikot terhadap produk yang berafiliasi dengan Israel, serta menjadi dasar teoritis bagi riset-riset selanjutnya yang berkaitan dengan analisis media.

#### 1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi wartawan maupun pengelola media *AntaraNews* untuk terus menjaga independensi dan

netralitas dalam melaporkan isu. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa menjadi referensi berharga bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji topik serupa, serta membantu masyarakat memahami cara kerja pembingkaian berita, khususnya dalam isu boikot terhadap produk yang mendukung Israel. Temuan dari penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh media lain sebagai bahan refleksi dan evaluasi, sehingga ke depannya setiap media dapat lebih bijak dan bertanggung jawab dalam menyajikan pemberitaan yang adil dan seimbang.

## 1.5 Landasan Pemikiran

### 1.5.1 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan model analisis *framing*. Analisis *framing* adalah pendekatan dalam studi komunikasi yang berfokus pada cara informasi disajikan dan dipersepsikan dalam media. Analisis *framing* ini melihat bagaimana sebuah media melakukan pembingkaian berita (berupa teks, foto, video) dalam menyampaikan pesannya.

Analisis *framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman merupakan salah satu pendekatan penting dalam studi komunikasi dan media. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Entman dalam esainya yang berjudul "*framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm"* pada tahun 1993. Dalam analisis *framing*, Entman menekankan bahwa *framing* adalah proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas untuk membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu atau peristiwa (Entman, 1993: 52).

*Framing* Robert N. Entman merupakan pendekatan penting dalam studi media, yang menekankan bagaimana media memilih dan menyoroti aspek-aspek

tertentu dari sebuah peristiwa untuk membentuk cara pandang *audiens*. Pendekatan ini bertujuan menjelaskan bagaimana realitas disusun dalam pemberitaan agar memiliki pengaruh tertentu terhadap pemahaman publik.

Analisis *framing* digunakan untuk memahami cara media membentuk realitas melalui pemberitaan. Dengan pendekatan ini, kita bisa melihat bagaimana sebuah peristiwa dipersepsikan, dimaknai, dan disajikan oleh media. Fokus utama dalam analisis *framing* adalah bagaimana pesan dalam teks dibentuk. Intinya, *framing* menyoroti bagaimana media terutama melalui peran wartawan mengemas suatu peristiwa dan menyampaikannya kepada publik. (Eriyanto, 2002: 11).

Pendekatan *framing* membantu kita memahami bagaimana media membentuk cara pandang masyarakat terhadap suatu peristiwa. Melalui cara penyajian berita, media khususnya wartawan memilih dan mengemas informasi dengan cara tertentu, sehingga memengaruhi makna dan persepsi yang terbentuk di benak publik.

Menurut Eriyanto (2002: 81), *framing* memiliki dua aspek utama. *Pertama*, pemilihan fakta atau realitas. Dalam hal ini, wartawan tidak mungkin sepenuhnya netral karena setiap pilihan fakta selalu dipengaruhi oleh sudut pandang atau perspektif tertentu. Saat memilih fakta, ada dua kemungkinan yaitu bagian realitas yang diangkat ke permukaan dan bagian yang diabaikan atau tidak diberitakan. *Kedua*, penyajian fakta. Tahap ini menyangkut bagaimana fakta yang telah dipilih tadi disampaikan kepada publik. Cara penyampaian ini berkaitan erat dengan penonjolan aspek tertentu dari sebuah peristiwa. Akibatnya, bagian yang

ditonjolkan akan tampak lebih penting dan lebih menarik perhatian dibandingkan bagian lain yang kurang disorot.

*Framing* dalam pemberitaan melibatkan dua proses utama: memilih fakta dan menyajikannya. Wartawan tidak bisa sepenuhnya netral karena setiap pemilihan fakta dipengaruhi oleh sudut pandang tertentu. Fakta yang dipilih kemudian disampaikan dengan cara tertentu agar aspek-aspek tertentu tampak lebih penting atau menarik, sementara bagian lain bisa saja diabaikan. Hal ini membuat persepsi publik terhadap peristiwa bisa terbentuk sesuai cara media menyusunnya.

