

**ANALISIS FRAMING BOIKOT PRODUK ISRAEL
PADA CNN INDONESIA DAN DETIK.COM**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FIRA AN-NISSA

20105540031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR
BLITAR
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS FRAMING BOIKOT PRODUK ISRAEL PADA CNN INDONESIA DAN DETIK.COM

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FIRA AN-NISSA
20105540031

Telah dipertahankan di depan majelis Penguji Pada Tanggal 14 Juni 2024

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Majelis Penguji,

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Dr. Andiwi M, S.Sos., MM., M.I. Kom
NIDN. 0721015303

Anita Reta Kusumawijayanti, SIP. M.I.Kom
NIDN. 0706018101

Ulva Roifatul Lailin, S.Pd., M.A.P.
NIDN. 0725088901

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
Politik

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan

Yefi Dyan Nofa Harumike, S.I.Kom, MA
NIDN. 0704118905

Dr. Endah Siswati, S.I.P., M.S.W
NIDN. 0705077101

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fira An-nissa
2. Tempat / Tgl. Lahir : Blitar / 11 Juni 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 20105540031 / Ilmu Komunikasi
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Jl. Halmahera No. 76, Klampok, Sananwetan, Kota Blitar,
Jawa Timur
8. Alamat Email : firaannissa28@gmail.com



Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat : SDN Klampok (2008 - 2014)
10. MTs/SMP/Sederajat : SMPN 08 Blitar (2014 - 2016)
11. MA/SMA/Sederajat : SMKN 01 Blitar (2016 – 2019)

Orang Tua / Wali

12. Nama ayah : Nanang Hidayat
13. Nama Ibu : Irna Ristiani
14. Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta
16. Alamat Orang Tua : Jl. Trisula Kademangan

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FIRA AN-NISSA
NIM : 20105540031
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Analisis Framing Boikot produk Israel Pada CNN Indonesia dan Detik.com*” yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian atau keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebut sumbernya.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan penelitian skripsi ini hasil jiplakkan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Blitar, 12 Juni 2024

Yang membuat pernyataan

FIRA AN-NISSA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Dengan mengucap rasa syukur kepada

Allah SWT, tugas akhir skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Pada orang tua saya Irna Ristiani dan Nur Chabib serta seluruh keluarga yang telah memberi nasehat, motivasi, serta dukungan dan doa dengan tulus dan ikhlas.
2. Kakek dan Nenek saya (Pingi dan Bingah) atas motivasi dan dukungannya.
3. Teman – teman angkatan 2020 jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu berkesan dihati selama kebersamaan di dalam dan di luar bangku kuliah.
4. Idolaku EXO, Lalisa Manoban, dan Freen Sarocha Chankimha yang sudah memberi hiburan saat suntuk.
5. Almamaterku tercinta Universitas Islam Balitar terimakasih telah memberikan ilmu dan pengalaman baru dalam bidang Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan PKL dengan judul “*Instagram @Pekab_Blitir Sebagai Sarana Pengaduan Masyarakat Di Dinas Kominfo Statistik Dan Persandian Kabupaten Blitar*”

Laporan PKL ini disusun untuk memenuhi tugas dan persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Balitar.

Penulisan laporan PKL ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya doa, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Soebiantoro, M.Si, selaku rektor Universitas Islam Balitar Blitar.
2. Ibu Dr. Endah Siswati, S.I.P., M.S.W, selaku Dekan Ilmu Sosial dan Politik yang telah memberikan bimbingan dan arahan
3. Ibu Yefi Dyan Nofa Harumike, S.I. Kom, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dr. Andiwi Meifilina, S.Sos., MM., M.I. Kom selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan pada penulis
5. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan spiritual dan senantiasa mendukung terselesainya skripsi ini.
6. EXO, Lisa, Freen Sarocha, selaku idola yang memberikan hiburan.

Saya menyadari laporan skripsi ini masih ada kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini sangat diharapkan. Semoga bermanfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Blitar, 12 Juni 2024

FIRA AN-NISSA

DAFTAR ISI

BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Boikot	6
2.1.1 Boikot	6
2.1.2 Boikot Produk Israel	7
2.2 Media Massa Komunikasi	8
2.2.1 Komunikasi Massa	8
2.2.2 Media Massa	9
2.2.3 Media Baru (Berita Online)	9
2.2.4 CNN Indonesia	14
2.2.5 Detik.com	15
2.3 Analisis Framing	16
2.3.1 Analisis Framing menurut para ahli	17
2.3.2 Framing menurut Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki	19
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Kerangka Pikir	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26

3.3 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.3.1 Objek Penelitian	26
3.3.2 Subjek Penelitian	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Uji Keabsahan Data	28
3.6 Teknik Analisis Data	29
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum CNN Indonesia	32
4.1.1 Visi dan Misi CNN Indonesia	33
4.1.2 Tim CNN Indonesia	35
4.2 Gambaran Umum Detik.com	37
4.2.2 Sejarah Detik.com	38
4.2.3 Visi dan Misi Detik.com	39
4.3 Hasil dan Pembahasan	40
4.4 Kesimpulan	90
BAB V	79
PENUTUP	79
5.1 KESIMPULAN	79
5.2. SARAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Skema Buku Analisis Framing.....	17
Tabel 2.3.2 Kerangka Framing Pan dan Kosicki.....	20
Tabel 2.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4.1.....	40
Tabel 4.2.....	43
Tabel 4.3.....	46
Tabel 4.4.....	49
Tabel 4.5.....	53
Tabel 4.6.....	56
Tabel 4.7.....	58
Tabel 4.8.....	61
Tabel 4.9.....	64
Tabel 4.10.....	67
Tabel 4.11.....	72
Tabel 4.12.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo CNN Indonesia.....	32
Gambar 4.2 Logo Detik.com.....	36
Gambar 4.3 Kemenperin respons seruan boikot produk Israel dan sekutu.....	39
Gambar 4.4 JK: Boikot produk Israel tak mempan hentikan agresi di Gaza.....	42
Gambar 4.5 MUI Kembali minta warga setop pakai produk terafiliasi dengan Israel.....	45
Gambar 4.6 Ketum PBNU Sebut Boikot Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza.....	48
Gambar 4.7 Zulhas Sebut Pemerintah Saat Ini Tak Boikot Produk Pro Israel.....	52
Gambar 4.8 Buruh soal Ancaman PHK Buntut Gerakan Boikot: Pengusaha Berlebihan	55
Gambar 4.9 Ramai Seruan Boikot Israel, Apakah Akan Berdampak pada Israel?.....	58
Gambar 4.10 JK Nilai Boikot Produk Israel Tak Mempan Hentikan Serangan ke Palestina.....	60
Gambar 4.11 Daftar Produk untuk Diboikot yang Beredar di Internet Itu Hoaks.....	63
Gambar 4.12 Ketum PBNU Sebut Boikot Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza.....	66
Gambar 4.13 Zulhas Sebut Pemerintah Tak Boikot Produk Pro Israel!.....	70
Gambar 4.14 Pengusaha Ketar Ketir Digoyang Seruan Boikot Produk Pro Israel.....	73

LAMPIRAN

RINGKASAN

FIRA AN-NISSA. 20105540031. *“Analisis Framing Boikot Produk Israel Pada Cnn Indonesia Dan Detik.Com”*. Di bawah bimbingan: Dr. Andiwi Meifilina, S.Sos., MM., M.I. Kom dan Anita Reta Kusumawijayanti, SIP. M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing berita mengenai aksi boikot produk Israel yang dimuat di CNN Indonesia dan Detik.com. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menggambarkan bagaimana kedua media membingkai aksi boikot tersebut. Data diambil dari berita yang dipublikasikan antara 2 November hingga 10 Desember 2023. Teknik analisis data mengacu pada model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang mencakup empat struktur besar: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan mendasar dalam framing berita antara CNN Indonesia dan Detik.com. CNN Indonesia cenderung mendukung aksi boikot dengan menekankan dampak positif dan simpati terhadap Palestina, menggunakan analisis yang mendalam dan pernyataan dari tokoh penting. Di sisi lain, Detik.com menampilkan pandangan yang lebih berimbang, dengan menyajikan pendapat dari berbagai sudut pandang dan menekankan pentingnya pendekatan internasional dan diplomasi. Kedua media ini memiliki kekuatan masing-masing dalam membingkai berita, dengan CNN Indonesia fokus pada dampak lokal dan Detik.com pada konteks global. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya media dalam membentuk opini publik mengenai isu-isu internasional seperti konflik Palestina-Israel.

SUMMARY

FIRA AN-NISSA. 20105540031. “*Analisis Framing Boikot Produk Israel Pada Cnn Indonesia Dan Detik.Com*”. Di bawah bimbingan: Dr. Andiwi Meifilina, S.Sos., MM., M.I. Kom dan Anita Reta Kusumawijayanti, SIP. M.I.Kom

This aims to analyze the framing of news regarding the boycott of Israeli products as featured in CNN Indonesia and Detik.com. The study employs a qualitative descriptive method to depict how both media outlets frame the boycott action. Data is drawn from news articles published between November 2nd and December 10th, 2023. The data analysis technique refers to the model proposed by Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki, which encompasses four major structures: syntax, script, thematic, and rhetorical. The findings reveal fundamental differences in news framing between CNN Indonesia and Detik.com. CNN Indonesia tends to support the boycott action by emphasizing positive impacts and showing sympathy towards Palestine, utilizing in-depth analysis and statements from key figures. On the other hand, Detik.com presents a more balanced view, featuring opinions from various perspectives and emphasizing the importance of international approaches and diplomacy. Both media outlets have their respective strengths in framing news, with CNN Indonesia focusing on local impacts and Detik.com on global contexts. This study underscores the significance of media in shaping public opinion on international issues such as the Palestine-Israel conflict.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Palestina-Israel adalah dua negara yang tidak bisa lepas dari pembicaraan publik. Dua negara yang menduduki satu wilayah yang sama bukanlah hal yang biasa, konflik, bom bunuh diri, negosiasi damai merupakan rutinitas bagi rakyat Israel ataupun Palestina. Dari berbagai konflik yang terjadi di timur tengah, konflik Arab-Israel dapat dikatakan sebagai konflik utama yang mendominasi dan membawahi pertikaian lainnya. Konflik yang terjadi antara Israel dan Palestina ini merupakan kebutuhan politik dalam perebutan wilayah. Kedua pihak saling tuding mengenai siapa yang mengawali konflik ini. Mereka melemparkan tuduhan terhadap siapa yang pertama menyerang wilayahnya terlebih dahulu. Agresi militer yang dilakukan oleh Israel di jalur Gaza pada 7 Oktober 2023, menimbulkan banyak penderitaan, kehancuran dan kematian bagi rakyat Gaza, Palestina. Serangan ribuan roket hamas yang tidak akurat dibalas dengan “Hujan Kembang Api Kematian” untuk rakyat Gaza.

Namun menurut sejarah, Palestina bukanlah negara satu-satunya yang diserang oleh Israel di kawasan timur tengah. Pada 27 maret Israel juga menyerang wilayah Lebanon yang menewaskan dua puluh satu orang yang mana sepuluh diantaranya adalah tenaga medis. Adapula pada 29 maret Israel menyerang pangkalan militer di Aleppo, Suriah yang menewaskan tiga puluh enam orang tentara dan enam warga sipil. Sejak awal oktober serangan Israel itu juga sudah menghancurkan berbagai fasilitas publik seperti rumah sakit, sekolah, masjid, universitas dan lain lain. Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) dan Dunia Internasional sudah mengecam dan mengutuk tindakan Israel tersebut. Perserikatan Bangsa Bangsa sendiri sudah mengeluarkan resolusi namun tidak dipatuhi oleh Israel. Menurut Hamas hal yang dilakukan Israel ini merupakan pembantaian massal terhadap warga sipil palestina dan relawan dari luar wilayah palestina.

Genosida yang terjadi di Palestina mendapatkan perhatian penuh dari seluruh manusia yang ada di dunia. Tercatat sejak minggu pertama serangan terjadi banyak warga dari Negara besar seperti Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Perancis, Rusia, Indonesia dan lainnya melakukan demo besar-besaran di jalan dengan membawa atribut yang berkaitan dengan pembebasan Palestina. Mereka juga melakukan *Boycott, Divestment and Sanctions (BDS Movement)*. BDS menjunjung tinggi prinsip sederhana bahwa warga Palestina berhak atas hak yang sama seperti umat manusia lainnya. Dalam prakteknya, salah satunya boikot produk Israel. Adanya gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) merupakan upaya mengakhiri dukungan internasional terhadap penindasan Israel terhadap warga Palestina dan menekan Israel untuk mematuhi hukum internasional.

Pada tahun 2005, organisasi masyarakat sipil Palestina menyerukan boikot, divestasi dan sanksi (BDS) sebagai bentuk tekanan tanpa kekerasan terhadap Israel. Gerakan BDS diluncurkan oleh 170 serikat pekerja Palestina, jaringan pengungsi, organisasi perempuan, asosiasi profesional, komite perlawanan rakyat dan badan masyarakat sipil Palestina lainnya. Gerakan Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS), berasal dari Eropa dan Amerika yang bertepatan dengan tren politik dan teoretis yang memberikan negara-negara utara menjadi prioritas dalam membawa perubahan secara lokal. Gerakan BDS merupakan inisiatif yang sangat penting, karena selama ini mampu hadir secara worldwide di beberapa negara dan di semua benua. BDS kini menjadi gerakan *worldwide* yang dinamis yang terdiri dari serikat pekerja, asosiasi akademis, gereja, dan gerakan akar rumput di seluruh dunia. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, BDS telah memberikan dampak besar dan secara efektif menantang dukungan internasional terhadap apartheid Israel dan kolonialisme pemukim.

Gerakan boikot produk yang mendukung Isarel memang sudah dilakukan sejak sembilan belas tahun yang lalu, namun tidak terlalu mendapatkan perhatian publik karena minimnya informasi dan keterbatasan akses Internet. CNN Indonesia dan Detik.com juga

memberitakan mengenai aksi boikot produk Israel dalam sudut pandang yang berbeda. Berita tentang konflik ini menyita atensi miliaran penduduk di bumi. Media massa juga ingin menunjukkan bahwa berita ini sangat penting. Kebiadaban yang dilakukan Isarel terhadap Palestina yang kita saksikan setiap harinya melalui sosial media dan media cetak bergantung pada ideologi si pembuat berita. Dalam hal ini, pentingnya media dalam pembentukan opini di masyarakat, Media massa memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pembentukan opini publik pada suatu peristiwa tertentu bahkan terkadang membuat audiensnya tidak sadar akan persitiwa yang sesungguhnya terjadi.

Media memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam menyampaikan suatu peristiwa atau fakta kepada para khalayak/pembaca. Apa yang ditulis oleh media dapat memengaruhi khalayak/pembaca dan menjadi opini publik. Berita yang ditampilkan media tidak serta-merta asli dan benar. Sebelum berita itu sampai kepada khalayak/pembaca, berita itu telah mengalami proses konstruksi. Pada saat itulah fakta yang ada diolah sedemikian rupa, disesuaikan dengan visi misi media, ideologi, kemudian ditentukan tujuan dari berita itu, dan disesuaikan dengan ruang di dalam media.

CNN Indonesia menurunkan berita tentang Boikot Produk Israel pada 2 November 2023 dengan judul Kemenperin Respons Seruan Boikot Produk Israel dan Sekutu pada halaman headline mereka. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya berita ini untuk di ketahui khalayak. Dalam pandangan CNN, aksi boikot ini merupakan hal yang baru namun masif dilakukan di Indonesia. Mereka juga memberikan info terbaru apa yang terjadi di gaza berikut dengan jumlah korban nya.

Detik.com menunjukkan berita ini juga penting untuk dibaca oleh khalayak dengan menyajikan latar emosional masyarakat terhadap apa yang terjadi di palestina. Diunggah sehari setelahnya dengan judul Ramai Seruan Boikot Israel, Apakah Akan Berdampak pada

Israel?, dengan menyajikan headline yang cukup berani. Dalam pandangan Detik.com aksi boikot ini bukanlah hal yang baru namun sangat masif. Mereka juga menyajikan pendapat beberapa ahli dan *netizen* tentang aksi boikot ini untuk Indoensia.

Mengingat bahwa Negara Kesatuan Reprublik Indoensia adalah negara yang paling gencar menyeruakan tentang kebebasan Palestina dari Zionis Israel. CNN Indonesia dan Detik yang merupakan surat kabar berskala nasional yang cukup menonjol di Indonesia dan bersegmentasi umum ini memiliki potensi untuk dibaca oleh berbagai orang diseluruh Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti akan mencoba menganalisis dua buah berita dari dua harian yang berbeda yaitu CNN Indonesia dan Detik.com. Melalui observasi tersebut, alasan peneliti memilih judul ini adalah: 1. CNN Indonesia dan Detik.com secara masif mengunggah kabar terbaru mengenai konflik dan aksi boikot produk Israel. 2. Pembingkaiian yang digunakan oleh media massa seperti CNN Indonesia dan Detik.com dapat mempengaruhi cara pandang dan opini publik terhadap boikot produk Israel. Bedasarkan latar belakang diatas, penelitian ini diberi judul “ANALISIS FRAMING BOIKOT PRODUK ISRAEL PADA CNN INDONESIA DAN DETIK.COM”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti dapat dirumuskan masalah yaitu, bagaimana analisis framing boikot produk israel pada CNN Indonesia dan Detik.com?

1.3 Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis framing boikot produk israel pada portal berita online CNN Indonesia dan Detik.com.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi Massa khususnya pada kajian teks media (framing), mengenai pengkonstruksian realitas sosial oleh media massa.

1.4.2. Manfaat Praktis

A. Bagi Peneliti

Untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai analisis framing pada media *online* di Indonesia.

B. Bagi Akademis

Untuk Keperluan Akademis peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan berkontribusi dalam penyelesaian literatur.

C. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mendalami topik yang sama dengan menggunakan variabel yang berbeda.

D. Bagi Media Massa CNN Indonesia dan Detik.com

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada media massa cetak, agar dalam pemberitaannya dapat lebih memerhatikan aspek-aspek tertentu dari realitas. Sehingga pembaca memiliki pemahaman yang mendekati kenyataan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Boikot

2.1.1 Boikot

Kata boikot itu sendiri berasal dari nama Charles Boycott yang merupakan seorang agen dan pengelola tanah asal Inggris. Hal ini bermula ketika para petani menolak menggarap lahan milik Charles Boycott karena dia menolak untuk menurunkan harga penggarapan dan lahan pertanian. Charles Boikot juga bertanggung jawab terhadap gerakan mogok kerja para petani sehingga ia harus mengundurkan diri dari jabatan. (Ekonomi, 2023)

Boikot adalah bersekongkol menolak untuk bekerjasama (berurusan dagang, berbicara, ikut serta, dan sebagainya). Secara Bahasa, boikot merupakan suatu wujud protes sekelompok orang terhadap seseorang atau organisasi tertentu dengan cara menolak untuk menggunakan, membeli, atau berurusan dengan pihak yang diboikot. Boikot biasanya direncanakan dengan mempertimbangkan berbagai akibatnya.

Menurut Model Laws dari United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), pemboikotan adalah tindakan menolak secara bersama-sama untuk membeli atau menjual, atau mengancam untuk melakukannya. Ini termasuk metode yang sering digunakan untuk memaksa pihak yang bukan anggota kelompok tertentu agar mematuhi kegiatan yang ditetapkan oleh kelompok tersebut (Anisah S. , 2015)

Boikot diartikan sebagai: Pertama, sebuah tindakan yang dirancang untuk mencapai isolasi sosial atau ekonomi dari seorang lawan; Kedua, penolakan bersama untuk melakukan bisnis dengan suatu pihak sebagai bentuk ketidaksetujuan terhadap

praktik-praktik pihak tersebut; Ketiga, penolakan untuk bertransaksi dalam satu urusan dengan tujuan memperoleh syarat yang diinginkan dalam transaksi lainnya.

Tidak melibatkan kekerasan untuk memaksa orang yang diboikot untuk mengubah kebijakan atau peraturan. Boikot memiliki kekuatan dan dapat memengaruhi bisnis bahkan meruntuhkan pemerintahan, seperti yang terjadi pada sistem apartheid Afrika Selatan. (Ekonomi, 2023)

2.1.2 Boikot Produk Israel

Boikot produk Israel adalah sebuah usaha dari umat Muslim yang didukung oleh fatwa para ulama dunia untuk melawan ketidakadilan yang dilakukan oleh mereka yang memerangi kaum Muslim. Dalam konteks ini, terdapat hubungan antara pembelian produk-produk Israel oleh umat Muslim dengan penderitaan yang dialami oleh Muslim di negara-negara lain yang saat ini berada di bawah imperialisme (Laili, 2021)

Gerakan boikot biasanya ditujukan kepada negara-negara yang melakukan tindakan penyimpangan. Israel adalah salah satu negara yang melakukan penyimpangan dengan agresi militernya terhadap Palestina. Hal ini mendorong dukungan kepada Palestina melalui aksi boikot produk Israel (Safitri, 2015). Di Indonesia, gerakan boikot terhadap produk Israel didukung oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan fatwa No. 83 Tahun 2023. Menurut Yullah (2016), boikot produk Israel dianggap sangat efektif untuk menekan Israel agar menghentikan operasi militernya terhadap Palestina.

Dalam hal ini gerakan boikot produk Israel termasuk dalam jenis boikot konsumen, yang memiliki arti tindakan di mana orang umum diminta untuk tidak membeli barang dari perusahaan yang mendukung Israel. Aktivis sosial seperti BDS Movement biasanya bertanggung jawab atas Tindakan boikot konsumen. Boikot

konsumen ini dilakukan sebagai bentuk protes terhadap praktik yang tidak adil dan tidak etis.

2.2 Media Massa Komunikasi

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah komunikasi melalui media cetak dan elektronik. Karena kata "komunikasi massa" berasal dari pengembangan media komunikasi massa pada awalnya. Massa sebagai bentuk sosial baru di masyarakat modern. Dia membandingkannya dengan bentuk sosial lainnya, terutama kelompok, publik, dan kerumunan. Dalam kelompok kecil, setiap anggota mengenal satusama lain, tahu bahwa mereka adalah satu kelompok, berbagi nilai yang sama, memiliki struktur hubungan yang stabil, dan bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Kerumunan, juga disebut crowd, biasanya lebih besar, tetapi hanya dapat ditemukan dalam ruang tertentu. Mereka bersifat sementara dan jarang sekali berkumpul lagi dengan orang yang sama. Publik umumnya cukup besar, tersebar luas, dan bertahan lama. Di sekitar isu atau masalah dalam kehidupan umum, publik cenderung terbentuk, dan tujuan utamanya adalah untuk membangun kepentingan atau opini dan mencapai perubahan politik. (Nurudin, 2007)

Dalam komunikasi massa, massa mengacu pada orang banyak, bukan kelompok, kerukunan, atau publik. Mereka tidak selalu berada di tempat yang sama mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai tempat, dan mereka dapat memperoleh pesan komunikasi yang sama pada waktu yang sama atau hampir bersamaan. Media massa adalah sarana untuk menyampaikan isi pesan, pernyataan informasi yang

bersifat umum, kepada sejumlah orang, heterogen, anonim, tidak terlembagakan, perhatian terpusat pada pesan yang sama, dan tidak memberikan arus balik secara langsung. (J.B. Wahyudi) Pada dasarnya, komunikasi massa adalah proses di mana pesan sampai ke khalayak melalui media massa, dan media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam komunikasi massa untuk menyampaikan pesan.

2.2.2 Media Massa

Media massa adalah saluran komunikasi yang menghasilkan dan menyebarkan berita, konten hiburan, seni visual, dan hasil budaya lainnya kepada banyak orang. Media massa dapat dimasukkan ke dalam tiga kelompok besar berdasarkan bagaimana mereka dilihat secara fisik. Media cetak, misalnya surat kabar, majalah, dan buku. Radio, televisi, film, video, dan rekaman suara elektronik. Media baru, media internet. CNN Indonesia dan Detik.com merupakan salah satu bentuk dari media massa. Portal berita *online* terbesar di Indonesia tersebut menyajikan berbagai macam berita mulai dari lokal hingga mancanegara.

2.2.3 Media Baru (Berita Online)

Media baru merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan media teknologi digital yang menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung secara langsung dengan jaringan. Media dengan perkembangan teknologi menjadikan kehidupan anak dan remaja menyatu dengan media sosial dan digital dalam internet. Anak dan remaja yang masih dalam pertumbuhan, selalu tertarik untuk mencoba informasi atau sesuatu yang baru dan tidak begitu tahu apa akibatnya. Anak dan remaja diarahkan untuk memanfaatkan internet sebagai sumber informasi yang bermanfaat dalam belajar dan bukan hanya

memilih informasi yang diinginkan dan menyenangkan saja. Setiap hari anak dan remaja selalu dekat dan mengkonsumsi produk media (Nukiran, 2017)

Kemudian selain itu ada Martin Lister dalam bukunya *New media: A Critical Introduction* yang menyatakan bahwa media baru adalah sebuah terminologi yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan dalam skala besar dalam produksi suatu media, artinya bahwa yang didalamnya ada distribusi media, dan penggunaan media yang bersifat teknologis dan konvensional budaya (Lister, 2009). Didalam terminologi *New media* ada beberapa konsep yang membawa lahirnya Media, dalam buku yang ditulis oleh Nicholas Gane dan David Beer yang berjudul *New media: The Key Concepts* mengatakan bahwa setidaknya ada enam konsep dalam New media atau Media Baru (Nicholas Gane, David Beer, 2008) diantaranya adalah:

1. Network / Jaringan

Network dalam ilmu komputer banyak bentuknya. Sebuah jaringan komputer (local area network (LAN) atau Ethernet), yang mencakup wilayah geografis yang kecil dan menghubungkan perangkat dalam satu gedung atau kelompok bangunan atau dapat mencakup wilayah yang lebih luas seperti sebagai kota, negara bagian, negara, atau dunia'(jaringan yang luas daerah atau WAN. kemudian dapat kita ketahui bahwa peran network dalam konsep media baru adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer satu sama lain dan untuk berbagai perangkat eksternal, dan dengan

demikian memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan bertukar informasi.

2. Informasi

Definisi informasi memiliki gambaran dan deskripsi yang beragam, secara sederhana menurut Manuel Castell mengatakan bahwa, masyarakat informasi berpusat pada produksi, distribusi dan konsumsi informasi, yang pada gilirannya menjadi komoditas berharga dari bentuk kapitalisme baru namun kemudian istilah masyarakat informasi masuk dalam bahasa yang lebih umum, konsep “informasi” hanya mendapat sedikit perhatian dari disiplin sosiologi, tidak ada definisi “informasi” yang sebenarnya dalam masyarakat informasi yang diungkapkan oleh Castells. Castells meminjam definisi informasi dari tokoh ahli yang lain, namun istilah definisi “pengetahuan dan informasi” dipinjam dari tokoh yang ada sejak era pra-internet yakni Machlup. Machlup mendefinisikan informasi sebagai komunikasi pengetahuan. Namun, ini karena definisi pengetahuan Machlup tampaknya terlalu luas. Dalam karya klasiknya: Informasi adalah data yang telah disusun dan dikomunikasikan. Selain itu menurut Lash, informasi didefinisikan sebagai bentuk yang harus yang bisa mengalir dan diproduksi oleh media komunikasi digital, dapat kita ketahui bahwa Lash menyarankan untuk merumuskan kembali teori kritis di era informasi. Lash juga menyarankan agar supaya kita belajar tentang teori media baru, tidak hanya menempatkan media

baru sebagai pusat nya, tapi mengikuti bahwa media baru badalah bentuk teknologi yang membawa ke arah baru.

3. Interface

Illingworth dan Pyle mengatakan Interface adalah sebuah alat koseptual penting yang memungkinkan kita untuk berfikir melampau dualisme batasan umum, kemudian Beer mengatakan Interface adalah perangkat konseptual didalam jaringan untuk memahami media baru beroperasi dan efek yang dihasilkan. Kemudian dapat dikatan bahwa interface media baru adalah pertemuan titik dari sejumlah dinamika sosial dan budaya yang penting, untuk itu memungkinkan dan menengahi struktur kekuasaan informasi, merestrukturisasi praktek sehari-hari dalam berbagai suatu cara, dan mengubah hubungan antara tubuh dan lingkungan mereka.

4. Archive

Essay Jarques Derida yang berjudul "Archive Fever" pada tahun 1996 merupakan referensi utama untuk analisis-analisis kontemporer tentang teknologi pengarsipan, Derrida melihat adanya relasi antara arsip-kuasa. Senada dengan McLuhan tahun 1964, Derida hanya terfokus pada arsip yang berbentuk teks, merupakan perkembangan teknologi multimedia. Media Teknologi memberikan perubahan cara mengolah arsip, yang semula arsip berbentuk kertas dan banyak memakan ruang dalam penyimpanan, kini arsip pun bisa dikelola secara digital oleh media teknologi,

Individualisme dalam artian disini adalah seseorang bisa menyimpan dan memanggil arsip mereka tanpa mengganggu aktivitas orang lain, Perubahan ke arsip digital merupakan sesuatu yang tidak terelakkan lagi, media teknologi memungkinkan adanya perubahan sistem pengelolaan hingga penyimpanan arsip dan memungkinkannya terjadi pendangkalan ruang publik dan politik (Derrida, 2009)

5. Interactivity

Manovich mengatakan bahwa Interaktivitas era digital adalah sebuah mitos karena teknologi media baru sering tidak sepenuhnya interaktif. Teori sosial mengenai interaktivitas dalam media baru menyebutkan bahwa Interaktivitas sebagai model yang dominan karena objek dapat digunakan untuk menghasilkan subjek.

6. Simulasi

Simulasi adalah sesuatu yang bersifat imajinatif, representatif menjadi suatu keniscayaan. Baudrillard menunjukkan sebuah fenomena untuk menjelaskan hilangnya perbedaan antara realitas dan maya yakni disebut dengan simulakra dalam Simulacra yang pertama diketahui tidak lagi memperhatikan nilai guna dari sebuah objek namun lebih memperhatikan nilai komoditas dari sebuah objek (Baudrillard 1988). Kemudian Simulacra kedua diketahui mengaburkan batas nyata dan batas maya. Dalam buku yang ditulis oleh Nicholas Gane ini menyebutkan bahwa menurut baudrillard, simulakra memungkinkan teknologi sebagai media yang dimana

tidak hanya menghasilkan barang tetapi juga tanda dan objek yang ingin dilihat dalam hal ini Software dan Hardware, teknologi sebagai media yang memungkinkan interaktifitas kepada penggunanya lainnya, padahal sebenarnya disini teknologi bergerak dengan dirinya sendiri karena program yang diciptakan untuk mengontrol pengguna teknologi.

2.2.4 CNN Indonesia

CNN Indonesia dibentuk berawal dari kerjasama investor asing, Turner Broadcasting System Asia Pasific, Inc dengan salah satu anak perusahaan CT Corpora milik Chairul Tanjung. Kedua korporasi ini mengumumkan kemitraan strategis dalam meluncurkan CNN Indonesia, yang merupakan portal berita onlinedan stasiun TV dalam Bahasa Indonesia. CNN Indonesia adalah bagian dari keluarga besar Transmedia Group yang terdiri dari TRANS TV, TRANS7, Detik.com, dan CNBC Indonesia. CNNIndonesia.com berada di bawah naungan PT Agranet Multicitra Siberkom sebagai salah satu bagian dari PT Trans Media Corpora. Namun sejak 2017, CNNIndonesia.com mengalami perubahan nama PT, dari semula PT Agranet Multicitra Siberkom menjadi PT Trans Digital Media (Detik.com, 2019).

CNN Indonesia resmi hadir di Indonesia pada 20 Oktober 2014 dengan mengawali kemunculannya melalui portal berita online, CNNIndonesia.com yang kemudian diikuti dengan hadirnya CNN Indonesia TV pada 17 Agustus 2015. CNN Indonesia.com hadir dengan memiliki tagline “The News We Can Trust”. Arti dari tagline ini adalah memberikan pembaca berita yang aktual sesuai dengan fakta, mengupas

peristiwa secara tajam dan bermakna, dan disertai argumen yang dapat mudah dipahami dengan didukung dari data yang ada serta konteks yang relevan (CNN, 2024)

Idealisme CNN Indonesia.com adalah untuk menjunjung tinggi kode etik jurnalistik dalam menyajikan sebuah berita kepada masyarakat. Maka dari itu CNNIndonesia.com berusaha untuk mewujudkan standar editorial CNN Internasional dalam proses produksi berita (Company Profile CNNIndonesia.com, 2016). Seiring dengan perkembangan teknologi, CNNIndonesia.com memudahkan pembaca untuk dapat mengakses seluruh beritanya secara gratis melalui situs dan aplikasi resmi. Aplikasi tersebut dapat dengan mudah diunduh melalui Google Play, Apple Store, dan Windows Store (2016). Melalui akses berita dari mobile, aplikasi, dan juga desktop, data profil perusahaan CNNIndonesia.com (2016) mencatat jumlah pembaca berita CNNIndonesia.com telah mencapai 2,2 juta/bulan per Juli 2015 (Company Profile CNNIndonesia.com, 2016).

2.2.5 Detik.com

Detikcom adalah media digital terpopuler dan terbesar di Indonesia dengan konsep breaking news yang menyajikan informasi peristiwa terkini dan gaya hidup. Kini, Detikcom bertransformasi menjadi gerbang semua layanan di dalam ekosistem CT Corp. Detikcom. Pada 9 Juli 1998, Detikcom didirikan oleh Budiono Darsono (eks wartawan Tempo dan Tabloid Detik), Abdul Rahman (eks wartawan SWA) dan Didi Nugrahadi. Detikcom dibangun dengan ide awal untuk menghadirkan berita terkini secara berkesinambungan. Update berita

tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan bahkan bulanan, melainkan menyajikan infomasi dengan konsep breaking news (DETIK, 2024) Detik.com resmi diakuisisi oleh Transmedia di bawah grup perusahaan CT Corp yang didirikan oleh Chairul Tanjung. Selaku pemilik baru, Chairul Tanjung tetap mempertahankan Detik.com sebagai media independen dan netral. Semangat inovasi, kreativitas, dan entrepreneurship telah menjadi pedoman dalam menjalankan roda bisnis Detik.com. Berawal dari pengakses ratusan ribu per hari, nama Detik.com semakin melesat menjadi media online dengan pengakses jutaan setiap harinya dan memiliki jumlah pengiklan terbesar di Indonesia. Saat ini, Detik.com terus berinovasi dan melakukan transformasi menjadi beyond media. Seiring berjalannya waktu, Detik.com berkembang menjadi keluarga jaringan media bernama Detik Network. Detik Network terdiri dari Detik.com, CNN Indonesia.com, Haibunda.com, CNBC Indonesia, Female Daily, Beautynesia dan masih akan berkembang lebih banyak lagi.

2.3 Analisis Framing

Analisis framing sebagai suatu metode analisis isi media, terbilang baru. Ia terutama berkembang berkat pandangan kaum konstruksionis. Sebagai satu bentuk analisis teks media, analisis framing mempunyai perbedaan yang mendasar dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Buku ini diawali dari pembahasan mengenai paradigma konstruksionis. Analisis framing termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Karenanya, perlu ada pembahasan mengenai paradigma konstruksionis. Bagaimana paradigma konstruksionis tersebut diterapkan dan dipakai di media dan berita. Menurut paradigma konstruksionis, bagaimana media dan berita dilihat? Pembahasan ini perlu karena ada perbedaan yang mendasar antara

paradigma konstruksionis dan paradigma positivis yang selama dikenal. Pada bagian lain akan diuraikan juga bagaimana karakteristik penelitian teks media yang memakai paradigma konstruksionis tersebut dalam studi media. (Eriyanto, 2002)

Analisis framing sebagai suatu metode analisis teks banyak mendapat pengaruh dari teori sosiologi dan psikologi. Dari sosiologi terutama sumbangan pemikiran Peter L. Berger dan Erving Goffman, sedangkan teori psikologi terutama yang berhubungan dengan skema dan kognisi. Berbagai teori mengenai framing ini akan dibahas pada bagian selanjutnya dari buku ini. Selanjutnya akan dibahas berbagai model dari analisis framing. Pada bagian akhir akan diuraikan tinjauan umum bagaimana analisis framing tersebut. Kalau digambar maka skema buku ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.3
Skema Buku Analisis Framing

Paradigma	Konstruksi
Teori	1. Erving Goffman 2. Peter L. Berger
Model	1. Model Murray Edelman 2. Model Robert N. Entman 3. Model Willian Gamson 4. Model Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Sumber: (Eriyanto, 2002)

2.3.1 Analisis Framing menurut para ahli

Frame yang digunakan dalam sebuah pesan dapat dideteksi dan dikaji melalui analisis framing. Dalam penelitian komunikasi, analisis framing telah banyak digunakan oleh para peneliti terutama untuk mengkaji berita dan jurnalistik terkait peranannya dalam membentuk interpretasi media tentang realitas dan pengaruhnya terhadap khalayak. Teori framing maupun analisis

framing adalah pendekatan teoritis yang telah digunakan dan diterapkan dalam studi komunikasi, politik, dan gerakan sosial.

Konsep analisis framing dikenalkan pertama kali oleh (Erving Goffman 1974) melalui bukunya yang bertajuk *Frame Analysis: An Essay on The Organization of Experience*. Menurutnya, analisis framing adalah suatu definisi dari situasi yang dibangun dengan prinsip-prinsip organisasi yang mengatur kejadian dan keterlibatan subyektivitas yang kita miliki di dalamnya.

Analisis framing pada sisi penerimaan pesan. Ia menyatakan analisis framing sebagai sebuah instrumen atau alat untuk memesan informasi tentang apa yang dirasakan khalayak terhadap berbagai masalah politik. Misalnya, kita menggunakan analisis framing untuk mendengar dan memahami rasa takut dan rasa sakit dari sebuah kelas, komunitas, atau sebuah bangsa, dan kemudian mengkristalisasi pemahaman mereka tentang sebuah masalah. (Chralotte Ryan 1991)

Dalam perkembangannya, analisis framing tidak hanya diterapkan dalam sosiologi ataupun psikologi, tetapi juga ilmu komunikasi. Analisis framing telah digunakan dalam berbagai penelitian komunikasi massa, komunikasi politik, komunikasi organisasi, manajemen public relations, dan lain-lain.

Terminologi framing memiliki banyak definisi yang berbeda-beda. Hampir tidak ada kesepakatan diantara para ahli untuk mengartikan dan mengkonseptualisasikan apa sebenarnya framing. Namun satu hal yang disepakati secara umum adalah bahwa framing adalah sebuah teori efek media

massa yang menghubungkan bagaimana sebuah pesan disajikan oleh media massa kepada khalayak dan bukan apa yang disajikan kepada khalayak.

Sosiologi, psikologi, dan antropologi adalah akar-akar dari terminologi framing. Framing kemudian berkembang menjadi bagian dari studi media dan komunikasi setelah Robert Entman menerbitkan artikelnya yang berjudul *Framing as a fractured paradigm*. Salah satu definisi dari terminologi framing yang paling banyak digunakan adalah definisi yang dirumuskan oleh Robert Entman yang menjelaskan bahwa framing berita utamanya melibatkan seleksi dan arti penting dalam membuat informasi menjadi lebih diperhatikan oleh khalayak.

Pembingkaian pada dasarnya melibatkan seleksi dan penonjolan. Membingkai adalah memilih beberapa aspek dari realitas yang dipersepsikan dan membuatnya lebih menonjol dalam sebuah teks yang dikomunikasikan, sedemikian rupa untuk mempromosikan definisi masalah tertentu, interpretasi sebab akibat, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi pengobatan untuk hal yang dijelaskan". (Robert Entman 1993)

2.3.2 Framing menurut Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki

Analisis untuk mengetahui bagaimana realitas seperti peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja dibingkai oleh media dalam berita dikenal sebagai analisis framing. Dalam bukunya, *Making News*, Tuchman mengatakan bahwaberita adalah jendela dunia, dan bahwa kita mengetahui apa yang terjadi di Aceh, Papua, dan Jakarta melalui berita. Semua yang diketahui oleh elit politik dapat ditemukan melalui berita; namun, perspektif kita tentang dunia bervariasi. Jendela itu yang kita sebut sebagai framing dalam berita.

Tabel 2.3.2
Kerangka Framing Pan dan Kosicki

NO	STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
1	SINTAKIS	Skema Berita	Headline, lead, latar, informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
2	SKRIP	Kelengkapan Berita	5W + 1H (<i>What, Who, Where, When, Why, How</i>)
3	TEMATIK	Detil, Koherensi, Bentuk Kalimat, Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan, antar kalimat
4	RETORIS	Leksison, Grafis , Metafora	Kata, idiom, gambar/ foto, grafik.

Sumber: peneliti, 2024

Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki menganggap analisis Framing ini sebagai wacana publik tentang pembuatan dan persetujuan kebijakan. Teks berita dilihat terdiri dari berbagai simbol yang disusun melalui alat simbolik yang digunakan dan akan dibentuk dalam ingatan penonton. Metode ini memungkinkan pembagian perangkat framing menjadi struktur besar. Diantaranya yaitu:

A. Struktur sintaksis.

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa kedalam bentuk susunan umum berita. Struktur semantik ini dengan demikian dapat diamati dari bagan berita (*Lead* yang dipakai, latar, headline, kutipan yang diambil, dan sebagainya).

B. Struktur skrip.

Struktur ini membahas bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa dalam berita.

C. Struktur tematik.

Struktur ini membahas bagaimana wartawan menggunakan strategi cerita atau bertutur untuk mengemas peristiwa dalam berita. Tematik berkaitan dengan cara wartawan menyampaikan pendapatnya tentang peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.

D. Struktur retorik.

Struktur ini membahas bagaimana wartawan menekankan makna tertentu dalam berita. Ini mencakup bagaimana wartawan menggunakan kata, idiom, grafik, dan gambar untuk mendukung tulisan dan menekankan makna tertentu. Untuk pembaca. Oleh karena itu, keempat struktur ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana wartawan atau institusi media memahami peristiwa.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini melibatkan penelitian terdahulu dan hasil penelitian sebagai sumber referensi yang diambil dari jurnal ilmiah dan skripsi. Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi peneliti:

Tabel 2.4
Hasil Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI	JUDUL	TAHUN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
1	IZARUL RAFIQ MIFTAH	ANALISIS FRAMING DAMPAK SERANGAN 11 HARI ISRAEL DI GAZA PALESTINA PADA KOMPAS.COM DAN DETIK.COM (Bulan Mei Hingga Oktober 2021)	2021.	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan antara framing Kompas dan detik dalam struktur tematik dan retorik.	Perbedaan dari penelitian Izraul Rafiq Miftah yaitu peneliti focus pada objek kajian boikot produk Israel. Izraul Rafiq Miftah focus pada objek kajian serangan 11 hari di palestina.
2	Diyah Cahya Ningrum	Analisis Framing Robert Entmant Pada Pemeritaan Cuti Melahirkan Dalam Undang-Undang Kesejahteraan Ibu dan Anak di Media <i>Online</i> Kompas.com	2023	Media <i>online</i> Kompas cenderung memberikan focus pada kepentingan dari segi ekonomi dimana suara perusahaan yang akan menerapkan kebijakan ini disalurkan.	Pemberdaan dalam penelitian ini yaitu objek kajian dan struktur analisis framing yang digunakan.
3	Hajermin	ANALISIS FRAMING MEDIA MASSA (Konstruksi Berita Politik Harian Amanah Tentang Abdul Aziz Qahhar Mudzakkar Jelang Pilgub Sul-Sel 2018: Studi Analisis Framing Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)	2018	Pengemasan berita yang dilakukan Media Harian Amanah terkait pencalonan AQM dalam Pilgub 2018 lebih menekankan pada berita AQM dengan NH berpaket pada Pilgub dalam menjalankan visi-misi membangun ekonomi rakyat atau ekonomi	Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada objek kajian dan jenis media massa yang digunakan

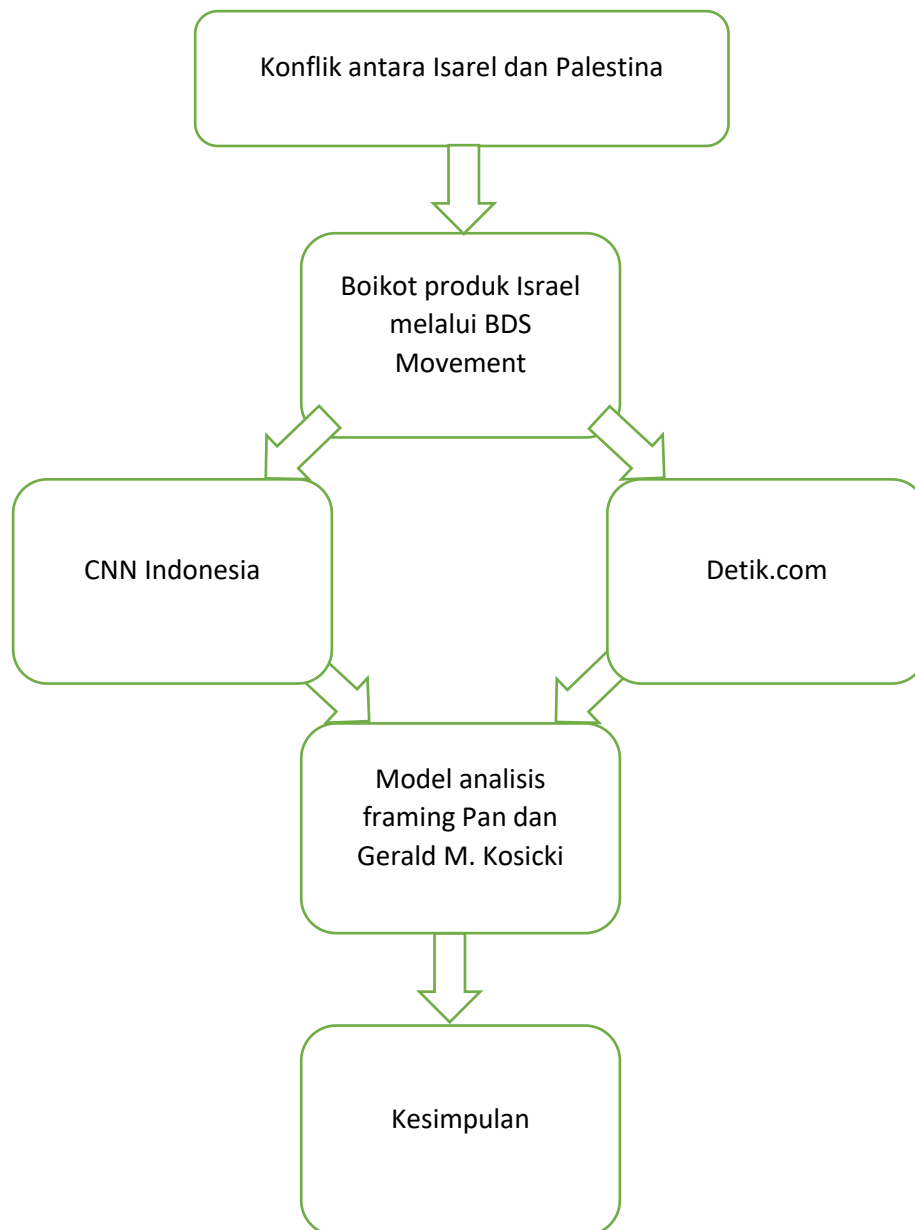
Tabel 2.4
Hasil Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI	JUDUL	TAHUN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
				keummatan. Terlihat dari berita yang disajikan, menjelang penetapan pasangan, keduanya intens melakukan komunikasi politik dan sama-sama mengakui memiliki misi yang sama yakni membangun	
4	MOH FAIZ UBAIDI RAHMAN	CITRA KH. MA'RUF AMIN DALAM PILPERS 2019 (STUDI ANALISIS FRAMING MEDIA DARING KUMPARAN.CO M)	2019	Hasil dari penelitian ini adalah citra politik ma`ruf amin yang dibangun oleh kumparan.com selama, masa kampanye 2019 tidak jauh berbeda dengan identitas yang melekat pada dirinya.	Perbedaan penelitian ini adalah pada objek kajian dan jumlah media <i>online</i> yang digunakan.

Sumber: peneliti, 2024

2.5 Kerangka Pikir

Skema 2.4
kerangka pemikiran peneliti



Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Keterangan:

Kerangka pemikiran untuk analisis framing boikot produk Israel pada CNN Indonesia dan Detik.com terdiri dari empat komponen yang saling berhubungan. Pertama, konflik antara Israel dan Palestina yang menjadi latar belakang isu ini, Palestina-Israel adalah dua negara yang tidak bisa lepas dari pembicaraan publik. Dua negara yang menduduki satu wilayah yang sama bukanlah hal yang biasa, konflik, bom bunuh diri, negosiasi damai merupakan rutinitas bagi rakyat Israel ataupun Palestina. Konflik yang terjadi antara Israel dan Palestina ini merupakan kebutuhan politik dalam perebutan wilayah. Kedua pihak saling tuding mengenai siapa yang mengawali konflik ini. Agresi militer yang dilakukan oleh Israel di jalur Gaza pada 7 Oktober 2023, menimbulkan banyak penderitaan, kehancuran dan kematian bagi rakyat Gaza, Palestina. Serangan ribuan roket Hamas yang tidak akurat dibalas dengan “Hujan Kembang Api Kemtaian” untuk rakyat Gaza. Kedua, boikot produk Israel di Indonesia menurut CNN Indonesia dan Detik.com, menganalisis bagaimana kedua media ini membingkai isu tersebut, termasuk sudut pandang, narasi, dan bahasa yang digunakan. Ketiga, BDS Movement (Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi), memberikan konteks global tentang upaya boikot dan strategi gerakan ini. Keempat, model analisis framing Pan dan Gerald M. Kosci, digunakan untuk memahami teknik framing yang digunakan oleh media, mencakup pemilihan sudut pandang dan penekanan tertentu.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah meneliti informan sebagai subyek penelitian dalam lingkungan hidup kesehariannya. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih kepada penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Artinya, penelitian kualitatif akan melakukan penggambaran secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti. (Muhammad Idrus, 2009) Penelitian kualitatif berbasis pada latar alamiah sebagai keutuhan, menggunakan manusia sebagai alat penelitian, menggunakan metode kualitatif, dan melakukan analisis data secara induktif. Sasaran penelitian ini adalah untuk menemukan teori dari-dasar, bersifat deskriptif, berfokus pada proses daripada hasil, membatasi penelitian dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, dan rancangan penelitian ini bersifat sementara. Hasilnya menunjukkan bahwa penelitian tersebut adalah kualitatif. (Moleong, 2002) Peneliti menggunakan teknik penelitian deskriptif karena dapat membantu peneliti memahami Analisis Framing Boikot Produk Israel pada CNN Indonesia dan Detik.com.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian teks yang akan diambil dari berita Boikot Produk Israel pada CNN Indonesia dan Detik.com. Berita yang muncul pada 2 november 2023 hingga 10 Desember 2023.

3.3 Objek dan Subjek Penelitian

3.3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian yang berjudul “Analisis Framing Boikot Produk Israel pada CNN Indonesia dan Detik.com.” adalah *Media online* dan membingkai aksi boikot produk Israel di Indoensia.

3.3.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah berita mengenai aksi boikot produk Israel pada laman CNN Indoensia dan Detik.com.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Sumber sekunder adalah merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Adapun tahapan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan sasaran utama dalam analisis, sedangkan data sekunder diperoleh melalui *research document* diperlukan guna mempertajam analisis data primer sekaligus dapat dijadikan bahan pendukung ataupun pembanding.

1. Data primer (*Primary-Sources*), yaitu data tekstual dan observasi yang diperoleh dari pemberitaan di CNN Indonesia dan Detik.com. Peneliti memilih berita pada bulan November hingga desember 2023 dengan kriteria:
 - a. Berita mengenai Boikot Produk Israel.
 - b. Berita *headline* yang diunggah pada hari yang sama.
 - c. Peneliti memilih 6 berita dari CNN Indonesia dengan judul:
 - 1) Kemenperin Respons seruan boikot produk Israel dan sekutu.
 - 2) JK: boikot produk Israel tak mempan hentikan agresi di gaza.
 - 3) MUI kembali minta warga setop pakai produk terafiliasi dengan Israel.
 - 4) Ketum PBNU sebut boikot produk Israel tak cukup hentikan perang di gaza.
 - 5) Zulhas sebut pemerintah saat ini tak boikot produk Israel.

- 6) Buruh soal ancaman PHK buntut gerakan boikot: pengusaha berlebihan

d. Peneliti memilih 6 berita Detik.com dengan judul:

- 1) Ramai seruan boikot Israel, apakah akan berdampak pada Israel?
- 2) JK nilai boikot produk Israel tak mempan hentikan serangan ke Palestina.
- 3) MUI: daftar produk untuk boikot yang beredar di internet itu hoaks.
- 4) Ketum PBNU sebut boikot produk Israel tak cukup hentikan perang di Gaza
- 5) Zulhas sebut pemerintah tak boikot produk pro Israel.
- 6) Pengusaha ketar-ketir digoyang seruan boikot produk pro Israel.

2. Data sekunder (*Secondary-Sources*), yaitu dengan mencari referensi berupa buku-buku, foto, berita, jurnal, dan situs berita yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Uji Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teori. Menurut Moleong (2000), triangulasi adalah metode menguji keabsahan data yang memanfaatkan faktor luar untuk melakukan pengecekan data. Sugiyono (2015), mengungkapkan bahwa triangulasi adalah teknik melakukan pengecekan terhadap data dengan berbagai cara dan waktu. Jadi, triangulasi adalah cara yang dilakukan dalam sebuah penelitian untuk pengecekan data dengan menggunakan aspek dari luar penelitian berupa waktu dan cara. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa data sumber penelitian telah terbukti kebenarannya. Penelitian ini memiliki sumber data berupa berita boikot produk Israel pada laman CNN Indonesia dan Detik.com pada 2 November hingga 10 Desember 2023. Menurut Sugiyono (2012), triangulasi sumber adalah pengujian

kredibilitas dengan melakukan pengecekan data dari berbagai sumber. Dalam melakukan uji keabsahan data, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

- a. Tahap pertama yang dilakukan peneliti adalah mengamati sumber data yang telah didapatkan peneliti melalui teks. Sampel data tersebut berasal dari berita dalam laman CNN Indonesia dan Detik.com
- b. Tahap kedua yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengecekan data penelitian yang telah didapatkan dengan penelitian lain yang relevan. Pada tahap ini peneliti membaca hasil penelitian dan teori yang digunakan dalam penelitian lain.
- c. Tahap akhir yang dilakukan peneliti adalah menggunakan hasil penelitian lain sebagai bahan referensi penelitian ini. Dengan adanya referensi tersebut, peneliti merasa terbantu untuk membuktikan data. Referensi penelitian lain didapatkan oleh peneliti berupa studi pustaka, dokumentasi, *internet searching*, dan berdiskusi dengan teman sejawat.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses atau upaya mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah data menjadi informasi yang mudah dipahami dan bermanfaat sebagai solusi permasalahan. Pendekatan yang akan digunakan dalam analisis framing ini menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Model analisis ini dibagi ke dalam empat struktur besar, yakni meliputi struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

- a. Struktur sintaksis merupakan peran wartawan menyusun fakta atau peristiwa yang berupa pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa, disusun dalam bentuk

susunan umum berita. perangkat framingnya adalah skema berita, dan unit yang diamati adalah headline, lead, latar informasi, kutipan informasi, kutipan sumber, pernyataan, dan penutup. Struktur sintaksis dapat memberikan petunjuk yang berguna untuk wartawan dalam memaknai peristiwa dan hendak kemana berita itu akan diarahkan. Dengan demikian, bentuk struktur sintaksis tertentu, memiliki peran untuk wartawan dalam menekankan suatu isu.

- b. Struktur skrip merupakan peran wartawan mengisahkan fakta, struktur ini melihat strategi dan cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Perangkat framingnya adalah kelengkapan berita dan unit yang diamati melalui 5W + 1 H. Untuk itu unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda framing yang penting, namun jika salah satu unsur kelengkapan berita yang dimiliki wartawan tidak dimunculkan maka akan memperlihatkan penekanan atau penonjolan dan penyamaran terhadap fakta yang ada. Struktur naskah kelengkapan berita adalah 1. siapa (*who*), 2. apa (*what*), 3. kapan (*when*), 4. dimana (*where*), 5. mengapa (*why*) dan 6. bagaimana (*how*).
- c. Struktur tematik merupakan peran wartawan menuliskan fakta atau menuangkan pandangannya terhadap suatu peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Perangkat framing dari struktur tematik ini terdiri dari detail, maksud, nominalisasi, koherensi, bentuk kalimat, dan hubungan kalimat.
- d. Struktur retorik merupakan peran wartawan menekankan fakta, perangkat framing yang digunakan adalah leksikon, grafis, metafora, penandaan dengan analisis unit kata, idiom, gambar, foto, dan grafik. Disamping itu unsur leksikon menunjukkan pilihan kata dalam suatu kalimat tertentu.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum CNN Indonesia

Gambar 4.1 Logo CNN Indonesia



Sumber: CNN Indonesia

CNN Indonesia dibentuk berawal dari kerjasama investor asing, Turner Broadcasting System Asia Pasific, Inc dengan salah satu anak perusahaan CT Corpora milik Chairul Tanjung. Kedua korporasi ini mengumumkan kemitraan strategis dalam meluncurkan CNN Indonesia, yang merupakan portal berita onlinedan stasiun TV dalam Bahasa Indonesia. CNN Indonesia adalah bagian dari keluarga besar Transmedia Group yang terdiri dari TRANS TV, TRANS7, Detik.com, dan CNBC Indonesia. CNNIndonesia.com berada di bawah naungan PT Agranet Multicitra Siberkom sebagai salah satu bagian dari PT Trans Media Corpora. Namun sejak 2017, CNNIndonesia.com mengalami perubahan nama PT, dari semula PT Agranet Multicitra Siberkom menjadi PT Trans Digital Media (Detik.com, 2019).

CNN Indonesia resmi hadir di Indonesia pada 20 Oktober 2014 dengan mengawali kemunculannya melalui portal berita online, CNNIndonesia.com yang kemudian diikuti dengan hadirnya CNN Indonesia TV pada 17 Agustus 2015. CNN Indonesia.com hadir dengan memiliki tagline “The News We Can Trust”. Arti dari tagline ini adalah

memberikan pembaca berita yang aktual sesuai dengan fakta, mengupas peristiwa secara tajam dan bermakna, dan disertai argumen yang dapat mudah dipahami dengan didukung dari data yang ada serta konteks yang relevan (Company Profile CNNIndonesia.com, 2016).

Idealisme CNN Indonesia.com adalah untuk menjunjung tinggi kode etik jurnalistik dalam menyajikan sebuah berita kepada masyarakat. Maka dari itu CNNIndonesia.com berusaha untuk mewujudkan standar editorial CNN Internasional dalam proses produksi berita (Company Profile CNNIndonesia.com, 2016). Seiring dengan perkembangan teknologi, CNNIndonesia.com memudahkan pembaca untuk dapat mengakses seluruh beritanya secara gratis melalui situs dan aplikasi resmi. Aplikasi tersebut dapat dengan mudah diunduh melalui Google Play, Apple Store, dan Windows Store (2016). Melalui akses berita dari mobile, aplikasi, dan juga desktop, data profil perusahaan CNNIndonesia.com (2016) mencatat jumlah pembaca berita CNNIndonesia.com telah mencapai 2,2 juta/bulan per Juli 2015 (Company Profile CNNIndonesia.com, 2016).

4.1.1 Visi dan Misi CNN Indonesia

Dalam kehidupan sehari-hari, pasti kita sering menemukan visi dan misi, baik itu di sekolah, organisasi, perusahaan, bank, dan lain sebagainya. Namun, perlu diketahui banyak orang belum memahami apa maksud dari visi dan misi. Bahkan banyak orang masih menganggap bahwa visi dan misi adalah sebuah yang sama. Padahal secara pengertian visi dan misi memiliki makna yang berbeda. Visi adalah suatu rangkaian kata yang memuat impian, cita-cita, nilai, masa depan dari suatu organisasi, baik di dalam sebuah lembaga hingga perusahaan. Visi juga merupakan sebuah tujuan organisasi dalam bekerja. Misi adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat mewujudkan cita-citanya tersebut di

masa depan. Selain itu, misi juga akan menjawab beberapa pertanyaan seperti bagaimana sikap perusahaan, bagaimana upaya untuk menang, hingga bagaimana mengukur sebuah proses kemajuan. Berikut Visi dan Misi dari CNN Indonesia:

“Panjang bukan berarti membosankan. Pendek tidak berarti dangkal. Panjang pendek bukanlah rumus. Panjang pendek bukanlah kungkungan. Panjang dan pendek hanyalah sebuah format penyampaian. Sebuah pilihan. Dangkal dan membosankan adalah cermin ketidaktrampilan penyampainya. Bukan karena formatnya. Karenanya berita kami bisa panjang dan bisa pendek. Sama seperti dengan pilihan kami untuk tidak sekadar menggunakan semata kata-kata untuk menyampaikan berita. Grafis, foto, dan video adalah juga alat kami. Semua bisa saling berdiri sendiri bercerita sekaligus saling melengkapi sebagai sebuah kesatuan. Kami tak hendak menjadi hakim. Tak hendak pula menjadi algojo. Niatan kami hanyalah mengungkapkan fakta secara apa adanya. Membilasnya dari bias. Kami ada semata karena kepekaan. Ketika sebuah peristiwa, sebuah perkara, layak untuk disampaikan, menarik, dan sebisa mungkin membuka wawasan. Ketika kegembiraan, tragedi, yang tersembunyi, dan yang terbuka perlu untuk diketahui. Kami hadir untuk mengabarkan.”

4.1.2 Tim CNN Indonesia

Tabel 4.1.2
Tim CNN Indonesia

No	Jabatan	Nama
1.	<i>Editor in Chief</i>	Titin Rosmasari
2.	<i>Deputy Editor in Chief</i>	Ike Agestu
3.	<i>Managing Editors</i>	Gusti M. Anugerah Perkasa, Vetriciawizach Simbolon, Suriyanto
4.	<i>Editors</i>	Ahmad Bachrain, Agus Triyono, Arif Hulwan, Christina Andhika Setyanti, Endro Priherdityo, Fersita Felicia, Gilang Fauzi, Haryanto Tri Wibowo, Muhammad Ikhsan, S. Yugo Hindarto, Wishnugroho Akbar
5.	<i>Writers</i>	Asri Wuni, Bimo Wiwoho, Christie Stefanie, Damar Iradat, Dika Dania Kardi, Febri Ardani, Feri Agus Setyawan, Ihsan J. Dalimunthe, Isnaini, Jun Mahares, Juprianto Alexander, Nova Arifianto, Prima Gumilang, Putra Permata Tegar Idaman, Riva Dessthania Suastha, Rizki Haerullah, Safyra Primadhyta, Surya Sumirat, Tsarina Maharani
6.	<i>News Developers</i>	Abdul Susila, Anisa Dewi, Avinda Eka Utami, Chandra Erlangga, Dhio Faiz, Diah Ayu Saraswati, Elise Dwi Ratnasari, Khaira Ummah, Lina Itafiana, Loamy Noprizal, Maulida Balqis, Muhammad Feraldi, Muhammad Ikhwanuddin, Ramadhan Rizki, Rayhand Purnama Karim, Ryan Hadi Suhendra, Taufiq Hidayatullah, Tiara Sutari, Tohirin, Yogi Anugrah, Yuli Yanna Fauzie, Yulia Adiningsih
7.	<i>Head of Multimedia</i>	Fajrian
8.	<i>Photo Coordinator</i>	Mohammad Safir Makki
9.	<i>Photographers</i>	Adhi Wicaksono, Adi Maulana Ibrahim, Andry Novelino
10.	<i>Graphic Coordinator</i>	Astari Kusumawardhani
11.	<i>Creative Designers</i>	Asfahan Yahsyi, Basith Subastian
12.	<i>Video Coordinator</i>	Aulia Bintang Pratama

No	Jabatan	Nama
13.	<i>Videografer</i>	Hamka Winovan, Meutia Rahmawati, Muhammad Hirzan Ibnurrsyid
14.	<i>Photo Researcher</i>	Hesti Rika Pratiwi, Mundri Winanto
15.	<i>HTML Specialist</i>	Muhammad Ali
16.	<i>Editorial Secretary</i>	Amira Rinita, Innesyifa Haqien
17.	<i>Social Media Coordinator</i>	Katri Adiningtyas
18.	<i>Social Media</i>	Rorien Novriana. Rista Tri Darisman, Melinda Chang
19.	<i>SEO Research</i>	Aulia Diza, Donni Iskandar
20.	<i>Marketing & Business</i>	Frederick Freinademetz Jebada

	<i>Development Division Head</i>	
21.	<i>Marketing Strategic Supervisor</i>	Jefta Trifena Winowod
22.	<i>Marketing Strategic Staff</i>	Vincentius Bismo Saputro, Danya Farras Nandita
23.	<i>BNR Staff</i>	Oscar Ferry, Renata Angelica
24.	<i>Business & Programme Development Supervisor</i>	Gerald Reinhart Lumelle
25.	<i>Business Development Staff</i>	Sheila Georgina, Nurfaiz Firdauzi Ilyas
26.	<i>Programme Implementer Supervisor</i>	Nova Rizki Manaf
27.	<i>Implementer Staff</i>	Ayumas Cherliska Putri, Maya Puspita Sintesa
28.	<i>Event Coordinator</i>	Marangkup Tua Hutauruk
29.	<i>Admin & Reporting Coordinator</i>	Istiqomah
30.	<i>Order & Processing Coordinator</i>	Edlyn Janri
31.	<i>Traffic Staff</i>	Dheny Miftah
32.	<i>Marketing Public Relation Coordinator</i>	Cinthia Kusuma Rani
33.	<i>MPR Staff</i>	Mufti Syahidi, Anggaraksa Adwitiya
34.	<i>Sales & Customer Relation Division Head</i>	Ahmad Cahyani
35.	<i>Head of Sales</i>	Mukhammad Bahar, Hipasdi A Situmorang
36.	<i>Admin & Customer Relation Lead</i>	Syiffa Fauzia Defriana
37.	<i>Admin Staff</i>	Aulia Azzahra, Apin Deva M
38.	<i>Government Sales Group Head</i>	Anastasia Agnes Wulandari, Siti Nur Tania Putri
39.	<i>Himbara & Mining Sales Group Head</i>	Adhitya Pradhana
40.	<i>Brand Sales Group Head</i>	Fahri Abas, Vanessa Emedina, Refaldi Akmal
41.	<i>Account Executive</i>	Nabila Kirana Putri, Angelina Thersianica Miranda, Salwa Afrah, Saphira Adjani, Bella Tiara, Shannen Marchelina, Petrick Abraham, Langit Tiara, Heidy Kasmadeani, Rizka Dwi Oktaviani, Besoes Putra, Bayu, Dicko

Sumber: CNN Indonesia 2024

4.2 Gambaran Umum Detik.com

Gambar 4.2 Logo Detik.com



Sumber: detik.com

Detikcom adalah sebuah situs web berita di Indonesia. detik.com hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Sejak tanggal 3 Agustus 2011, detik.com menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp. Detikcom adalah media digital terpopuler dan terbesar di Indonesia dengan konsep breaking news yang menyajikan informasi peristiwa terkini dan gaya hidup. Kini, Detikcom bertransformasi menjadi gerbang semua layanan di dalam ekosistem CT Corp. Detikcom. Pada 9 Juli 1998, Detikcom didirikan oleh Budiono Darsono (eks wartawan Tempo dan Tabloid Detik), Abdul Rahman (eks wartawan SWA) dan Didi Nugrahadi. Detikcom dibangun dengan ide awal untuk menghadirkan berita terkini secara berkesinambungan. Update berita tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan bahkan bulanan, melainkan menyajikan informasi dengan konsep breaking news (Detikcom, 2018).

4.2.2 Sejarah Detik.com

A. 1998

Domain detik.com aktif sejak tanggal 29 Mei 1998, namun mulai online dengan konten berita pada tanggal 9 Juli 1998. Didirikan oleh Budiono Darsono (eks wartawan tempo & Tabloid detik), Yayan Sopyan (eks wartawan Tabloid detik), Abdul Rahman (eks wartawan SWA) dan Didi Nugrahadi, detikcom dibangun dengan ide awal untuk menghadirkan berita terkini secara berkesinambungan. Update berita tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak harian, mingguan bahkan bulanan, namun menyajikan informasi dengan konsep Breaking News. Ruang kecil di bawah balkon stadion Lebak Bulus dipilih sebagai kantor pertama redaksi detikcom pada saat itu.

B. 2011

3 Agustus 2011, detikcom resmi diakuisisi oleh Transmedia di bawah grup perusahaan CT Corp yang didirikan oleh Chairul Tanjung. Selaku pemilik baru, Chairul Tanjung tetap mempertahankan detikcom sebagai media independen dan netral. Dengan semangat inovasi, kreativitas dan entrepreneurship menjadi pedoman dalam menjalankan roda bisnis detikcom. Berawal dari pengakses ratusan ribu per hari, detikcom semakin melesat menjadi media online dengan pengakses jutaan setiap harinya dan pengiklan terbesar di Indonesia.

C. 2019

Detikcom terus berinovasi dan melakukan transformasi menjadi beyond media. PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom)

yang sebelumnya menjadi nama perusahaan naungan detikcom berubah menjadi PT Trans Digital Media. Perubahan nama perusahaan tersebut menjadikan detikcom bukan sebagai media digital satu-satunya yang dimiliki oleh PT Trans Digital Media, namun berkembang menjadi keluarga jaringan media bernama Detik Network

4.2.3 Visi dan Misi Detik.com

Dalam kehidupan sehari-hari, pasti kita sering menemukan visi dan misi, baik itu di sekolah, organisasi, perusahaan, bank, dan lain sebagainya. Namun, perlu diketahui banyak orang belum memahami apa maksud dari visi dan misi. Bahkan banyak orang masih menganggap bahwa visi dan misi adalah sebuah yang sama. Padahal secara pengertian visi dan misi memiliki makna yang berbeda. Visi adalah suatu rangkaian kata yang memuat impian, cita-cita, nilai, masa depan dari suatu organisasi, baik di dalam sebuah lembaga hingga perusahaan. Visi juga merupakan sebuah tujuan organisasi dalam bekerja. Misi adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat mewujudkan cita-citanya tersebut di masa depan. Selain itu, misi juga akan menjawab beberapa pertanyaan seperti bagaimana sikap perusahaan, bagaimana upaya untuk menang, hingga bagaimana mengukur sebuah proses kemajuan. Berikut Visi dan Misi dari CNN Indonesia:

“Digital Life Gateway Media massa yang memberitakan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegrasi. Fastest, Trusted & Independent Memberitakan informasi terpercaya dengan cepat dan akurat, selalu berpijak pada independensi dan keberimbangan. Menyampaikan dengan cara yang lugas, memikat dan informatif dengan varian

konten yang lengkap. Leading Technology Selalu berinovasi dan membangun produk dengan teknologi terdepan yang terukur.”

4.3 Hasil dan Pembahasan

Pada awal bulan Oktober lalu, serangan Israel ke Jalur Gaza telah menyebabkan ratusan orang tewas dan ribuan orang terluka. Serangan tersebut juga menghancurkan berbagai fasilitas publik seperti universitas, masjid, dan rumah sakit. Dunia Internasional mengutuk tindakan Israel ini, bahkan PBB telah mengeluarkan resolusi untuk menghentikan konflik di Gaza. Namun, pemerintah Israel tidak mematuhi resolusi tersebut dan terus melancarkan serangan demi alasan ingin menghancurkan Hamas.

Agresi ini terjadi karena ketidaksepahaman antara Israel dan Hamas. Menurut Israel, Hamas yang memulai pertikaian dengan serangan roket mereka setiap hari. Namun, menurut Hamas, Israel yang memulai dengan memblokade akses ke Gaza. CNN Indonesia dan Detik.com memberitakan agresi militer Israel di Jalur Gaza dengan sudut pandang yang berbeda. Peristiwa ini sangat penting dan mendapatkan simpati dunia, sehingga penting untuk melihat bagaimana CNN Indonesia dan Detik.com memaknai peristiwa ini dengan pandangan atau sudut pandang masing-masing.

a. Berita CNN Indonesia

Gambar 4.3

Kemenperin respons seruan boikot produk Israel dan sekutu



Jakarta, CNN Indonesia -- Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memahami munculnya seruan **boikot** produk-produk yang diduga terafiliasi dengan Israel, yang dipicu agresi **Israel** ke **Gaza**, Palestina.

Plt Sekretaris Jenderal Kemenperin Putu Juli Ardika mengatakan pihaknya ingin memosisikan diri sebagai pelaku pembina industri nasional. Meski begitu, ia menegaskan Kemenperin tidak dalam posisi mendukung ataupun menolak gerakan boikot produk Israel dan sekutu tersebut.

"Ranah Kemenperin adalah menjalankan kebijakan-kebijakan yang mendukung produktivitas dan daya saing sektor industri. Saat ini, fokus kami adalah langkah-langkah pengetatan arus barang impor untuk mendukung pengembangan pasar dalam negeri," katanya dalam keterangan resmi, Kamis (2/11).

Putu menilai fokus Kemenperin dalam melindungi industri dalam negeri akan terus digencarkan. Upaya yang dilakukan utamanya mencakup pengetatan arus masuk barang impor hingga merombak sejumlah aturan terkait tata niaga impor di dalam negeri.

Bahkan, merek dari negara lain yang disinyalir mendanai Israel juga ikut dalam daftar hitam.

Ini terjadi menyusul gempuran Israel ke Palestina yang dimulai sejak 7 Oktober 2023 lalu. Setidaknya, 8.796 warga Gaza tewas dalam kejahatan kemanusiaan tersebut, di mana sebagian besar korban adalah anak-anak dan perempuan.

Di lain sisi, korban tewas di pihak Israel mencapai 1.400 orang.

Harapannya, pengetatan produk impor dapat mendorong peningkatan penggunaan produk-produk dalam negeri, yang kualitasnya tak kalah ciamik.

"Hal ini agar industri kita semakin kuat dan produk-produknya bisa dimanfaatkan oleh masyarakat," tutupnya.

Jagad maya di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia, diramaikan dengan seruan boikot produk-produk Israel.

Judul: Kemenperin Respons Seruan Boikot Produk Israel dan Sekutu

Diterbitkan pada Kamis, 02 Nov 2023 | 13:20 WIB

Tabel 4.1

Sintaksis	<p>(Headline) berita ini adalah bagaimana kemenperin merespon seruan boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel. (Lead) yang dikonstruksikan oleh wartawan, menunjukkan fakta atau sudut pandang dari berita. Menunjukkan prespektif bahwa KEMENPERIN bersikap netral dengan adanya aksi boikot ini. Berharap hal ini mampu membantu merk local. Wartawan juga menuliskan dampak dari perang ini serta jumlah korban yang meninggal. (Pernyataan) dalam berita ini mengatakan bahwa ranah KEMENPERIN adalah menjalankan kebijakan yang mendukung produktivitas dan sektor industri. (Penutup) Ini terjadi menyusul gempuran Israel ke Palestina yang dimulai sejak 7 Oktober 2023 lalu. Setidaknya, 8.796 warga Gaza tewas dalam kejahatan kemanusiaan tersebut, di mana sebagian besar korban adalah anak-anak dan perempuan. Di lain sisi, korban tewas di pihak Israel mencapai 1.400 orang. (Kutipan) "Ranah Kemenperin adalah menjalankan kebijakan-kebijakan yang mendukung produktivitas dan daya saing sektor industri. Saat ini, fokus kami adalah langkah-langkah pengetatan arus barang impor untuk mendukung pengembangan pasar dalam negeri," katanya dalam keterangan resmi, Kamis (2/11). "Hal ini agar industri kita semakin kuat dan produk-produknya bisa dimanfaatkan oleh masyarakat," tutupnya.</p>
Skrip	<p>Unsur kelengkapan berita, (Who) Plt Sekretaris Jenderal Kemenperin Putu Juli Ardika. (When) Kamis 2 November 2023. (What) Kementerian Perindustrian memahami munculnya seruan boikot</p>

	<p>produk-produk yang diduga terafiliasi dengan Israel, yang dipicu agresi Israel ke Gaza, Palestina. (Why) “mengatakan pihaknya ingin memposisikan diri sebagai pelaku pembina industri nasional. Meski begitu, ia menegaskan Kemenperin tidak dalam posisi mendukung ataupun menolak gerakan boikot produk Israel dan sekutu tersebut”.</p> <p>(How) Harapannya, pengetatan produk impor dapat mendorong peningkatan penggunaan produk-produk dalam negeri, yang kualitasnya tak kalah ciamik. "Hal ini agar industri kita semakin kuat dan produk-produknya bisa dimanfaatkan oleh masyarakat,"</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wartawan mengungkapkan pandangannya, fokus Kemenperin dalam melindungi industri dalam negeri akan terus digencarkan. Upaya yang dilakukan utamanya mencakup pengetatan arus masuk barang impor hingga merombak sejumlah aturan terkait tata niaga impor di dalam negeri. (Pposisi) Kementerian Perindustrian memahami munculnya seruan boikot produk-produk yang diduga terafiliasi dengan Israel, yang dipicu agresi Israel ke Gaza, Palestina. Meski begitu, ia menegaskan Kemenperin tidak dalam posisi mendukung ataupun menolak gerakan boikot produk Israel dan sekutu tersebut.</p>
Retoris	<p>(Idiom) “Merek dari negara lain yang disinyalir mendanai Israel juga ikut dalam daftar hitam”. (Gambar/ Foto) Anak kecil memegang spanduk bertuliskan “<i>No more \$\$\$ 4 Israel</i>”</p>

Dari analisis sintaksis, *headline* atau judul yang ditunjukkan oleh CNN Indonesia cukup positif atas aksi boikot yang dilakukan di Indonesia. Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) memahami munculnya seruan boikot produk-produk yang diduga terafiliasi dengan Israel, yang dipicu agresi Israel ke Gaza, Palestina. Dengan *lead* ini menunjukkan bahwa CNN Indonesia bersimpati terhadap apa yang terjadi di Palestina dan memahami mengapa masyarakat melakukan aksi boikot produk Israel. Pernyataan yang disampaikan juga cukup jelas bahwa ranah KEMENPERIN hanya mencakup mengenai kebijakan dalam sector industry perdagangan. Penutup dalam berita ini adalah mengenai jumlah korban dari kedua pihak yaitu 8.796 warga Palestina dan 1.400 orang Israel. Dari struktur tematik wawancara juga mengungkapkan pandangannya bahwa untuk saat ini fokus KEMENPERIN adalah usaha dalam negeri atau lokal. Usahanya adalah dengan mengetatkan produk impor dan merombak aturan niaga impor. Unit yang tidak terdapat dalam berita ini adalah hubungan antar kalimat. Skrip yang ditunjukkan cukup lengkap dengan menampilkan Siapa, Kapan, Apa, Kenapa, dan bagaimana sikap KEMENPERIN dalam aksi Boikot Produk Israel. Unit yang tidak ada adalah *Where* Retoris yang disampaikan meliputi kata idiom dan gambar tentang aksi demo dengan remaja yang membawa spanduk penolakan pada produk terafiliasi dengan Israel. Unit yang tidak ada adalah Grafik.

b. Berita CNN Indonesia

Gambar 4.4
JK: Boikot produk Israel tak mempan hentikan agresi di Gaza



JK lantas mendorong persatuan negara-negara di dunia untuk mendesak Israel menghentikan tindakannya ke Gaza.

Ia menyebut kekejian Israel di Gaza haruslah dihentikan atas nama kemanusiaan. JK pun meminta Amerika Serikat untuk turut bergerak aktif.

"Karena mereka bisa menyerang begitu dengan bantuan Amerika kan, bantuan-bantuan negara-negara Eropa dan negara barat lain," ucap dia.

Pada kesempatan itu, JK menyarankan ke Presiden Joko Widodo untuk menggencarkan diplomasi atas nama kemanusiaan secara besar-besaran.

Pada Minggu (5/11) sejumlah elemen masyarakat yang tergabung dalam Aliansi Rakyat Indonesia menggelar Aksi Damai Bela Palestina.

Massa aksi menggelar long march di Jakarta, dari Monas menuju Bundaran Hotel Indonesia kembali ke Monas. Aksi berlangsung sejak pukul 05.30 WIB hingga 10.00 WIB.

Selain JK, turut hadir pula Menlu Retno Marsudi, Menko PMK Muhadjir Effendy, Wakil Ketua MPR Jazilul Fawaid hingga Ketua DPR Puan Maharani.

Dalam sambutannya, Menlu Retno membacakan puisi yang menyerukan pembelaan atas Palestina. Kemudian, Wakil Ketua MPR Jazilul Fawaid menyebut memperjuangkan kemerdekaan Palestina merupakan jihad konstitusi sebagaimana termaktub dalam pembukaan UUD 1945.

(mnf/wiw)

Judul: JK (Boikot Produk Israel Tak Mempan Hentikan Agresi di Gaza)

Diterbitkan pada Selasa, 05 Nov 2023 | 12:25 WIB

Tabel 4.2

Sintaksis	<p>(Headline) Mantan Wakil Presiden RI Jusuf Kalla (JK) menilai memboikot produk Israel tidak akan ampuh dalam menghentikan agresi Israel di Gaza, Palestina. (Lead) yang dikonstruksikan oleh wartawan, menunjukkan fakta atau sudut pandang dari berita. Wakil presiden ke-10 dan ke-12 Indonesia secara terus terang mengatakan aksi boikot tidak mempan. (Kutipan) "Ndak mempan, apa sih yang kita mesti boikot Israel, barangnya juga tidak ada yang masuk, bisa masuk dari negara lain," kata JK usai menghadiri Aksi Bela Palestina di Monas, Jakarta, Minggu (5/11). "Karena mereka bisa menyerang begitu dengan bantuan Amerika kan, bantuan-bantuan negara-negara Eropa dan negara barat lain," ucap dia. (Pernyataan) Jusuf Kalla mengatakan bahwa aksi boikot tersebut tidak akan mempan untuk melemahkan ekonomi Israel karena mereka tetap akan mendapat bantuan dari Negara besar di Amerika dan Eropa. (Penutup) Pada kesempatan itu, JK menyarankan ke Presiden Joko Widodo untuk menggencarkan diplomasi atas nama kemanusiaan secara besar-besaran.</p>
Skrip	<p>(Who) Mantan Wakil Presiden RI Jusuf Kalla (What) Jusuf Kalla menilai bahwa hanya dengan memboikot produk bisa melemahkan ekonomi Israel. (Why) "Karena mereka bisa menyerang begitu dengan bantuan Amerika kan, bantuan-bantuan negara-negara Eropa dan negara barat lain," ucap dia. (When) Pada Minggu (5/11) sejumlah elemen masyarakat yang tergabung dalam Aliansi Rakyat</p>

	<p>Indonesia menggelar Aksi Damai Bela Palestina, Aksi berlangsung sejak pukul 05.30 WIB hingga 10.00 WIB.. (Where) Massa aksi menggelar long march di Jakarta, dari Monas menuju Bundaran Hotel Indonesia kembali ke Monas. (How) “JK lantas mendorong persatuan negara-negara di dunia untuk mendesak Israel menghentikan tindakannya ke Gaza.”</p>
Tematik	<p>(Paragraf) JK lantas mendorong persatuan negara-negara di dunia untuk mendesak Israel menghentikan tindakannya ke Gaza. Ia menyebut kekejian Israel di Gaza haruslah dihentikan atas nama kemanusiaan. JK pun meminta Amerika Serikat untuk turut bergerak aktif. "Karena mereka bisa menyerang begitu dengan bantuan Amerika kan, bantuan-bantuan negara-negara Eropa dan negara barat lain," ucap dia. Pada kesempatan itu, JK menyarankan ke Presiden Joko Widodo untuk mengencarkan diplomasi atas nama kemanusiaan secara besar-besaran. (Proposisi) Pada kesempatan itu, JK menyarankan ke Presiden Joko Widodo untuk mengencarkan diplomasi atas nama kemanusiaan secara besar-besaran.</p>
Retoris	<p>(Idiom) Wartawan menekankan, Wakil Ketua MPR Jazilul Fawaid menyebut memperjuangkan kemerdekaan Palestina merupakan jihad konstitusi sebagaimana termaktub dalam pembukaan UUD 1945. (Gambar/ Foto) Terdapat foto Jusuf Kalla yang berbicara dalam sebuah forum.</p>

Struktur sintaksis yang diberikan pada artikel diatas cukup lengkap pada beberapa unit Headline, Lead/ Latar, Kutipan, Penutup, dan Pernyataan yang menyoroti bagaimana Jusuf Kalla sebagai wakil presiden memberikan tanggapannya mengenai aksi boikot produk Israel di Indonesia. Struktur skrip yang diberikan cukup lengkap, di dalamnya terdapat siapa, kapan, kenapa, dan dimana wartawan menemui narasumber. Struktur tematik yang diberikan mengenai alasan Jusuf Kalla mengatakan aksi boikot tidak mempan, "Karena mereka bisa menyerang begitu dengan bantuan Amerika kan, bantuan-bantuan negara-negara Eropa dan negara barat lain,". Unit yang tidak ada adalah Hubungan Antar Kalimat. Struktur retorik memperlihatkan bagaimana wartawan menekankan ungkapan dari . "Karena mereka bisa menyerang begitu dengan bantuan Amerika kan, bantuan-bantuan negara-negara Eropa dan negara barat lain,". Idiom yang digunakan "Wartawan menekankan, Wakil Ketua MPR Jazilul Fawaid menyebut memperjuangkan kemerdekaan Palestina merupakan jihad konstitusi sebagaimana termaktub dalam pembukaan UUD 1945". Gambar/ Foto yang menampilkan Jusuf Kalla sedang berbicara dalam sebuah forum. Unit yang tidak ada adalah Grafik.

c. Berita CNN Indonesia

Gambar 4.5
MUI Kembali minta warga setop pakai produk terafiliasi dengan Israel



MUI Kembali Minta Warga Setop Pakai Produk Terafiliasi dengan Israel

CNN Indonesia

Rabu, 15 Nov 2023 17:05 WIB



MUI kembali ingatkan fatwa haram membeli produk yang terafiliasi dengan Israel. (CNN Indonesia/Arief Bimapuutra)

Jakarta, CNN Indonesia -- Wasekjen Majelis Ulama Indonesia (MUI) Bidang Hukum dan HAM, Ikhsan Abdullah kembali mengajak seluruh warga Indonesia untuk tidak menggunakan produk yang terafiliasi dengan pendukung **zionisme** maupun penjajah Israel.

Selain itu, Ikhsan juga mengatakan jangan khawatir jika gerakan boikot akan menimbulkan pemutusan hubungan kerja (PHK). Baginya, hal ini dapat menguntungkan pengusaha-pengusaha lokal.

"Mari kita gunakan produk lokal, jadi produk lokal itu definisinya produk karya anak Indonesia," ajak Ikhsan.

Kemudian ia menyebutkan kriteria produk-produk lokal, yakni yang memiliki merk, pekerja, dan sumber daya yang berasal dari Indonesia.

"Pertama, pabriknya di Indonesia. Kedua, merek dagangnya merek Indonesia. Ketiga, sumber daya tenaga kerjanya dari Indonesia, bahan bakunya dari kekayaan alam lokal Indonesia. Udah itu disebut produk lokal," ucap Ikhsan.

"Wujud dukungan nyata dari ulama dan bangsa Indonesia yang cinta akan perdamaian dunia dan anti terhadap penjajahan dan untuk Palestina merdeka," ucap Ikhsan.

"Kami mengajak masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, jadi tak sebatas untuk umat Islam, untuk setop minum, makan, dan menggunakan produk yang terafiliasi dengan zionis Israel, ini fatwanya jelas, produk apa saja, silakan banyak bertebaran di medsos," kata Ikhsan di Kantor MUI, Jakarta, Rabu (15/11).

Ikhsan mengatakan MUI telah mengeluarkan Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tentang Fatwa Haram Produk Pendukung Israel. Fatwa ini merupakan wujud nyata dukungan dari Indonesia terhadap penjajahan yang terjadi di Palestina.

Menurutnya, warga Indonesia dapat mendukung Palestina dengan memberikan donasi dan memboikot produk-produk Israel. MUI jua menilai gerakan boikot ini akan melumpuhkan ekonomi para pendukung zionisme dan Israel.

"Tujuannya adalah ekonomi dilumpuhkan, sebagai bentuk gerakan kemanusiaan dan menjunjung tinggi HAM dan bentuk perlawanan atas penjajahan di muka bumi," lanjutnya.

Selain itu, Ikhsan juga mengatakan jangan khawatir jika gerakan boikot akan menimbulkan pemutusan hubungan kerja (PHK). Baginya, hal ini dapat menguntungkan pengusaha-pengusaha lokal.

"Mari kita gunakan produk lokal, jadi produk lokal itu definisinya produk karya anak Indonesia," ajak Ikhsan.

Kemudian ia menyebutkan kriteria produk-produk lokal, yakni yang memiliki merk, pekerja, dan sumber daya yang berasal dari Indonesia.

Judul: MUI Kembali minta warga setop pakai produk terafiliasi dengan Israel

Diterbitkan pada Minggu 15 Nov 2023 | 17:05 WIB

Tabel 4.3

Sintaksis	<p>(Headline) Wasekjen Majelis Ulama Indonesia (MUI) Bidang Hukum dan HAM, Ikhsan Abdullah kembali mengajak seluruh warga Indonesia untuk tidak menggunakan produk yang terafiliasi dengan pendukung zionisme maupun penjajah Israel. (Lead/ Latar) yang digunakan dalam berita ini menggambarkan pandangan wartawan mengenai MUI yang kembali meminta agar warga memboikot produk Israel. (Pernyataan) Menurutnya, warga Indonesia dapat mendukung Palestina dengan memberikan donasi dan memboikot produk-produk Israel. MUI jua menilai gerakan boikot ini akan melumpuhkan ekonomi para pendukung zionisme dan Israel. Kemudian ia menyebutkan kriteria produk-produk lokal, yakni yang memiliki merk, pekerja, dan sumber daya yang berasal dari Indonesia. (Kutipan)"Kami mengajak masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, jadi tak sebatas untuk umat Islam, untuk setop minum, makan, dan menggunakan produk yang terafiliasi dengan zionis Israel, ini fatwanya jelas, produk apa saja, silakan banyak bertebaran di medsos," kata Ikhsan di Kantor MUI, Jakarta, Rabu (15/11). "Wujud dukungan nyata dari ulama dan bangsa Indonesia yang cinta akan perdamaian dunia dan anti terhadap penjajahan dan untuk Palestina merdeka," ucap Ikhsan. "Tujuannya adalah ekonomi dilumpuhkan, sebagai bentuk gerakan kemanusiaan dan menjunjung tinggi HAM dan bentuk perlawanan atas penjajahan di muka bumi," lanjutnya. "Pertama, pabriknya di Indonesia. Kedua, merek dagangnya merek Indonesia. Ketiga,</p>
-----------	--

	<p>sumber daya tenaga kerjanya dari Indonesia, bahan bakunya dari kekayaan alam lokal Indonesia. Udah itu disebut produk lokal," ucap Ikhsan. (Penutup) Kemudian ia menyebutkan kriteria produk-produk lokal, yakni yang memiliki merk, pekerja, dan sumber daya yang berasal dari Indonesia.</p>
Skrip	<p>(Who) Wasekjen Majelis Ulama Indonesia (MUI) Bidang Hukum dan HAM, Ikhsan Abdullah. (What) MUI telah mengeluarkan Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tentang Fatwa Haram Produk Pendukung Israel. Fatwa ini merupakan wujud nyata dukungan dari Indonesia terhadap penjajahan yang terjadi di Palestina. (When) Rabu, 15 November 2023. (Where) Kantor MUI, Jakarta. (Why) "Wujud dukungan nyata dari ulama dan bangsa Indonesia yang cinta akan perdamaian dunia dan anti terhadap penjajahan dan untuk Palestina merdeka," ucap Ikhsan. (How) Selain itu, Ikhsan juga mengatakan jangan khawatir jika gerakan boikot akan menimbulkan pemutusan hubungan kerja (PHK). Baginya, hal ini dapat menguntungkan pengusaha-pengusaha lokal.</p> <p>"Mari kita gunakan produk lokal, jadi produk lokal itu definisinya produk karya anak Indonesia," ajak Ikhsan.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wasekjen Majelis Ulama Indonesia (MUI) Bidang Hukum dan HAM, Ikhsan Abdullah kembali mengajak seluruh warga Indonesia untuk tidak menggunakan produk yang terafiliasi dengan pendukung zionisme maupun penjajah Israel. "Kami mengajak masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, jadi tak sebatas untuk umat Islam, untuk setop minum,</p>

	<p>makan, dan menggunakan produk yang terafiliasi dengan zionis Israel, ini fatwanya jelas, produk apa saja, silakan banyak bertebaran di medsos," kata Ikhsan di Kantor MUI, Jakarta, Rabu (15/11). Ikhsan mengatakan MUI telah mengeluarkan Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tentang Fatwa Haram Produk Pendukung Israel. Fatwa ini merupakan wujud nyata dukungan dari Indonesia terhadap penjajahan yang terjadi di Palestina. (Proposisi) Selain itu, Ikhsan juga mengatakan jangan khawatir jika gerakan boikot akan menimbulkan pemutusan hubungan kerja (PHK). Baginya, hal ini dapat menguntungkan pengusaha-pengusaha lokal.</p>
Retoris	<p>(Gambar/ Foto) Terdapat 5 orang petinggi MUI dengan gaya mengepalkan tangan tanda semangat.</p>

Struktur sitakis yang diberikan dalam headline sudah menjelaskan bahwa MUI melalui WASEKJEN Bidang Hukum dan HAM dengan tegas mengajak warga untuk kembali melakukan boikot. Terdapat pula Lead, Kutipan, Sumber, dan Penutup dan Pernyataan bagaimana pandangan wartawan mengenai alasan MUI kembali meminta warga kembali melakukan aksi boikot pada produk yang terafiliasi dengan Israel. Skrip yang disajikan juga lengkap dengan menghadirkan Siapa, Apa, Kenapa, Kapan, Dimana, dan Bagaimana MUI memberikan saran agar menggunakan produk lokal sebagai pengganti produk yang diboikot dengan kualitas yang sama. Struktur tematik yang diberikan dalam paragraf cukup jelas dengan menunjukkan fatwa MUI mengenai boikot produk Israel. Proposisi yang disajikan cukup untuk menambahkan kejelasan dalam kalimat. Unit yang tidak ada adalah Hubungan Antarkalimat. Dari segi retorik

hanya terdapat Gambar/ foto lima petinggi MUI dalam sebuah wawancara. Unit yang tidak ada adalah Idiom dan Grafik.

d. Berita CNN

Gambar 4.6

Ketum PBNU Sebut
Hentikan Perang di



Boikot Produk Israel Tak Cukup
Gaza

Judul: Ketum PBNU Sebut Boikot Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza

Diterbitkan pada Selasa, 21 Nov 2023 | 18:40 WIB

Tabel 4.4

Sintaksis	<p>(Headline) Ketua Umum PBNU Yahya Cholil Staquf menilai gerakan boikot produk-produk yang terafiliasi Israel penting untuk mendapatkan perhatian politik secara luas, namun upaya tersebut belum cukup. Pandangan Gus Yahya tentang gerakan boikot produk terafiliasi Israel. (Lead/ Latar) Gus Yahya menyampaikan argumen tentang pentingnya gerakan boikot tetapi menekankan bahwa itu belum cukup. (Kutipan) "Gerakan boikot cukup penting untuk "Seperti Disney, Sony Pictures boikot X. Karena X tayangkan posting-posting dari Gaza. Dan mereka boikot X dan cabut iklan dari X, mereka melakukan boikot," katanya. "Nah, ini artinya resiprokal, saling boikot," tambah Gus Yahya. "Menghentikan segera bencana kemanusiaan berlangsung di Gaza," kata Gus Yahya. "Kita berharap hasil ISORA bukan hanya pernyataan bersama, tapi kesepakatan bertindak dalam jangkauan masing-masing untuk mempengaruhi dinamika sekarang," ujarnya. (Pernyataan) Melihat persoalan itu, Gus Yahya mengimbau harus memikirkan jalan keluar yang masuk akal dan memungkinkan untuk membantu Palestina. Bukan cuma sekadar harapan, tapi betul-betul yang work-able yang bisa dilakukan jalan keluarnya. Sebelum semua itu. Ini harus dihentikan segera. Serangan harus dihentikan segera," katanya. (Penutup) Gus Yahya mengatakan PBNU akan menggelar R20 International Summit of Religious Authorities (ISORA) di Jakarta, pada Senin (27/11) pekan depan. Gus Yahya berharap kegiatan ini dapat menggerakkan para aktor global dan tokoh-tokoh agama untuk</p>
-----------	---

	menyuarakan gencatan senjata di Palestina.
Skrip	(Who) Ketua Umum PBNU Yahya Cholil Staquf. (When) Selasa, 21 November 2023. (Where) Hotel Shangri-La, Jakarta. (What) Ketua Umum PBNU mengungkapkan gerakan boikot produk terafiliasi Israel penting untuk dilakukan namun tidak efektif. (How) Selain itu, Gus Yahya memberikan contoh spesifik tentang boikot, seperti tindakan perusahaan terhadap platform X yang kemudiang mengarahkan perhatian pada tindakan konkret yang direncanakan, yaitu acara ISORA dan harapan Gus Yahya terhadap hasilnya.
Tematik	(Paragraf) Gus Yahya, Ketua Umum PBNU, mengungkapkan pandangannya tentang gerakan boikot terhadap produk-produk terafiliasi Israel dan perlunya solusi yang lebih konkret untuk membantu Palestina. Artikel ini juga mencakup tema terkait lainnya, seperti contoh spesifik boikot di dunia bisnis dan pentingnya aksi global dan kolaborasi antar pemimpin agama untuk menghentikan konflik di Gaza. (Hubungan Antarkalimat) Ketua Umum PBNU Yahya Cholil Staquf menilai gerakan boikot produk-produk yang terafiliasi Israel penting untuk mendapatkan perhatian politik secara luas, namun upaya tersebut belum cukup.
Retoris	(Idiom) "Menghentikan segera bencana kemanusiaan berlangsung di Gaza,". (Gambar/ Foto) Terdapat tiga orang petinggi PBNU dalam foto, yang mana salah satunya adalah Gus Yahya.

Artikel CNN Indonesia tentang pandangan Gus Yahya, Ketua Umum PBNU, terhadap gerakan boikot produk terafiliasi Israel, menggunakan kalimat sederhana dan

struktur naratif yang jelas, dimulai dari pernyataan utama, konteks, pandangan tokoh, dan penutup. Lead/ latar nya adalah sikap pemerintah Indonesia terhadap produk pro Israel di tengah konflik Israel-Palestina, dengan pandangan Gus Yahya yang menekankan pentingnya, namun tidak cukupnya, gerakan boikot. Gus Yahya memberikan contoh spesifik, seperti boikot oleh perusahaan besar terhadap platform X, dan mengarahkan perhatian pada kebutuhan akan solusi konkret seperti acara ISORA. Artikel ini menggunakan otoritas dan kontras dalam retorika untuk memperkuat pesan tentang perlunya tindakan praktis yang lebih efektif dalam membantu Palestina. Dalam analisis tersebut terdapat beberapa struktur dengan unit yang tidak lengkap yaitu: Unit Bagaimana dalam Skrip, Proposisi Kalimat dalam Tematik, dan Grafik dalam Retoris.

Gambar 4.7

Zulhas Sebut Pemerintah Saat Ini Tak Boikot Produk Pro Israel



Zulhas Sebut Pemerintah Saat Ini Tak Boikot Produk Pro Israel

tim | CNN Indonesia

Senin, 27 Nov 2023 16:38 WIB



Mendag Zulkifli Hasan memastikan Pemerintah Indonesia tak akan melakukan aksi boikot apapun terhadap produk yang dianggap pro Israel. (CNN Indonesia/Dela Naufalia).

Jakarta, CNN Indonesia -- Menteri Perdagangan **Zulkifli Hasan** menyebut Pemerintah Indonesia tak akan melakukan aksi **boikot** apapun terhadap produk yang dianggap pro **Israel** sebagai buntut atas agresi yang dilakukan negara itu terhadap Palestina.

Pernyataan tersebut ia lontarkan sebagai respons dari Komisi VI DPR RI yang meminta Zulhas menjabarkan produk-produk apa saja yang diboikot oleh masyarakat di Tanah Air.

Zulhas menjelaskan hingga saat ini pemerintah tak ikut melakukan boikot. Adapun soal gerakan boikot dari masyarakat, Zulhas menilai itu adalah hak warga.

"Soal daftar produk-produk yang diboikot, pemerintah tidak memboikot produk mana pun. Kalau ada pendapat masyarakat, silakan saja," ucap Zulhas saat Rapat Kerja Bersama Komisi VI DPR RI, Senin (27/11).

Ia pun menegaskan pemerintah tak melarang produk dari produsen mana pun untuk dijual di Indonesia. Menurutnya, pemerintah hanya memberikan aturan.

Zulhas menilai siapa saja yang sudah mengikuti aturan, maka mereka boleh berjualan di Indonesia.

"Saya kira jelas, terang, tidak abu-abu, kami tak larang produk mana pun, selama sesuai ketentuan yang ada, silahkan saja," katanya.

Gerakan boikot pada produk-produk yang diduga pro Israel tengah menggema di dunia maya buntut agresi yang dilakukan negara tersebut terhadap Palestina selama sebulan belakangan ini. Masyarakat ramai-ramai mengajak untuk tidak membeli produk yang disinyalir mendukung atau memberikan pendanaan pada Israel.

