

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 adalah bentuk teknologi yang membawa ke arah baru.

3. Interface

Illingworth dan Pyle mengatakan Interface adalah sebuah alat konseptual penting yang memungkinkan kita untuk berfikir melampaui dualisme batasan umum, kemudian Beer mengatakan Interface adalah perangkat konseptual didalam jaringan untuk memahami media baru beroperasi dan efek yang dihasilkan. Kemudian dapat dikatakan 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 Jacques Derrida 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, Derrida 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 Nugrahi. 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 (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.

Pembingkaiian 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	Diyan 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.	Pembedaan 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

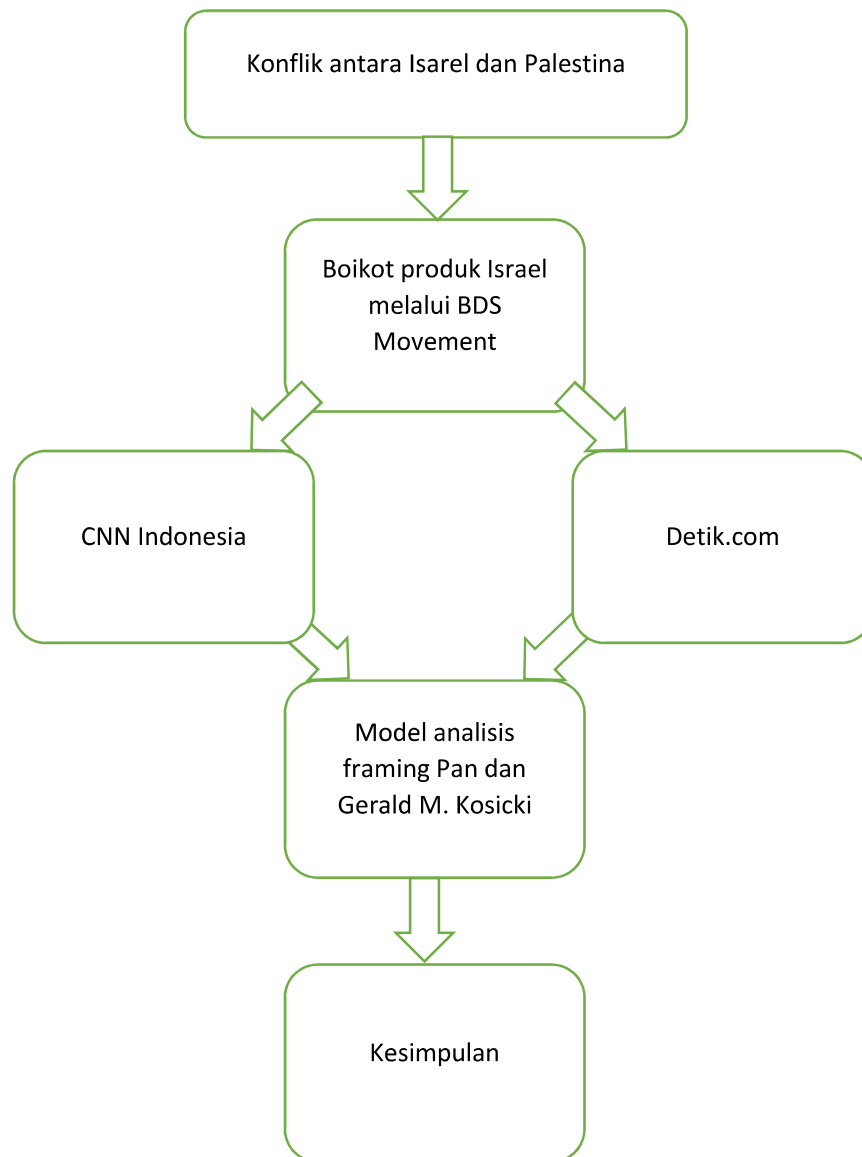
Tabel 2.4
Hasil Penelitian Terdahulu

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.COM)	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.