### 1.5.2 Landasan Konseptual

#### 1.5.2.1 Pembingkaian

Menurut G.J. Aditjondro (dalam Sudibyo, 1999b: 165, dikutip oleh Sobur, 2012: 165), *framing* atau pembingkaian merupakan cara media menyajikan realitas, di mana fakta tentang suatu peristiwa tidak sepenuhnya disangkal, tetapi diarahkan atau dibelokkan secara halus. Ini dilakukan dengan menyoroti bagian-bagian tertentu saja dari peristiwa tersebut, menggunakan kata-kata yang memiliki makna atau nuansa tertentu, serta didukung oleh elemen visual seperti foto, karikatur, atau ilustrasi lain untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Robert N. Entman menjelaskan bahwa pembingkaian oleh media berarti bagaimana media memilih bagian-bagian tertentu dari suatu peristiwa atau isu untuk ditampilkan secara menonjol dalam pemberitaannya. Proses ini mencakup upaya media dalam merumuskan apa inti masalahnya, menjelaskan apa atau siapa yang menjadi penyebabnya, memberikan penilaian moral terhadap situasi tersebut,

serta menyarankan solusi atau langkah penyelesaiannya (Entman, 1933: 52 dalam Nasrullah, 2020: 167).

Menurut Robert N. Entman, *framing* atau pembingkaian oleh media adalah proses memilih dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa. Media menentukan apa masalah utamanya, siapa yang dianggap sebagai penyebab, bagaimana menilainya secara moral, dan solusi apa yang ditawarkan. Dengan cara ini, media membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu.

### *1*.5.2.2 Jurnalisme *Online*

Jurnalisme berasal dari bahasa Inggris, *journalism*, yang berarti kejurnalistikan dan lebih mengarah kepada aktivitas atau kegiatannya. Sementara menurut pendapat lain menyebutkan, istilah *journalism* sepadan dengan istilah jurnalisme. Istilah jurnalisme terdiri atas dua suku kata, yakni jurnal dan isme. Jurnal berarti catatan harian atau laporan ihwal sebuah peristiwa, sedangkan isme berarti norma atau aturan (Darsono, Muhaemin, & Karima, 2024: 1)

Jurnalistik *online* (*online journalism*) adalah pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarkan melaui internet. Jurnalistik *online* (*online journalism*) disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (*web journalism*) yang merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism*) yaitu radio dan televisi (M Romli, 2018: 15). Jika dulu jurnalistik hanya berlaku di surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film, kini jurnalistik juga berlaku di internet atau media *online* sehingga melahirkan ilmu baru bernama jurnalistik *online* atau *online journalism*.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa jurnalisme pada dasarnya berasal dari kata *journalism* yang merujuk pada aktivitas pencatatan atau pelaporan peristiwa. Istilah ini berkembang menjadi jurnalisme *online* seiring kemajuan teknologi, di mana pelaporan fakta kini tidak hanya dilakukan melalui media cetak, radio, atau televisi, tetapi juga melalui internet. Jurnalisme *online* atau *online journalism* menjadi bentuk baru dari praktik jurnalistik yang memanfaatkan media digital untuk menyebarkan informasi.

**1.5.2.3 Media *Online***

Media *online* atau (*online media*) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* atau (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet (Romli, 2018: 34). Media *online* merupakan "generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*) seperti koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film/video". Media *online* adalah produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism*, yang didefinisikan sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet".

Media *online* adalah platform berbasis internet yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak secara cepat dan interaktif. Media ini memanfaatkan teknologi digital untuk menghadirkan teks, audio, video, grafis, dan gambar yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Salah satu karakteristik utama media *online* adalah kemampuannya untuk diperbarui secara *real-time*, memungkinkan informasi terbaru dapat disampaikan dalam hitungan detik.

Media *online* umumnya menyajikan konten atau sajian informasi yang serupa dengan konten cetak seperti koran dan majalah, yaitu berita, artikel opini (*views*), *feature*, foto, dan iklan yang dikategorikan dalam rubrik tertentu, seperti berita nasional, ekonomi, olahraga, dan politik.

## 1.6 Langkah-langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan peninjauan pada portal berita *AntaraNews.com* dengan *link* (https://www.AntaraNews.com) pada informasi yang mencakup berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel edisi 25 September-17 Desember 2024 dengan jumlah 10 berita.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme seperti yang dijelaskan oleh (Thomas Kuhn, 1962) dalam (Haryono, 2020: 12), adalah pendekatan yang menekankan bahwa kebenaran dan realitas sosial merupakan hasil dari konstruksi sosial. Dalam pandangan ini, individu tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai agen aktif yang membentuk makna berdasarkan pengalaman dan interaksi mereka dengan lingkungan sosial.