Ketua Umum PBNU Yahya Cholil Staquf menilai gerakan boikot produk-produk yang terafiliasi Israel penting untuk mendapatkan perhatian politik secara luas, namun upaya tersebut belum cukup.

"Gerakan boikot cukup penting untuk dapatkan perhatian politik dan saya kira sekarang juga sudah, tapi ini tak cukup," kata pria yang akrab disapa Gus Yahya di Hotel Shangri-La, Jakarta, Selasa (21/11) lalu.

Gus Yahya mengatakan saat ini tak cuma muncul gerakan boikot produk terafiliasi Israel saja, tetapi juga gerakan memboikot produk yang pro terhadap Palestina.

Ia mencontohkan media sosial X kini telah diboikot oleh perusahaan yang pro terhadap Israel lantaran kerap menayangkan video dari jalur Gaza.

"Seperti Disney, Sony Pictures boikot X. Karena X tayangkan posting-posting dari Gaza. Dan mereka boikot X dan cabut iklan dari X, mereka melakukan boikot," katanya.

"Nah, ini artinya resiprokal, saling boikot," tambah Gus Yahya.

Melihat persoalan itu, Gus Yahya mengimbau harus memikirkan jalan keluar yang masuk akal dan memungkinkan untuk membantu Palestina.

"Bukan cuma sekadar harapan, tapi betul-betul yang work-able yang bisa dilakukan jalan keluarnya. Sebelum semua itu. Ini harus dihentikan segera. Serangan harus dihentikan segera," katanya.

Judul: Zulhas Sebut Pemerintah Saat Ini Tak Boikot Produk Pro Israel

Diterbitkan pada Selasa, 27 Nov 2023 | 16:38 WIB)

Tabel 4.5

Sintaksis	<p>(Headline) Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan menyebut Pemerintah Indonesia tak akan melakukan aksi boikot apapun terhadap produk yang dianggap pro Israel sebagai buntut atas agresi yang dilakukan negara itu terhadap Palestina. (Lead/Latar) Zulhas menjelaskan hingga saat ini pemerintah tak ikut melakukan boikot. Adapun soal gerakan boikot dari masyarakat, Zulhas menilai itu adalah hak warga. (Kutipan) "Soal daftar produk-produk yang diboikot, pemerintah tidak memboikot produk mana pun. Kalau ada pendapat masyarakat, silakan saja," ucap Zulhas saat Rapat Kerja Bersama Komisi VI DPR RI, Senin (27/11). "Saya kira jelas, terang, tidak abu-abu, kami tak larang produk mana pun, selama sesuai ketentuan yang ada, silahkan saja," katanya. (Pernyataan) Pernyataan tersebut ia lontarkan sebagai respons dari Komisi VI DPR RI yang meminta Zulhas menjabarkan produk-produk apa saja yang diboikot oleh masyarakat di Tanah Air. (Penutup) Gerakan boikot pada produk-produk yang diduga pro Israel tengah menggema di dunia maya buntut agresi yang dilakukan negara tersebut terhadap Palestina selama sebulan belakangan ini. Masyarakat ramai-ramai mengajak untuk tidak membeli produk yang disinyalir mendukung atau memberikan pendanaan pada Israel.</p>
Skrip	<p>(Who) Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan (What) Pemerintah Indonesia tidak akan memboikot produk pro Israel. (When) Senin, 27 November 2023. (Why) Beliau memberi Penjelasan mengapa</p>

	pernyataan ini disampaikan, yaitu sebagai tanggapan atas permintaan Komisi VI DPR RI. Sementara itu pendapat lain, pandangan dari Ketua Umum PBNU, Yahya Cholil Staquf, juga menyoroti pentingnya gerakan boikot.
Tematik	(Paragraf) Zulhas memberikan pernyataan sebagai respon pemerintah terhadap tekanan masyarakat dan lembaga legislatif. Di samping itu, terdapat perspektif dari tokoh masyarakat lain dalam menanggapi boikot produk dalam situasi konflik politik.
Retoris	(Kata) Pernyataan Zulhas dan yahya Cholil Staquf memberikan legitimasi pada informasi yang disampaikan. Meskipun demikian, terdapat perbedaan sikap antara pemerintah dan aksi boikot yang dilakukan oleh masyarakat. (Gambar/ Foto) Zulhas berada di tangan pasar tardisional.

Artikel "Zulhas Sebut Pemerintah Saat Ini Tak Boikot Produk Pro Israel" dari CNN Indonesia disusun dengan kalimat-kalimat deklaratif yang sederhana untuk memudahkan pemahaman, mengikuti struktur naratif berita yang logis dengan pernyataan utama, konteks, respons, dan penutup. Tema utamanya adalah sikap pemerintah Indonesia terhadap produk pro Israel di tengah konflik Israel-Palestina, disertai pandangan dari tokoh masyarakat. Artikel ini menggunakan strategi retorika otoritas dengan mengutip pernyataan figur penting dan menekankan kontras antara sikap resmi pemerintah dan gerakan masyarakat, serta seruan moral untuk mencari solusi praktis bagi Palestina. Struktur sintaksis yang diberikan cukup lengkap dengan memberikan Headline, Lead, Kutipan, Pernyataan, dan Penutup Gerakan boikot pada produk-produk yang diduga pro Israel tengah menggema di dunia maya menuntut agresi

yang dilakukan negara tersebut terhadap Palestina selama sebulan belakangan ini. Masyarakat ramai-ramai mengajak untuk tidak membeli produk yang disinyalir mendukung atau memberikan pendanaan pada Israel. Skrip tidak terlalu lengkap dengan hanya menonjolkan bagian apa, siapa, kapan, dan kenapa. Tematiknya pun hanya berupa paragraph, serta Retoris dengan kata dan gambar.

f. Berita CNN Indonesia

Gambar 4.8

Buruh soal Ancaman PHK Buntut Gerakan Boikot: Pengusaha Berlebihan



CNN Indonesia Ekonomi

Buruh soal Ancaman PHK Buntut Gerakan Boikot: Pengusaha Berlebihan

tim | CNN Indonesia

Minggu, 10 Des 2023 09:30 WIB

la malah mempertanyakan komitmen para pengusaha yang menolak gerakan boikot Israel. Pasalnya, di banyak perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, masih banyak terjadi pelanggaran UU ketenagakerjaan, seperti upah minimum, hak kebebasan berserikat, dan lain sebagainya.

"Ke mana para pengusaha itu, khususnya asosiasi atau organisasi pengusahanya? Kok tidak bersuara ketika ada pelanggaran hak normatif di perusahaan-perusahaan lain?" imbuh Mirah.

Mirah menilai akar penyebab maraknya PHK massal bukan gerakan boikot Israel, tetapi regulasi pemerintah yang semakin memudahkan pemangkas karyawan dengan menurunkan nilai pesangon. Penyebab lain, keserakahan pengusaha untuk memperkaya perusahaan dengan cara menekan biaya kesejahteraan pekerja.

Menurutnya, gerakan boikot produk terafiliasi Israel adalah gerakan moral rakyat, yang sesuai dengan amanah Pembukaan UUD 1945.

"Boikot Israel adalah perjuangan minimal yang bisa dilakukan oleh rakyat Indonesia untuk ikut mewujudkan perdamaian dunia. Penjajahan di atas dunia harus dihapuskan, karena tidak sesuai dengan perikemanusiaan dan perikeadilan," imbuhnya.

Mirah menuturkan gerakan boikot ini seharusnya bisa dimanfaatkan para pengusaha Tanah Air untuk memajukan usaha-usaha lokal asli Indonesia.

"Jika sebelumnya orang membeli ayam goreng dan kopi di perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, saat ini beralihlah ke ayam goreng dan kopi produk usaha kecil menengah asli Indonesia," pungkasnya.

Buruh menganggap pengusaha berlebihan menanggapi gerakan boikot produk terafiliasi Israel jadi alasan PHK karyawan. (Foto: AFP/KENZO TRIBOUILLARD)

Jakarta, CNN Indonesia -- Asosiasi Serikat Pekerja Indonesia (ASPEK Indonesia) meminta pengusaha tak perlu berlebihan menanggapi gerakan **boikot** produk terafiliasi dengan Israel, termasuk mengaitkan dengan ancaman pemutusan hubungan kerja (**PHK**).

Presiden ASPEK Indonesia Mirah Sumirat menilai sebelum ada gerakan boikot pun para pengusaha kerap melakukan PHK sepihak. Apalagi, setelah adanya Undang Undang Cipta Kerja yang semakin memudahkan PHK dan juga memudahkan praktek kerja kontrak dan outsourcing.

"Kekhawatiran pengusaha itu terlalu mengada-ada dan berlebihan. Karena faktanya, PHK sepihak dan massal sudah banyak dilakukan oleh pengusaha, sebelum adanya gerakan boikot," ujarnya dalam keterangan tertulis (9/12).

"Pengusaha jangan cari-cari kambing hitam, seolah-olah adanya gerakan boikot Israel ini menjadi alasan PHK massal di Indonesia, pungkaskan Mirah Sumirat.

Judul: Buruh soal Ancaman PHK Buntut Gerakan Boikot: Pengusaha Berlebihan
Diterbitkan pada Minggu, 10 Desember 2023 | 09.30 WIB

Tabel 4.6

Sintaksis	<p>(Headline) Asosiasi Serikat Pekerja Indonesia (ASPEK INDONESIA) meminta pengusaha tak perlu berlebihan menanggapi gerakan boikot produk yang berafiliasi Israel. (Lead/Latar) menyajikan bagaimana tanggapan dari presiden ASPEK mengenai kabar boikot produk Israel termasuk isu mengenai ancaman PHK. (Kutipan) "Kekhawatiran pengusaha itu terlalu mengada-ada dan berlebihan. Karena faktanya, PHK sepihak dan massal sudah banyak dilakukan oleh pengusaha, sebelum adanya gerakan boikot," ujarnya dalam keterangan tertulis (9/12). "Pengusaha jangan cari-cari kambing hitam, seolah-olah adanya gerakan boikot Israel ini menjadi alasan PHK massal di Indonesia, pungkas Mirah Sumirat. "Ke mana para pengusaha itu, khususnya asosiasi atau organisasi pengusahanya? Kok tidak bersuara ketika ada pelanggaran hak normatif di perusahaan-perusahaan lain?" imbuh Mirah. "Boikot Israel adalah perjuangan minimal yang bisa dilakukan oleh rakyat Indonesia untuk ikut mewujudkan perdamaian dunia. Penjajahan di atas dunia harus dihapuskan, karena tidak sesuai dengan perikemanusiaan dan perikeadilan," imbuhnya. "Jika sebelumnya orang membeli ayam goreng dan kopi di perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, saat ini beralihlah ke ayam goreng dan kopi produk usaha kecil menengah asli Indonesia," pungkasnya.</p> <p>(Pernyataan) Presiden ASPEK Indonesia Mirah Sumirat menilai sebelum ada gerakan boikot pun para pengusaha kerap melakukan</p>
-----------	--

	<p>PHK sepihak. Apalagi, setelah adanya Undang Undang Cipta Kerja yang semakin memudahkan PHK dan juga memudahkan praktek kerja kontrak dan outsourcing.</p>
Skrip	<p>(Who) Presiden ASPEK Indonesia Mirah Sumirat. (When) Sabtu, 9 Desember 2023. (What) ASPEK Indonesia menyatakan bahwa reaksi pengusaha terlalu berlebihan dan tidak proporsional, khususnya dalam mengaitkan gerakan boikot dengan ancaman PHK. (Why) Ia malah mempertanyakan komitmen para pengusaha yang menolak gerakan boikot Israel. Pasalnya, di banyak perusahaan yang terafiliasi dengan Israel, masih banyak terjadi pelanggaran UU ketenagakerjaan, seperti upah minimum, hak kebebasan berserikat, dan lain sebagainya. (How) ASPEK Indonesia juga mengkritik pengusaha karena tidak mengambil tindakan terhadap pelanggaran hak normatif di perusahaan-perusahaan lain yang terafiliasi dengan Israel. Mereka menegaskan bahwa akar penyebab PHK massal adalah regulasi pemerintah yang memudahkan pemangkasan karyawan dan keserakahan pengusaha. ASPEK Indonesia mendukung gerakan boikot sebagai tindakan moral rakyat yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila. Selain itu, mereka mengajak para pengusaha untuk memanfaatkan gerakan boikot sebagai kesempatan untuk memajukan produk lokal Indonesia.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) ASPEK Indonesia memberikan respons terhadap reaksi penguasa terhadap gerakan boikot produk yang terafiliasi dengan Israel. Respons ini menyoroti isu-isu ketenagakerjaan, regulasi pemerintah, dan peran pengusaha dalam mendukung produk lokal. (Hubungan Antarkalimat) Presiden ASPEK Indonesia Mirah Sumirat menilai sebelum ada gerakan boikot pun para pengusaha kerap melakukan PHK sepihak. Apalagi, setelah</p>

	adanya Undang Undang Cipta Kerja yang semakin memudahkan PHK dan juga memudahkan praktek kerja kontrak dan outsourcing.
Retoris	<p>(Kata) Pernyataan ASPEK Indonesia menggunakan retorika persuasif. Hal ini terlihat bagaimana penggunaan logika argumentatif dari ASPEK Indonesia yang menegaskan bahwa gerakan boikot ini tidak beralasan atau terkesan sangat berlebihan.</p> <p>(Idiom) "Pengusaha jangan cari-cari kambing hitam, seolah-olah adanya gerakan boikot Israel ini menjadi alasan PHK massal di Indonesia, pungkas Mirah Sumirat. (Gambar/ Foto) Rakyat melakukan protes dengan membawa spanduk BDS Movement.</p>

Artikel ini menyoroti respons ASPEK Indonesia terhadap reaksi pengusaha terhadap gerakan boikot produk terafiliasi dengan Israel. ASPEK Indonesia menegaskan bahwa reaksi pengusaha terlalu berlebihan dan tidak proporsional, serta mengkritik pengusaha atas ketidakpedulian terhadap pelanggaran hak normatif di perusahaan-perusahaan terafiliasi dengan Israel. Mereka menyoroti akar penyebab PHK massal, yakni regulasi pemerintah dan keserakahan pengusaha, serta memperjuangkan gerakan boikot sebagai tindakan moral yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila. Retorika artikel ini bersifat persuasif, mengajak pembaca untuk mempertimbangkan implikasi sosial dan moral dari dukungan terhadap gerakan boikot, sambil menekankan pentingnya peran pengusaha dalam mendukung produk lokal Indonesia. Pada struktur sintaksis terdapat beberapa unit yang lengkap meliputi headline, lead, kutipan, dan pernyataan Presiden ASPEK Indonesia Mirah Sumirat

menilai sebelum ada gerakan boikot pun para pengusaha kerap melakukan PHK sepihak. Apalagi, setelah adanya Undang Undang Cipta Kerja yang semakin memudahkan PHK dan juga memudahkan praktek kerja kontrak dan outsourcing. Kekurangan dalam struktur ini adalah pada unit Penutup. Dalam struktur skrip tidak menambahkan unit dimana (where) wawancara ini dilakukan. Struktur tematik yang diberikan juga memiliki kekurangan pada unit proposisi kalimat, sedangkan pada struktur retorik cukup lengkap dengan menampilkan unit kata, idiom, dan gambar.

g. Hasil Detik.com

Gambar 4.9
Ramai
Boikot
Apakah
Berdampak
Israel?



Adapun polarisasi di kalangan warganet Indonesia merupakan hal lumrah karena masalah internasional kerap memicu dua kubu alias binari di media sosial, kata pengamat hubungan internasional dari Universitas Paramadina, Shiskha Prabawaningtyas.

"Ada ruang-ruang kontestasi identitas dan afiliasi, itu mensimplifikasi bahwa tidak memboikot Israel sama saja dengan [mendukung genosida], itu simplifikasi. Padahal belum tentu begitu, kata Shiskha kepada BBC News Indonesia, Kamis (02/11).

Seruan
Israel,
Akan
pada

Judul: Ramai Seruan Boikot Israel, Apakah Akan Berdampak pada Israel?

Diterbitkan pada Jumat, 03 Nov 2023 | 10:30 WIB

Tabel 4.7

Sintaksis	(<i>Headline</i>) Ramai Seruan Boikot Israel, Apakah Akan Berdampak
-----------	---

pada Israel? (**Lead**) yang dikonstruksikan oleh wartawan memberikan gambaran mengenai polarisasi di kalangan netizen terkait seruan boikot terhadap perusahaan-perusahaan yang dianggap dukung Israel. Selain itu terdapat perbedaan pendapat dari berbagai pihak dalam menanggapi isu gerakan boikot. (**Kutipan**) "Ada ruang-ruang kontestasi identitas dan afiliasi, itu mensimplifikasi bahwa tidak memboikot Israel sama saja dengan [mendukung genosida], itu simplifikasi. Padahal belum tentu begitu, kata Shiskha kepada BBC News Indonesia, Kamis (02/11). "Strategi boikot itu untuk memberikan rasa akuntabilitas bahwa perusahaan-perusahaan ini bertanggung jawab atas apa yang dilakukan Israel," ujar Giri kepada BBC News Indonesia. "Artinya kalau ada aksi boikot nanti yang terkena dampak adalah tenaga kerja yang bekerja di perusahaan-perusahaan tersebut yang dimana itu adalah tenaga kerja mereka sendiri, ujar Heri kepada BBC News Indonesia. "Jangan membayangkan kita akan memboikot dan perusahaan-perusahaan ini tutup. Indonesia beda dengan Malaysia, karena masyarakat kita heterogen, ujar Syakir. "Kalau kita bersikap keras di PBB harus, jadi kita kerasnya yang insyaallah bawa manfaat dan ada konkretnya, seperti sikap presiden yang sudah tegas, tinggal bagaimana di PBB kita bisa menggalang. Kalau boikot-boikot saya rasa tidak usah," ujar Meutya kepada awak media, seperti dikutip dari kantor berita Antara. (**Pernyataan**) Gerakan Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS) Indonesia, yang kini memiliki 2.592 pengikut di Instagram, turut mendorong aksi boikot tersebut dengan merilis

daftar perusahaan-perusahaan mana saja yang menjadi target. BDS Indonesia membagi daftar itu menjadi dua kategori: perusahaan yang menjadi target boikot utama dan perusahaan-perusahaan yang diberi tekanan sosial. Pegiat dari BDS Indonesia, Giri Taufik, menjelaskan bahwa organisasi tersebut sudah berdiri sejak 2021 dan merupakan bagian dari gerakan global BDS yang diinisiasi oleh aktivis Palestina, Omar Barghouti. BDS merupakan organisasi yang menyuatkan aksi boikot di berbagai negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. (BDS Indonesia) Ia menyatakan bahwa tujuan utama dari gerakan boikot tersebut adalah memberi tekanan pada perusahaan-perusahaan yang komplot dalam serangan Israel terhadap Palestina. "Strategi boikot itu untuk memberikan rasa akuntabilitas bahwa perusahaan-perusahaan ini bertanggung jawab atas apa yang dilakukan Israel," ujar Giri kepada BBC News Indonesia. Komplot dalam hal ini, menurut Giri berupa kontribusi langsung maupun pembiaran terhadap Israel dalam situasi di Gaza.

(Penutup) Seruan aksi boikot produk Israel atau perusahaan-perusahaan yang dianggap mendukung Israel telah berlangsung di berbagai belahan dunia. Dalam aksi demonstrasi pro-Palestina, seruan ini kerap dikumandangkan. Ia berharap produk-produk produksi dalam negeri bisa dimanfaatkan sepenuhnya oleh pasar domestik di tengah boikot yang ramai. Di sosmed ada ajakan-ajakan untuk memboikot beberapa produk, mudah-mudahan itu akan menjadi momentum yang bagus bagi kita untuk memperkuat pengetatan arus barang karena kita masih impor beberapa produk,"

	kata Putu, seperti dikutip Antara, pada Selasa (31/10).
Skrip	Unsur kelengkapan berita, (Who) Menyoroti berbagai sudut pandang dari netizen, pengamat, dan pemerintah mengenai efektivitas dan implikasi dari seruan boikot yang dilakukan. (When) Jumat, 03 Nov 2023 10:30 WIB. (Why) Artikel ini memuat beberapa sumber berbeda, dengan kesimpulan mengapa kita harus melakukan aksi boikot melalui <i>BDS Movement</i> ?. (What) Konflik antara Israel dan Hamas memicu polarisasi warganet Indonesia terhadap aksi Boikot produk Israel.
Tematik	(Paragraf) Wartawan mengungkapkan konflik antara Israel dan Hamas dengan memokuskan pada respon dari netizen terhadap konflik tersebut. Selain itu juga terdapat polarisasi di media sosial mengenai seruan boikot terhadap perusahaan yang dianggap mendukung Israel. (Proposisi) Sementara itu, Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian (Kemenperin), Putu Juli Ardika, menilai ajakan untuk memboikot produk Israel yang ramai di media sosial dapat menjadi kesempatan untuk memperkuat industri dalam negeri. Terkait dengan tuduhan bahwa boikot merugikan tenaga kerja dan perekonomian lokal, Giri Firdaus dari BDS Indonesia berargumen bahwa kerugian ekonomi bukanlah tujuan utama aksi boikot. Ia menilai bahwa produk-produk lokal memang bisa menjadi alternatif untuk pergeseran pola konsumsi masyarakat. Namun, menurut Heri mereka belum sanggup bersaing maupun menggantikan perusahaan multinasional yang hendak diboikot.

Retoris	<p>(Kata) Wartawan menggunakan data konkret seperti jumlah pengikut gerakan BDS Indonesia di IG. Selain itu juga wartawan menyampaikan sudut pandang yang bervariasi terhadap masalah yang diangkat. (Gambar/ Foto) Terdapat tiga foto yang menggambarkan aksi demo boikot produk Israel, dan satu foto isi akun <i>instagram BDS Movement</i>.</p>
---------	--

Analisis sintaksis artikel di atas mengikuti struktur standar pemberitaan, mulai dari pengantar, pemajangan fakta, hingga pengutipan pendapat dari berbagai pihak. Dalam skripnya, wartawan mencoba memberikan gambaran holistik tentang polarisasi di media sosial terkait aksi boikot Israel di Indonesia, dengan menyoroti pandangan beragam dari netizen, pengamat, dan pemerintah. Tematiknya menekankan pada konflik antara Israel dan Hamas, polarisasi di media sosial, dampak ekonomi, politik, dan sosial dari gerakan boikot, serta tanggapan dari pemerintah Indonesia dan DPR RI. Retorisnya menggunakan kutipan langsung, data konkret, citraan, dan perumpamaan untuk memperkuat pesan yang disampaikan dan memberikan ruang bagi berbagai pandangan. Beberapa unit yang tidak ada dalam artikel ini adalah *how* dan *where* untuk skrip, idiom dan grafik pada struktur retorik.

Gambar 4.10

JK Nilai Boikot Produk Israel Tak Mempan Hentikan Serangan ke Palestina

JK Nilai Boikot Produk Israel Tak Mempan Hentikan Serangan ke Palestina

Dwi Rahmawati - detikNews

Minggu, 05 Nov 2023 15:29 WIB



Jusuf Kalla hadir aksi bela Palestina di Monas (Dwi Rahmawati/detik.com)

Jakarta - Mantan Wakil Presiden Indonesia, **Jusuf Kalla** (JK), menyinggung soal aksi boikot produk Israel sebagai bentuk protes atas serangan di Palestina. JK menilai langkah konkret yang harus dilakukan sekarang ialah kerja sama di dunia internasional.

"Ya tentu, itu harus upaya bersama secara internasional karena kalau hanya sendiri-sendiri kelihatannya Israel tetap kukuh untuk melakukan serangan begitu banyak," kata JK di kawasan Monas, Jakarta Pusat, Minggu (5/11/2023).

Jusuf Kalla menyebut perlu ada tujuan yang sama untuk menghentikan perang dari negara perserikatan Islam, negara Arab, hingga Amerika Serikat. Dia mengatakan, jika semua pihak telah bersatu, serangan Israel ke Palestina bisa dihentikan.

"Ini harus pengaruh negara-negara Arab, pengaruh negara Islam dan Amerika harus bekerja sama dengan itu semua. Baru bisa kita kendalikan itu. Ya menyetop, (kendalikan) bikin upaya dialog lagi," ujarnya.

Menurut JK, Israel hanya akan mendengar masukan dari negara sekutunya seperti Amerika Serikat dalam konflik di **Palestina**. Atas dasar itu, JK mengatakan aksi protes berupa boikot produk Israel tidak akan berdampak pada penyelesaian masalah di Palestina.

"Tidak bisa, Israel tak pernah mau dengar suara orang, kecuali dengar suara Amerika. Ya Amerika harus bersama-sama," tutur Kalla.

Baca juga:

[Momen Amien Rais Beri 2 Jempol ke Menu Retno Saat Aksi Bela Palestina](#)

"Nggak mempan (boikot), apa sih yang kita mesti boikot Israel, barangnya juga tidak ada yang masuk, bisa masuk dari negara lain," sambungnya.

Lebih lanjut JK meminta peran aktif dari Presiden Joko Widodo (Jokowi) untuk menggerakkan diplomasi secara masif. Ia menegaskan upaya untuk menghentikan Israel bisa dilakukan dengan dasar kemanusiaan.

"(Presiden) harus melancarkan diplomasi kemanusiaan besar-besaran ini. Pertama ke persatuan dari seluruh dunia atas nama kemanusiaan ya, kan kalau politik tidak bisa ini. Harus kemanusiaan bersama-sama," pungkasnya.

Judul: JK Nilai Boikot Produk Israel Tak Mempan Hentikan Serangan ke Palestina
Diterbitkan pada Jumat, 05 Nov 2023 | 10:30 WIB

Tabel 4.8

Sintaksis	<p>(Headline) JK Nilai Boikot Produk Israel Tak Mempan Hentikan Serangan ke Palestina (Lead) Mantan Wakil Presiden Indonesia, Jusuf Kalla (JK), menyinggung soal aksi boikot produk Israel sebagai bentuk protes atas serangan di Palestina. JK menilai langkah konkret yang harus dilakukan sekarang ialah kerja sama di dunia internasional. (Pernyataan) Jusuf Kalla turut menyinggung soal boikot produk Israel sebagai bentuk protes atas serangan yang dilayangkan ke Palestina. (Kutipan) "Ya tentu, itu harus upaya bersama secara internasional karena kalau hanya sendiri-sendiri kelihatannya Israel tetap kukuh untuk melakukan serangan begitu banyak," kata JK di kawasan Monas, Jakarta Pusat, Minggu (5/11/2023). "Ini harus pengaruh negara-negara Arab, pengaruh negara Islam dan Amerika harus bekerja sama dengan itu semua. Baru bisa kita kendalikan itu. Ya menyetop, (kendalikan) bikin upaya dialog lagi," ujarnya. "(Presiden) harus melancarkan diplomasi kemanusiaan besar-besaran ini. Pertama ke persatuan dari seluruh dunia atas nama kemanusiaan ya, kan kalau politik tidak bisa ini. Harus kemanusiaan bersama-sama," pungkasnya. (Penutup) Lebih lanjut JK meminta peran aktif dari Presiden Joko Widodo (Jokowi) untuk menggerakkan diplomasi secara masif. Ia menegaskan upaya untuk menghentikan Israel bisa dilakukan dengan dasar kemanusiaan.</p>
Skrip	<p>(Who) Jusuf Kalla (What) pentingnya kerja sama internasional dalam menangani konflik Palestina-israel. (Why) Israel hanya akan mendengar dan patuh pada Negara sekutunya. (How) Jusuf Kalla menambahkan pentingnya peran Amerika dalam penyelesaian konflik tersebut.</p>

	<p>Penyataan terakhir, beliau menyarankan untuk turut melibatkan Presiden Joko Widodo di dalam diplomasi kemanusiaan. (Where) di kawasan Monas Jakarta Pusat (When) Minggu, 5 November 2023.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wartawan mengungkapkan konflik perlunya tindakan konkret untuk menghentikan serangan dengan melibatkan negara-negara Islam, Arab, dan Amerika Serikat. (Proposisi) Lebih lanjut JK meminta peran aktif dari Presiden Joko Widodo (Jokowi) untuk menggerakkan diplomasi secara masif. Ia menegaskan upaya untuk menghentikan Israel bisa dilakukan dengan dasar kemanusiaan.</p>
Retoris	<p>(Kata) Wartawan menggunakan pengalaman argumen otoritas yang merujuk pada pengetahuan Jusuf Kalla dalam hubungan internasional. Selain itu terdapat penggunaan kata-kata yang bersifat persuasif dan repetisi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. (Gambar/Foto) JK bersama rombongan berjalan di sekitar Monas.</p>

Artikel di atas menyoroiti pandangan Jusuf Kalla tentang perlunya kerja sama internasional untuk menghentikan konflik Israel-Palestina, dengan menekankan peran penting Amerika Serikat dalam mediasi. Secara sintaksis, teks ini terstruktur baik dengan variasi kalimat langsung dan tak langsung. Dalam skripnya, teks dimulai dengan pernyataan Jusuf Kalla, diikuti oleh kritik terhadap boikot produk Israel, dan ditutup dengan ajakan untuk diplomasi kemanusiaan oleh Presiden Jokowi. Tematiknya berfokus pada pentingnya kerja sama global dan pendekatan kemanusiaan dalam menyelesaikan konflik. Retorikanya menggunakan argumen otoritas, repetisi, dan analogi untuk memperkuat pesan dan kritik terhadap strategi

boikot, serta menyoroti perlunya intervensi diplomatik. Terdapat beberapa struktur yang tidak lengkap pada unit pernyataan, hubungan antarkalimat, grafik, dan idiom.

i. Berita Detik.com

Gambar 4.11
Daftar Produk untuk Diboikot yang Beredar di Internet Itu Hoaks



Foto: Ilustrasi oleh Andhika Akbarayansyah

Judul: MUI: Daftar Produk untuk Diboikot yang Beredar di Internet Itu Hoaks
Diterbitkan pada Rabu, 15 Nov 2023 | 15:56 WIB

Tabel 4.9

Sintaksis	<p>(Headline) MUI: Daftar Produk untuk Diboikot yang Beredar di Internet Itu Hoaks (Lead) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tidak pernah merilis daftar produk Israel dan afiliasinya yang harus diboikot seperti yang beredar di internet. Selain itu, MUI tidak pernah mengharamkan produk-produk Israel dan afiliasinya, seperti yang beredar di media sosial baru-baru ini. (Kutipan) "Memberikan donasi bantuan kemanusiaan ke Palestina itu yang paling penting untuk kita lakukan, termasuk juga diplomasi internasional di PBB," kata Ketua PBNU KH Ahmad Fahrur Rozi baru-baru ini. (Pernyataan) Seperti diketahui, baru-baru ini beredar daftar produk pro Israel di media sosial, meskipun MUI sendiri belum memberikan nama-nama produk yang harus diboikot. Warganet menyimpulkan produk-produk berikut ini yang diboikot, meskipun belum ada konfirmasi pasti dari brand-brand tersebut apakah benar-benar pro Israel atau tidak. Beberapa hari lalu juga terdapat trending topik dengan hastag #tolakdanoneaqua. Trending ini ditanggapi beragam oleh netizen, karena hanya Aqua saja yang disorot padahal ada puluhan merek lain yang juga beredar di internet. Netizen mengaitkannya dengan persaingan usaha antar produsen AMDK dengan memanfaatkan isu boikot ini. PP Muhammadiyah juga menyerukan kepada umat Islam untuk memanjatkan doa dan shalat ghaib bagi kaum muslimin yang menjadi korban perang serta memohon kepada Allah agar perang segera berakhir dan masyarakat dunia hidup damai dan sejahtera. (Penutup) "Semoga doa kita</p>
-----------	---

	<p>dikabulkan Allah. PBNU secara khusus sudah memerintahkan kepada warganya untuk berdoa qunut nazilah," sambungnya. Dia berharap agar tidak ada pihak manapun yang justru memanfaatkan konflik Israel-Palestina ini untuk mengadu domba masyarakat.</p>
Skrip	<p>(Who) Sekretaris Komisi Fatwa MUI Miftahul Huda, Ketua PBNU KH Ahmad Fahrur Rozi, Ketua Umum PP Muhammadiyah, Haedar Nashir, dan Sekretaris Umum PP Muhammadiyah, Abdul Mu'ti, (When) Rabu, 15 November 2023. (What) MUI tidak pernah mengharamkan produk-produk Israel dan afiliasinya. (Why) MUI tidak berkompeten untuk merilis produk Israel, atau yang terafiliasi ke Israel. (How) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tidak pernah merilis daftar produk Israel dan afiliasinya yang harus diboikot seperti yang beredar di internet. Selain itu, MUI tidak pernah mengharamkan produk-produk Israel dan afiliasinya, seperti yang beredar di media sosial baru-baru ini. Seperti diketahui, baru-baru ini beredar daftar produk pro Israel di media sosial, meskipun MUI sendiri belum memberikan nama-nama produk yang harus diboikot. Warganet menyimpulkan produk-produk berikut ini yang diboikot, meskipun belum ada konfirmasi pasti dari brand-brand tersebut apakah benar-benar pro Israel atau tidak. MUI tidak berkompeten untuk merilis produk Israel, atau yang terafiliasi ke Israel. Dan yang kita haramkan bukan produknya, tapi aktivitas dukungannya.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wartawan mengungkapkan daftar produk pro Israel di media sosial, meskipun MUI sendiri belum memberikan nama-nama produk yang harus diboikot. Warganet menyimpulkan</p>

	<p>produk-produk berikut ini yang diboikot, meskipun belum ada konfirmasi pasti dari brand-brand tersebut apakah benar-benar pro Israel atau tidak. (Proposisi) "Jadi, misalnya produk itu sudah bersertifikat halal, maka kita tidak berhak untuk mencabutnya. Karena, sistem sertifikasi halal itu sudah melibatkan banyak pihak. Jadi, kita tidak pernah merilis daftar produk itu," tegasnya. (Hubungan Antarkalimat) Sebelumnya, sebagai organisasi Islam terbesar di Indonesia, Nahdlatul Ulama (NU) juga menyerukan kepada masyarakat Indonesia agar lebih baik mendonasikan bantuan kemanusiaan dan melakukan diplomasi internasional di PBB ketimbang melakukan aksi boikot terhadap produk-produk sekutu Israel yang justru akan merugikan masyarakat Indonesia sendiri. NU akan berupaya mendukung pemerintah untuk menggalang dukungan internasional di PBB agar serangan Israel ke masyarakat Palestina bisa segera dihentikan.</p>
Retoris	<p>(Kata) Wartawan menambahkan argument mengenai aksi boikot ini hanyalah persaingan bisnis saja. "Terdapat trending topik dengan hastag #tolakdanoneaqua. Trending ini ditanggapi beragam oleh netizen, karena hanya Aqua saja yang disorot padahal ada puluhan merek lain yang juga beredar di internet. Netizen mengaitkannya dengan persaingan usaha antar produsen AMDK dengan memanfaatkan isu boikot ini. (Gambar/ Foto) Terdapat bendera Israel dan Palestina serta tanda stop menutupi produk Israel.</p>

Sintaksis yang disajikan cukup lengkap dengan menghadirkan Headline, Lead, Kutipan, Pernyataan, dan Penutup. Artikel tersebut secara retorik wartawan dengan jelas mengkonstruksi mengenai bahwa daftar produk yang tersebar di internet adalah Hoax atau palsu. Unit yang kurang dalam struktur retorik adalah idiom. Dari segi tematik wartawan mengungkapkan bahwa warganet sendiri yang menyimpulkan mengenai daftar produk apa saja yang terafiliasi dengan Israel. Secara retorik wartawan juga menyampaikan argument bahwa terdapat trending topik dengan hastag #tolakdanoneaqua. Trending ini ditanggapi beragam oleh netizen, karena hanya Aqua saja yang disorot padahal ada puluhan merek lain yang juga beredar di internet. Netizen mengaitkannya dengan persaingan usaha antar produsen AMDK dengan memanfaatkan isu boikot ini.

Gambar 4.12

Ketum PBNU Sebut Boikot Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza

Ketum PBNU Sebut Boikot Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza

Devi Puspitasari - detikNews

Selasa, 21 Nov 2023 18:40 WIB



Ilustrasi Ketua PBNU Yahya Cholil Staquf (Humas Kemenag)

Jakarta - Ketua Umum PBNU Yahya Cholil Staquf menilai aksi **boikot produk terkait Israel** tak cukup untuk menghentikan perang di Gaza. Gus Yahya, sapaan akrabnya, mengatakan jika pihak yang pro-Israel memboikot hal-hal yang terkait pro-Palestina, yang terjadi malah aksi saling boikot.

Hal itu disampaikan Gus Yahya saat menanggapi Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 terkait boikot produk yang terafiliasi dengan Israel. Gus Yahya mengaku memang gerakan boikot mendapatkan perhatian poliitik.

"Gerakan boikot cukup penting untuk dapatkan perhatian politik dan saya kira sekarang juga sudah. Tapi ini tak cukup," kata Gus Yahya kepada wartawan di Shangri-La Hotel Jakarta, Sela (21/11/2023).

Gus Yahya menyebutkan, jika kondisinya begitu, akhirnya terjadi aksi saling boikot sehingga penyelesaian nanti menemukan jalan buntu.

"Karena boikot itu juga sama. Yang penentang Israel **boikot produk Israel**, yg pro-Israel juga boikot yang pro-Palestina. Boikot juga dilakukan aktor-aktor besar, seperti Disney, Sony Pictures boikot X. Karena X tayangkan posting-posting dari Gaza. Dan mereka boikot X dan cabut iklan dari X, mereka melakukan boikot," jelasnya.

Menurut Gus Yahya, serangan Israel ke Gaza harus segera dihentikan. Gus Yahya pun mengajak seluruh dunia yang tergabung.

"Sebelum semua itu, ini harus dihentikan segera. Serangan harus dihentikan segera. Ini kita sampaikan terus menerus. Bukan cuma kita aja, tapi semua pihak di seluruh dunia, apalagi yang tergabung dalam R20 ini, mereka juga tak henti-hentinya meneriakkan tuntutan yang sama," jelasnya.


Gus Yahya menyarankan, se usai gerakan saling boikot, harus dipikirkan rencana selanjutnya yang efektif agar masalah dapat diselesaikan.

"Nah ini artinya resiprokal, saling boikot. Kalau saling Boikot jalan keluarnya apa? Ini penting untuk dapatkan perhatian politik, tapi harus dipikirkan jalan keluar masuk akal dan *possible* dan bukan cuma sekedar harapan, tapi betul-betul yang *workable* yang bisa dilakukan jalan keluarnya," pungkasnya.

Baca juga:

Dukung Fatwa MUI soal Palestina, HNW Usul Bentuk RUU Boikot Produk Israel

Menurut Gus Yahya, serangan Israel ke Gaza harus segera dihentikan. Gus Yahya pun mengajak seluruh dunia yang tergabung.

"Sebelum semua itu, ini harus dihentikan segera. Serangan harus dihentikan segera. Ini kita sampaikan terus menerus. Bukan cuma kita aja, tapi semua pihak di seluruh dunia, apalagi yang tergabung dalam R20 ini, mereka juga tak henti-her  sama," jelasnya.

Judul: Ketum PBNU Sebut Boikot

Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza Diterbitkan pada Selasa, 21 Nov 2023 | 18:40 WIB

Tabel 4.10

Sintaksis	<p>(Headline) Ketum PBNU Sebut Boikot Produk Israel Tak Cukup Hentikan Perang di Gaza. (Lead) Ketua Umum PBNU Yahya Cholil Staquf menilai aksi boikot produk terkait Israel tak cukup untuk menghentikan perang di Gaza. Gus Yahya, sapaan akrabnya, mengatakan jika pihak yang pro-Israel memboikot hal-hal yang terkait pro-Palestina, yang terjadi malah aksi saling boikot. (Kutipan) "Gerakan boikot cukup penting untuk dapatkan perhatian politik dan saya kira sekarang juga sudah. Tapi ini tak cukup," kata Gus Yahya. (Pernyataan) Hal itu disampaikan Gus Yahya saat menanggapi Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 terkait boikot produk yang terafiliasi dengan Israel. Gus Yahya mengaku memang gerakan boikot mendapatkan perhatian poliitik. (Penutup) Amirsyah mengimbau masyarakat agar tak salah mengerti perihal fatwa yang dikeluarkan. Dia meminta masyarakat melihat kembali dampak perang yang dilakukan Israel. "Maka itu tolong dipahami, jadi jangan fatwanya yang dipersoalkan, tapi perangnya," ucapnya.</p>
Skrip	<p>(Who) Yahya Cholil Staquf, Gus Yahya dan Sekjen MUI Amirsyah Tambunan (Where) "Gerakan boikot cukup penting untuk dapatkan perhatian politik dan saya kira sekarang juga sudah. Tapi ini tak cukup," kata Gus Yahya kepada wartawan di Shangri-La Hotel Jakarta. "Aksinya zionis Israel melakukan kejahatan perang terhadap saudara-saudara kita di Palestina yang harusnya merdeka</p>

	<p>dan berdaulat, tapi faktanya 11 ribu nyawa diserang membabi buta," ujar Amirsyah dalam jumpa pers di kantor MUI, Jakarta Pusat, Rabu (15/11). (What) Aksi boikot produk terkait Israel tak cukup untuk menghentikan perang di Gaza. (Why) Gerakan Boikot tidak efektif bila tidak ada jalan keluarnya. (How) "Sebelum semua itu, ini harus dihentikan segera. Serangan harus dihentikan segera. Ini kita sampaikan terus menerus. Bukan cuma kita aja, tapi semua pihak di seluruh dunia, apalagi yang tergabung dalam R20 ini, mereka juga tak henti-hentinya meneriakkan tuntutan yang sama,". Amirsyah mengimbau masyarakat agar tak salah mengerti perihal fatwa yang dikeluarkan. Dia meminta masyarakat melihat kembali dampak perang yang dilakukan Israel.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wartawan memperlihatkan pandangannya dengan cara menambahkan beberapa alasan mengenai kenapa MUI mengeluarkan fatwa mengenai produk yang berafiliasi dengan Israel.</p>
Retoris	<p>(Idiom) "Pertanyaannya, di mana hati nurani? Itu tidak sebanding terhadap produk boikot yang kita lakukan, jauh ibarat langit dan bumi,". (Gambar) Ketum PBNU Yahya Cholil Staquf berpidato dalam forum.</p>

Struktur sintaksis yang diberikan cukup tegas mengatakan bahwa harus ada alasan yang kuat dibalik aksi boikot yang dilakukan. Wartawan mengungkapkan pandangannya dengan menambahkan pasal dari fatwa resmi yang dikeluarkan oleh MUI Nomor 83 Tahun 2023. Wartawan juga menambahkan mengenai fakta yang terjadi pada konflik yang terjadi di Palestina dan Israel. Pernyataan bahwa boikot produk Israel tidak cukup untuk menghentikan perang di Gaza, sesuai dengan yang disampaikan oleh Ketua Umum PBNU. Struktur skrip yang diberikan Menyajikan alasan atau argumen yang mendukung pandangan tersebut, seperti kebutuhan akan solusi yang lebih komprehensif atau efektif dalam penyelesaian konflik. Tematik, Membahas implikasi dari pernyataan tersebut terhadap kebijakan luar negeri Indonesia, hubungan bilateral dengan Israel, serta opini publik di dalam negeri. Retoris, Penjelasan tentang posisi yang diambil oleh Ketua Umum PBNU bahwa boikot tidak cukup untuk mengakhiri konflik. Alasan-alasan atau argumen yang mendukung posisi tersebut, seperti kebutuhan akan solusi yang lebih komprehensif atau pendekatan diplomasi yang lebih efektif. Dalam beberapa struktur terdapat unit yang tidak lengkap seperti Kenapa, Proposi, Hubungan Antarkalimat, Kata, dan Grafik.

k. Berita Detik.com

Gambar 4.13

Zulhas Sebut Pemerintah Tak Boikot Produk Pro Israel!

Zulhas Sebut Pemerintah Tak Boikot Produk Pro Israel!

Aulia Damayanti - detikFinance

Senin, 27 Nov 2023 15:42 WIB



Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan - Foto: Danica Adhitiawarman/detikcom

Jakarta - Belakangan ini ramai masyarakat memboikot produk pro Israel. Boikot ini merupakan buntut serangan yang dilakukan oleh Israel ke Palestina.

Judul: Zulhas Sebut Pemerintah Tak Boikot Produk Pro Israel!

Diterbitkan pada Jumat, 27 Nov 2023 | 15:42 WIB)

Tabel 4.11

Sintaksis	<p>(Headline) Zulhas Sebut Pemerintah Tak Boikot Produk Pro Israel! . (Lead) Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan mengatakan dalam hal ini pemerintah tidak memboikot produk apapun termasuk yang disebut pro Israel. Dia mempersilahkan jika ada pendapat atau dorongan masyarakat yang melakukan boikot. (Kutipan) "Itu terserah masyarakat, tapi apakah itu membantu ya? Silahkan saja," kata pria yang akrab disapa Zulhas. (Pernyataan) Menanggapi hal itu, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan mengatakan dalam hal ini pemerintah tidak memboikot produk apapun termasuk yang disebut pro Israel. Dia mempersilahkan jika ada pendapat atau dorongan masyarakat yang melakukan boikot. (Penutup) Adapun produk yang diduga pro Israel di antaranya McDonald's, KFC, Pizza Hut, Coca Cola, Pepsi, Nestle, hingga Starbucks.</p>
Skrip	<p>(Who) Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan. (What) pemerintah tidak memboikot produk apapun termasuk yang disebut pro Israel. (Where) di Gedung DPR RI, Jakarta Pusat, (When) Senin, 27 November 2023. (Why) Masyarakat berhak menentukan sendiri mengenai daftar produk yang ingin di Boikot. (How) pemerintah masih mempersilahkan produk apapun di Indonesia selama masih memenuhi aturan yang berlaku.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wartawan memperlihatkan pandangannya dengan cara menambahkan beberapa daftar merk produk yang di boikot dalam gerakan <i>BDS Movement</i>. (Hubungan Antarkalimat) "Itu terserah masyarakat, tapi apakah itu membantu ya? Silahkan saja,".</p>

Retoris	<p>(Idiom) "Pak Ketua, ini jelas terang, tidak abu-abu bahwa kita tidak melarang produk mana pun selama sesuai ketentuan yang ada, kalau masyarakat itu hak mereka," jelasnya. (Gambar/ Foto) Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan mengenakan jaket kulit warna hitam.</p>
---------	--

Struktur sintaxis yang disajikan menyoroti pernyataan Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan, pengantar mengenai isu boikot produk Israel dan relevansinya dalam konteks politik dan diplomatik Indonesia. Zulkifli Hasan (Zulhas) yang kritik terhadap kebijakan pemerintah Indonesia dalam artikel Detik.com. Tematik yang diberikan Menyampaikan posisi yang diambil oleh Zulhas, yaitu bahwa pemerintah tidak akan melakukan boikot terhadap produk-produk dari Israel. Retoris yang diberikan Zulhas secara tegas menyatakan bahwa pemerintah tidak akan melakukan boikot terhadap produk-produk dari Israel. Skrip yang disajikan cukup lengkap dengan menghadirkan ke lima unit yaitu siapa, apa, kapan, dimana, kenapa, dan bagaimana.

L. Berita Detik.com

Gambar 4.14
Pengusaha Ketar Ketir Digoyang Seruan Boikot Produk Pro Israel



Ilustrasi/Foto: AP/Hani Mohammed

Jakarta - Seruan masyarakat agar **boikot** produk yang diduga pro Israel mulai dirasakan dunia usaha hingga bikin ketar-ketir. Berbagai merek yang kena tuduhan tersebut sudah merasakan berkurangnya penjualan hingga 40-45%.

Judul: Pengusaha Ketar Ketir Digoyang Seruan Boikot Produk Pro Israel

Diterbitkan pada Sabtu, 09 Desember 2023 15:15 WIB

Tabel 4.12

Sintaksis	<p>(Headline) Pengusaha Ketar-ketir Digoyang Seruan Boikot Produk Pro Israel. (Lead) Seruan masyarakat agar boikot produk yang diduga pro Israel mulai dirasakan dunia usaha hingga bikin ketar-ketir. Berbagai merek yang kena tudingan tersebut sudah merasakan berkurangnya penjualan hingga 40-45%. (Kutipan) "Transaksi produk itu berkurang 40-45%. Ini rata-rata untuk produk yang dikategorikan terafiliasi (Israel), itu sudah terdampak 40-45%. Ini yang kita hindari agar tidak berkepanjangan," kata Roy Mandey. "(Data-data) itu sudah kami sampaikan kepada pemerintah. Jadi prinsipnya kami membantu ini sekarang untuk memberikan datanya kepada pemerintah, jadi supaya pemerintah itu clear, posisinya sekarang seperti apa, dampak ekonominya seperti apa, pengaruhnya seperti apa," ucap Ketua Umum Apindo Shinta Kamdani. "Ini harapan kami yang disampaikan, pemerintah hadir membeli balancing dan observasi seperti yang dikatakan beberapa saat lalu. Yang diboikot itu hanya produk-produk yang diproduksi di Israel. Tapi kalau produknya, tenaga kerjanya di Indonesia dan mematuhi aturan dan sebagainya, itu dijaga marwahnya karena ekonomi kita," ucap Roy. (Pernyataan) Meski begitu, Roy meyakini jika ajakan boikot berlangsung dalam jangka panjang atau lebih dari tiga bulan, sektor hulu atau industri manufaktur yang memproduksi barang-barang FMCG akan terkena imbasnya. Pasalnya menurunnya tingkat permintaan terhadap produk yang diduga terafiliasi Israel akan mengurangi produktivitas perusahaan tersebut. Asosiasi</p>
-----------	---

	<p>Pengusaha Indonesia (Apindo) mengaku sudah menyerahkan data sejumlah produk yang terdampak ajakan boikot ke pemerintah. Data-data tersebut diberikan agar pemerintah bisa melihat pengaruh ajakan boikot produk yang diduga pro Israel. (Penutup) Oleh sebab itu, pengusaha meminta agar pemerintah menegaskan garis batas produk terduga afiliasi Israel seperti apa yang sebaiknya dihentikan penggunaannya oleh masyarakat.</p>
Skrip	<p>(Who) Roy Mande dan Shinta Kamdani. (Where) Swissotel PIK Avenue, Jakarta Utara, (When) Kamis 7 Desember 2023. (What) Pengusaha meminta pemerintah turun tangan mengatasi dampak gerakan boikot produk yang diduga terafiliasi Israel. (Why) berpotensi menciptakan multiplier effect seperti menurunnya pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal IV-2023, serta efisiensi jumlah tenaga kerja alias pemutusan hubungan kerja (PHK) oleh perusahaan. (How) Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) mengaku sudah menyerahkan data sejumlah produk yang terdampak ajakan boikot ke pemerintah. Data-tersebut diberikan agar pemerintah bisa melihat pengaruh ajakan boikot produk yang diduga pro Israel.</p>
Tematik	<p>(Paragraf) Wartawan memiliki pandangan bahwa Pengusaha meminta pemerintah turun tangan mengatasi dampak gerakan boikot produk yang diduga terafiliasi Israel. Seruan boikot tersebut dinilai berawal dari informasi yang tidak bisa dipastikan sumbernya. (Proposisi) Pengusaha meminta pemerintah turun tangan mengatasi dampak gerakan boikot produk yang diduga terafiliasi Israel. Seruan</p>

	boikot tersebut dinilai berawal dari informasi yang tidak bisa dipastikan sumbernya.
Retoris	(Idiom) 'Goncangan Boikot Produk Pro Israel Mulai Terasa'. (Gambar/ Foto) Pria memakai baju biru dan rompi hitam sedang mendorong troli di pusat perbelanjaan.

Dari analisis berita tersebut struktur sintaksis yang diberikan mengungkapkan perasaan atau kekhawatiran dari pengusaha terkait potensi dampak seruan boikot terhadap bisnis mereka. Skrip yang diberikan Menyajikan alasan atau argumen yang mendukung perasaan pengusaha, seperti potensi kerugian finansial atau gangguan terhadap rantai pasokan. Menanggapi atau merespons seruan boikot dari sudut pandang yang mungkin mendukung gerakan tersebut, seperti alasan moral atau politik. Tematik, dentifikasi dan eksplorasi alasan-alasan yang membuat pengusaha merasa khawatir terhadap seruan boikot ini. Misalnya, potensi kerugian finansial, gangguan terhadap rantai pasokan, atau dampak reputasi. Retoris, Pengenalan terhadap refleksi atau pandangan moral dan politik dari sudut pandang pengusaha terkait dengan partisipasi atau penolakan terhadap seruan boikot ini. Pengenalan terhadap refleksi atau pandangan moral dan politik dari sudut pandang pengusaha terkait dengan partisipasi atau penolakan terhadap seruan boikot ini.

4.4 Pembahasan

Dari 12 berita yang diangkat, terdiri atas 6 berita CNN Indonesia dan 6 berita Detik.com sebagai obyek penelitian. Pada analisis ini dilakukan perbandingan pola-pola *framing* dari kedua berita harian ini mengenai tema gerakan boikot produk yang terafiliasi dengan Israel. Berdasarkan hasil analisis elemen *framing* antara CNN Indonesia dan Detik.com, secara singkat diperoleh perbedaan yang mendasar yang meliputi:

A. Sintaksis

Melihat dari Unit yang diamati CNN Indonesia cenderung lebih positif dan mendalam dalam mendukung aksi boikot, sementara Detik.com lebih berimbang dan menyoroti efektivitas serta dampak dari aksi boikot. Mereka memberikan Headline, Lead, Kutipan, Pernyataan, dan Penutup yang seimbang.

B. Skrip

CNN Indonesia lebih fokus pada pernyataan tokoh dan respon lembaga terhadap boikot, sedangkan Detik.com lebih banyak menyajikan pandangan dari berbagai pihak. Melihat dari unit yang diamati yaitu 5W+1H (What, Where, When, Why, Who, dan How) CNN Indonesia menghadirkan tiga dari enam berita yang lengkap. Sedangkan Detik.com hanya mampu menghadirkan dua dari enam berita yang secara lengkap struktur skrip nya.

C. Tematik

CNN Indonesia menekankan pentingnya mendukung industri lokal dan memberikan solusi lokal, sementara Detik.com lebih menekankan pada konteks global dan perlunya tindakan internasional. Struktur tematik CNN Indonesia lebih unggul dalam hal kelengkapan unit yang diamati dibanding dengan Detik.com. Namun Detik.com selalu menghadirkan unit paragraf yang mana hal ini adalah mengenai pandangan wartawan dalam berita yang ia tulis.

D. Retoris

CNN Indonesia menggunakan lebih banyak pernyataan otoritas dan logika argumentatif untuk mendukung boikot, sementara Detik.com lebih berimbang dalam menggunakan data konkret dan kutipan langsung untuk memberikan pandangan yang lebih luas.

Dari analisis elemen di atas, setiap media masing-masing mempunyai kekuatan *framing*, yaitu sebagai berikut.

A. CNN Indonesia

CNN Indonesia memberikan analisis yang mendalam dan fokus pada dampak lokal serta pandangan tokoh-tokoh penting. Selain itu, CNN Indonesia mampu menunjukkan simpati terhadap Palestina dan memposisikan boikot sebagai tindakan yang memiliki dampak positif.

B. Detik.com

Detik.com cenderung memberikan pandangan yang lebih berimbang dengan menampilkan pendapat dari berbagai sudut pandang. Selain itu, Detik.com lebih menekankan pada pendekatan internasional dan diplomasi dalam penyelesaian konflik Palestina-Israel.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang didapat, maka diperoleh kesimpulan bahwa media memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam menyampaikan suatu peristiwa atau fakta kepada para khalayak/pembaca. Apa yang ditulis oleh media dapat mempengaruhi khalayak/pembaca dan menjadi opini publik. Berita yang ditampilkan media tidak serta-merta benar dan natural. Sebelum berita itu sampai kepada khalayak/pembaca, berita itu telah mengalami proses konstruksi. Pada saat itulah fakta yang ada diolah sedemikian rupa, disesuaikan dengan visi misi media, ideologi, kemudian ditentukan tujuan dari berita itu, dan disesuaikan dengan ruang di dalam media. Dalam pemberitaan mengenai Boikot Produk Israel di Indonesia media pun melakukan proses tersebut.

CNN Indonesia memberikan analisis yang mendalam dan fokus pada dampak lokal serta pandangan tokoh-tokoh penting. Selain itu, CNN Indonesia mampu menunjukkan simpati terhadap Palestina dan memposisikan boikot sebagai tindakan yang memiliki dampak positif. Sedangkan Detik.com cenderung memberikan pandangan yang lebih berimbang dengan menampilkan pendapat dari berbagai sudut pandang. Selain itu, Detik.com lebih menekankan pada pendekatan internasional dan diplomasi dalam penyelesaian konflik Palestina-Israel.

Dari segi struktur wacana framing (sintaksis, skrip, tematik dan retorik) terdapat perbedaan antara yang ditampilkan CNN Indonesia dan Detik.com Perbedaan tersebut terutama terlihat dari struktur sintaksis dan retorik. CNN Indonesia lebih frontal dalam menyatakan dukungannya. Detik.com bersikap netral dengan menggunakan data konkret.

5.2. SARAN

Dari kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan, baik dari segi fungsional maupun substansialnya, di antaranya sebagai berikut:

1. Dalam proses pengemasan pesan dalam bentuk berita, sebaiknya media mengacu pada format standar penulisan berita pada umumnya, yaitu dengan standarisasi yang baik. Antara lain dengan menampilkan unsur 5W+1H yang lengkap dan menempatkan peristiwa dan narasumber secara berimbang (*cover both sides*).
2. Ketika mengkonstruksi sebuah realitas, media diharapkan dapat meninggalkan bias-bias yang dianut media selama ini. Bias-bias yang ditampilkan media dalam mengkonstruksikan realitas, mungkin saja dapat berakibat buruk bagi media dan lingkungan sosial tertentu bila konstruksi yang disampaikan berkaitan dengan sebuah konflik sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, S. (2015). Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*, 173-189.
- Anisah, S. (2015). Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*, 174.
- Eriyanto. (2002). Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. In Eriyanto, Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media (pp. 13-14). Indonesia: Lkis.
- Laili, A. F. (2021). Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Pemboikotan Produk Israel. *Jurnal program studi ekonomi syariah stain madina (eksya)*.
- Lister, M. (2009). *New Media*. Inggris: Sage.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Nicholas Gane, David Beer. (2008). *New Media The Key Concepts*. UK: Bloomsbury Publishing.
- Yumitro, G. (2017). *Kudeta Mesir Dan Konflik Palestina*. Yogyakarta: Gre Publishing.
- Safitri, D. (2015). Seruan Boikot Starbucks: Kampanye Negatif Atau Kampanye Hitam? . *Interact.*, 4(1), 11–20. (Diakses pada 10 Mei 2024).

- Ningrum, D.C. (2023). Analisis Framing Robert Entmant Pada Pemeritaan Cuti Melahirkan Dalam Undang-Undang Kesejahteraan Ibu Dan Anak Di Media Online Kompas.com. Epository.uinjkt.ac.id, 63. (Diakses pada 10 Mei 2024).
- Nukiran. (2017). Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Tradisional. Politikom Indonesiana Volume 2 Nomor 2017, 1-20. (Diakses pada 10 Mei 2024).
- Yullah, A. (2016). Analisis Framing Pemberitaan Boikot Produk Israel Pada Kantor Berita Islam Mi'raj News Agency. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(4), 267–281. (Diakses pada 12 Mei 2024).
- CNN INDONESIA. Retrieved from CNN INDONESIA.com: <https://www.cnnindonesia.com/tentang-kami> (Diakses pada 12 Mei 2024).
- DETIK. Detik. Retrieved from Detik.Com: <https://detiknetwork.com> (Diakses pada 12 Mei 2024)
- Ekonomi, G. Sarjana Ekonomi. Retrieved From Sarjanaekonomi.Co.Id: <https://Sarjanaekonomi.Co.Id/Pengertian-Boikot/> (Diakses pada 12 Januari 2024)
- Hajerimin. (2018). Analisis Framing Media Massa (Konstruksi Berita Politik Harian Amanah Tentang Abdul Aziz Qahhar Mudzakkar Jelang Pilgub Sul-Sel 2018: Studi Analisis Framing Zongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki). Repositori.Uin-Alauddin.Ac.Id, 50. (Diakses pada 12 Mei 2024)
- Miftah, I. R. (2021). Analisis Framing Dampak Serangan 11 Hari Israel Di Gaza Palestina Pada Kompas.Com dan Detik.Com. Repository.ar-raniry.ac.id, 100-173. (Diakses pada 14 Mei 2024).

Munif, M. A. (2023). Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki Dalam Kontruksi Pemberitaan Wacana Calon Presiden 2024 Di Indonesia. *Ejournal.iainu-kebumen.ac.id*, 51. (Diakses pada 14 Mei 2024).

Rahman, m. F. (2019). Citra KH. Ma'ruf Amin Dalam Pilpres 2019 (Studi Analisis Framing Media Daring Kumparan.Com). *Digilib.uin-suka.ac.id*, 60. (Diakses pada 14 Mei 2024).