Paradigma ini dipandang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini karena fokus utamanya menelaah bagaimana *AntaraNews.com* menyusun bingkai pemberitaan boikot produk pro-Israel yang pada akhirnya memengaruhi cara publik memaknai peristiwa tersebut. Karena dalam hal ini, media dipahami sebagai aktor aktif yang membentuk realitas sosial melalui pemilihan, penyusunan, dan

penonjolan informasi, sebagaimana tercermin dalam keempat elemen *framing* Entman.

Sedangkan pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Sulistiyo, 2023: 1). Penelitian kualitatif berpegang pada keyakinan bahwa kebenaran bersifat dinamis dan hanya dapat ditemukan melalui penelaahan orang-orang dalam interaksinya dengan situasi sosial mereka.

Melalui pendekatan kualitatif peneliti berupaya memahami makna yang terkandung dalam teks-teks pemberitaan terkait boikot produk pro-Israel di *AntaraNews.com*. Proses ini mengharuskan peneliti terlibat secara aktif dalam memahami bagaimana suatu peristiwa disusun atau dibentuk melalui narasi yang disampaikan media. Karena itu, hasil dari penelitian ini bersifat kontekstual dan sangat dipengaruhi oleh cara pandang serta pemahaman peneliti terhadap data yang dianalisis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

### 1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis, yakni analisis *framing* untuk membingkai suatu berita berdasarkan model Robert N. Entman dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena penulis ingin mengetahui bagaimana media memandang, memahami, memberikan makna, dan membingkai sebuah peristiwa atau kasus dalam pemberitaannya.

Analisis *framing* dalam penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh Robert N. Entman merupakan ahli yang meletakkan landasan

teoretis bagi pendekatan *framing* dalam studi isi media. Menurut Entman, *framing* dapat dilihat dalam dua dimensi utama: pertama, memilih isu yang akan diangkat, dan kedua, menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas dalam pemberitaan. Penonjolan ini membuat informasi terasa lebih penting, lebih menarik, dan lebih mudah diingat oleh *audiens*. Ketika suatu sisi realitas disajikan secara menonjol, kemungkinan besar publik akan memperhatikannya dan hal itu bisa memengaruhi cara mereka memahami peristiwa yang terjadi (Eriyanto, 2002: 220).

Secara sederhana, *framing* bisa dipahami sebagai cara untuk menganalisis bagaimana media membentuk dan menyajikan realitas suatu peristiwa. Metode *framing* dari Robert N. Entman dipilih dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *AntaraNews.com* membangun narasi dalam pemberitaan boikot produk pro-Israel selama periode 25 September-17 Desember 2024. Empat kategori dalam model Entman digunakan sebagai alat analisis yang terstruktur untuk mengetahui bagaimana media menentukan fokus berita, memberikan penekanan pada isu-isu tertentu yang dianggap penting, serta bagaimana sebagian informasi bisa saja disamarkan atau tidak ditampilkan secara seimbang dalam penyajian beritanya.

Dalam model *framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman, ada empat konsepsi penting yang dianalisis, yaitu:

a) Pemaknaan masalah (*define problem*), yakni mengkaji mengenai pendefinisian atau cara pandang terhadap ajakan MUI mengenai boikot produk pro-Israel di *AntaraNews.com*.
b) Penentuan sumber masalah (*diagnose cause*), yakni penilaian terhadap sesuatu yang dianggap sebagai faktor penyebab bagaimana *AntaraNews.com*

menentukan sumber masalah mengapa MUI mengimbau untuk boikot produk pro-Israel.

c) Pembangunan keputusan moral (*make moral judgement*), yakni proses pembangunan suatu nilai moral guna menjelaskan atau memaknai tindakan MUI membuat keputusan moral mengenai larangan mengonsumsi produk yang terafiliasi dengan Israel dan mendukung agresi militer Israel ke Palestina adalah hukumnya haram.

d) Menekankan solusi (*treatment recommendation*), yakni pemberian solusi atau penyelesaian yang ditawarkan MUI guna mengatasi masalah dengan beberapa langkah, salah satunya masyarakat harus memprioritaskan penggunaan produk dalam negeri, lalu melanjutkan boikot terhadap produk terafiliasi dengan Israel.

### 1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

#### 1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data kualitatif berarti data deskriptif yang meliputi kata-kata tertulis dari narasi yang terkandung dalam isi konten berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel pada portal berita *AntaraNews.com* edisi 25 September-17 Desember 2024.

#### 1.6.4.2 Sumber Data

##### 1.6.4.2.1 Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama. Data utama dari penelitian ini berupa data tekstual dari berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel yang dipublikasikan pada portal media *online AntaraNews.com* edisi 25 September-17

Desember 2024. Adapun judul berita media *online AntaraNews.com* yang akan peneliti analisis yaitu:

**Tabel 1. 1 Judul Berita Media *Online AntaraNews.com***

| No | Tanggal Terbit | Judul Berita Media *Online AntaraNews.com* | Narasumber |
|---|---|---|---|
| 1 | 25 September 2024 | *"Waketum MUI sesalkan ada tokoh yang acuh tak acuh terhadap Palestina"* | Wakil Ketua Umum (Waketum) Majelis Ulama Indonesia (MUI) Anwar Abbas |
| 2 | 30 September 2024 | *"Genosida tak berhenti, MUI: jangan pernah bosan boikot produk Israel"* | Ketua MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah MUI M Cholil Nafis |
| 3 | 30 September 2024 | *"MUI minta masyarakat tetap boikot produk yang terafiliasi Israel"* | Ketua MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah MUI Cholil Nafis |
| 4 | 3 Oktober 2024 | *"MUI beri penghargaan ke JK dan Menlu atas kontribusi untuk perdamaian"* | Ketua Umum MUI KH. M. Anwar |
| 5 | 8 Oktober 2024 | *"MUI ajak masyarakat Indonesia terus dukung kemerdekaan Palestina"* | Ketua MUI Bidang Hubungan Luar Negeri dan Kerjasama Internasional |
| 6 | 11 Oktober 2024 | *"MUI: Dukung Palestina dengan boikot produk terafiliasi Israel"* | Ketua Komisi Dakwah MUI Muhammad Cholil Nafis |
| 7 | 23 Oktober 2024 | *"MUI sangat mengutuk serangan Israel ke Deir al-Balah, Jalur Gaza"* | Ketua MUI Bidang Hubungan Luar Negeri dan Kerja Sama Internasional Sudarnoto Abdul Hakim |
| 8 | 7 November 2024 | *"MUI minta presiden hentikan impor produk Israel"* | Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) bidang Dakwah dan Ukhuwah, KH. Muhammad Cholil Nafis |
| 9 | 12 Desember 2024 | *"MUI: Isu boikot sadarkan masyarakat akan kualitas produk lokal"* | Wakil Sekretaris Jenderal MUI Bidang Hukum Dr. KH Ikhsan Abdullah, dan Ketua Pengurus Besar Nahdhatul Ulama (PBNU) bidang pemberdayaan |

| No | Tanggal Terbit | Judul Berita Media *Online AntaraNews.com* | Narasumber |
|---|---|---|---|
| | | | perekonomian Dr. KH Eman Suryaman |
| 10 | 17 Desember 2024 | *"MUI sebut aksi boikot buat masyarakat beralih ke produk lokal"* | Wakil Sekretaris Jenderal Majelis Ulama Indonesia (MUI) bidang hukum, Dr. KH Ikhsan Abdullah, dan Dekan Fakultas Hukum Universitas Gunung Jati, Dr Harmono |

**1.6.4.2.2 Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan data pendukung atau tambahan yang digunakan dalam penelitian. Sumber data yang mendukung penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi/tesis yang membahas *framing* khususnya model Robert N. Entman, lalu dokumen atau pernyataan resmi dari MUI mengenai fatwa boikot produk pro-Israel, dan artikel baik dari *AntaraNews.com* itu sendiri maupun dari media *online* lain terkait boikot produk pro-Israel yang relevan dengan topik penelitian dan dapat digunakan sebagai referensi untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

**1.6.5 Unit Analisis**

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini berupa teks berita, oleh karenanya peneliti berfokus pada teks berita ajakan MUI boikot produk pro-Israel pada situs web media *online AntaraNews.com* edisi 25 September hingga dengan 17 Desember 2024. Dalam penelitian tersebut terdapat 10 berita yang terbit selama bulan September hingga Desember 2024 sebagai sumber data dan informasi untuk dianalisis menggunakan metode analisis *framing* model Robert N. Entman pada penelitian ini.

### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian ini yaitu melalui dokumentasi. Dalam teknik dokumentasi peneliti melakukan pengamatan pada dokumen-dokumen mengenai pemberitaan ajakan MUI boikot produk pro-Israel. Dokumen tersebut dapat berupa catatan peristiwa, tulisan, gambar, dan sebagainya. Langkah selanjutnya setelah data terkumpul penulis menyalin berita dari internet, lalu mengubahnya menjadi dokumen dan menyimpannya sebagai *softfile* setelah data diperoleh. Ada 10 dari 16 berita yang diunggah di portal berita *AntaraNews.com* terhitung dari 25 September hingga 17 Desember 2024 yang telah diseleksi peneliti untuk diteliti lebih lanjut.

### 1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada teknik penentuan keabsahan data, peneliti menggunakan keabsahan uji data menggunakan proses triangulasi. Sirajuddin Saleh (2017: 127) dalam bukunya menjelaskan triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu. (Kaharuddin, 2021: 6) menyebutkan ada empat macam triangulasi sebagai teknik keabsahan data di antaranya, triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, dan triangulasi pakar.

Dari keempat jenis triangulasi tersebut, penulis memilih keabsahan data dengan menggunakan triangulasi pakar atau tinjauan ahli yang memiliki keahlian di bidang yang relevan yaitu pakar komunikasi, pakar media, atau ahli metodologi untuk mengevaluasi kelayakan metode yang digunakan, ketepatan analisis data, dan keakuratan interpretasi hasil. Triangulasi pakar adalah cara melakukan pemeriksaan data dengan meminta pendapat pakar atau penilaian seorang ahli dalam hal ini

merupakan dosen pembimbing terkait kebenaran dan kesesuaian data dengan tujuan penelitian.

### 1.6.8 Teknik Analisis Data

Tahapan teknik analisis data dalam penelitian kualitatif, dapat memberikan pemahaman terhadap peneliti dalam memahami konsep analisis data dalam penelitian. Dalam penelitian, analisis data bertujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau makna tertentu dari data yang telah dikumpulkan. Sebagaimana menurut (Miles dan Huberman, 1994) dalam (Sarosa, 2021: 3) terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berikut penjelasan tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman:

**a) Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses yang melibatkan pemilihan atau dalam arti lain bentuk penyederhanaan atau penyempurnaan data, bisa dengan pengurangan terhadap data yang kurang sesuai atau tidak relevan dengan penelitian, maupun penambahan data apabila dirasa masih kurang.

Setelah data dikumpulkan, selanjutnya dilakukan reduksi data untuk memilih dan memfokuskan data yang berguna dan relevan untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan, atau jawaban atas pertanyaan penelitian. Setelah itu, data disederhanakan dan disusun secara sistematis, dan informasi penting tentang hasil temuan dan maknanya diuraikan. Dalam proses reduksi data, hanya hasil data atau hasil yang terkait dengan masalah penelitian yang diambil.

**b) Penyajian Data**

Penyajian data merupakan proses ketika sekumpulan informasi yang telah disusun berdasarkan kategori atau kelompoknya. Bentuk penyajiannya dapat berupa teks, matriks, grafik, jaringan, gambar ataupun bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang padu dan mudah didapat sehingga mudah untuk melihat apa yang sedang terjadi. Tujuannya supaya peneliti lebih mudah memahami data atau informasi dari hasil penelitian, dan mereka harus membuat naratif, matrik, atau grafik dan memastikan apakah kesimpulan sudah tepat, atau sebaliknya melakukan analisis kembali.

**c) Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan adalah proses menjelaskan makna dari hasil penelitian dalam kalimat yang singkat, padat, dan dapat mudah dipahami. Proses ini juga melibatkan meninjau kesimpulan tersebut berulang kali untuk memastikan bahwa kesimpulan tersebut benar, terutama dalam hal relevansinya dan konsistensinya dengan judul, tujuan, dan perumusan masalah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG