

# ANALISIS FRAMING MEDIA ONLINE DALAM PEMBERITAAN MUI BOIKOT PRODUK PERANCIS PADA BERITA DETIK.COM DAN CNNINDONESIA.COM

Tri Wahyu Retno Ningsih<sup>1</sup>, Dwi Asih Haryanti<sup>2</sup>  
Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Gunadarma<sup>1</sup>, Fakultas Ekonomi Universitas  
Gunadarma<sup>2</sup>  
[t\\_wahyu@staff.gunadarma.ac.id](mailto:t_wahyu@staff.gunadarma.ac.id)<sup>1</sup>, [dwi\\_asih@staff.gunadarma.ac.id](mailto:dwi_asih@staff.gunadarma.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Presiden Perancis, Emmanuel Macron mendapat kecaman dari para umat Islam di seluruh penjuru dunia karena telah menghina umat Islam dengan karikatur dan ujaran kebencian terhadap Nabi Muhammad SAW, hal ini menjadikan sebuah kontroversi yang sangat fenomenal terutama bagi kaum umat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pbingkai media online terhadap berita pemboikotan MUI terhadap produk Perancis. Metode analisis yang digunakan adalah analisis *framing* model Pan dan Kosiscki. Sumber berita adalah Detik.com dan CNNIndonesia.com. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap media memiliki caranya tersendiri dalam mengkonstruksi pemberitaan MUI dalam memboikot produk Perancis. Dalam berita Detik.com, MUI menegaskan untuk melakukan boikot produk-produk dari Perancis dan menuntut permintaan maaf dari Presiden Macron kepada seluruh umat Islam di dunia. Sementara itu, berita CNNIndonesia.com MUI mengatakan kepada pemerintah RI untuk memberi peringatan keras kepada pemerintah Perancis dan berencana untuk melakukan boikot produk Perancis jika Macron tidak menghormati dan tidak bersikap toleran kepada umat Islam di seluruh dunia.

**Kata Kunci** : MUI, Boikot, Produk Perancis, Analisis Framing, Media Online

## PENDAHULUAN

Media menduduki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran pesan. Media disebut mampu mempengaruhi persepsi khalayak. Salah satu media yang umumnya digunakan dalam kegiatan propaganda adalah media massa, termasuk media online yang kini menjadi sumber informasi yang mudah diakses. Dengan jangkauannya yang luas, peran media massa dalam propaganda dapat dikatakan sangat efektif. Bahkan, dalam konteks hubungan internasional dapat dipersepsikan menjadi konteks propaganda atau media massa dipahami sebagai alat yang potensial bagi kekuatan negara

Berita yang dimuat oleh Detik.com pada 30 Oktober 2020 yang berjudul ‘MUI Ajak Umat Muslim Boikot Produk Perancis sampai Macron Minta Maaf’, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengimbau umat Islam memboikot semua produk Perancis. Boikot harus terus dilakukan sampai Presiden Emmanuel Macron meminta maaf kepada umat Islam. Imbauan MUI tersebut ditandatangani oleh Sekretaris Jenderal Anwar Abbas dan Wakil Ketua Umum Muhyiddin Junaidi, Jumat (30/10/2020). MUI menganggap bahwa Macron tidak menghiraukan dan menggubris peringatan umat Islam sedunia. MUI menganggap Macron tetap angkuh dan sombong dengan memuji

sikap kelompok pejunjung tinggi kebebasan berekspresi. Menurut MUI, kebebasan berekspresi ala Macron bersifat egoistik. "Dengan demikian, Presiden Emmanuel Macron hanya memperhatikan kepentingannya saja dan tidak peduli kepada kepentingan dan keyakinan masyarakat dunia lainnya terutama umat Islam yang jumlahnya lebih dari 1,9 miliar di muka bumi ini," tulis MUI dalam surat bernomor Kep-1823/DP-MUI/x/2020.

Majelis Ulama Indonesia (MUI), menurut Peraturan Presiden Nomor 151 Tahun 2014 Tentang Bantuan Pendanaan Kegiatan Majelis Ulama Indonesia ("Perpres 151/2014") adalah wadah musyawarah para ulama, pemimpin dan cendekiawan muslim dalam mengayomi umat dan mengembangkan kehidupan yang Islami serta meningkatkan partisipasi umat Islam dalam pembangunan nasional. Dalam situs Majelis Ulama Indonesia, disebutkan bahwa MUI sebagai wadah masyarakat para ulama, zu'ama serta cendekiawan muslim berusaha untuk memberikan bimbingan dan tuntunan kepada umat Islam dalam mewujudkan kehidupan beragama dan bermasyarakat yang diridhoi Allah Subhanahu wa Ta'ala, memberikan nasihat dan fatwa mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada Pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kegiatan bagi terwujudnya ukhwah Islamiyah dan kerukunan antar-umat beragama dalam memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa serta, menjadi penghubung antara ulama dan umaro (pemerintah) dan penterjemah timbal balik antara umat dan pemerintah guna mensukseskan pembangunan nasional, dan meningkatkan hubungan serta kerjasama antar organisasi, lembaga Islam dan cendekiawan muslimin dalam memberikan bimbingan dan tuntunan kepada masyarakat khususnya umat Islam dengan mengadakan konsultasi dan informasi secara timbal balik.

Dalam kasus upaya boikot produk Perancis, MUI menyampaikan sikap-imbauan berisi 7 poin, pertama adalah soal boikot. "Memboikot semua produk yang berasal dari negara Perancis serta mendesak kepada Pemerintah Republik Indonesia untuk melakukan tekanan dan peringatan keras kepada Pemerintah Perancis serta mengambil kebijakan untuk menarik sementara waktu Duta Besar Republik Indonesia di Paris hingga Presiden Emmanuel Macron mencabut ucapannya dan meminta maaf kepada Ummat Islam se-Dunia". Umat Islam dinyatakan MUI tidak mencari musuh, tapi umat Islam punya harga diri. Upaya boikot dimaksudkan agar Macron minta maaf. MUI juga meminta penghentian penghinaan Nabi Muhammad SAW. "Menghentikan segala tindakan penghinaan dan pelecehan terhadap Nabi Besar Muhammad SAW termasuk pembuatan karikatur dan ucapan kebencian dengan alasan apa pun juga," kata MUI (Damarjati, 2020).

Menurut Damarjati (2020), MUI mendukung sikap Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan anggotanya, seperti Turki, Qatar, Kuwait, Pakistan, dan Banglades yang telah memboikot produk Perancis. MUI mendesak mahkamah Uni Eropa untuk segera menindak dan menghukum Perancis karena Macron menghina Nabi Muhammad. "Diimbau agar semua khatib/da'i/mubaligh/asiatidz agar menyampaikan pesan materi Khutbah Jum'at untuk mengecam dan menolak terhadap penghinaan atas diri

Rasulullah Muhammad SAW," tulis MUI di poin ke-6. MUI juga mengimbau umat Islam Indonesia menyampaikan aspirasi dengan damai dan beradab.

Terkait dengan hal itu, Pemerintah RI juga telah mengecam pernyataan Presiden Macron. RI menilai Macron melukai perasaan 2 miliar muslim dunia. "Indonesia mengecam pernyataan Presiden Perancis yang menghina agama Islam," demikian pernyataan RI, seperti dikutip dari situs resmi Kemlu RI. Kemlu telah memanggil Dubes Perancis. Pemanggilan terhadap Dubes Perancis untuk RI Olivier Chambard dilakukan pada Selasa (27/10) sore. Namun, Olivier belum memberikan respons terhadap kecaman Indonesia. Macron menyampaikan ketegasannya menyikapi pemenggalan seorang guru di Perancis. Dia menyebut pemenggalan itu adalah 'serangan teroris Islamis'. Guru itu dibunuh karena dia mengajarkan 'kebebasan berekspresi'. Sebelum peristiwa pemenggalan guru, Macron juga berbicara bahwa Islam adalah 'Agama yang dalam krisis di seluruh dunia hari ini'. Dia akan berperang melawan Islamis radikal di Perancis yang dia sebut juga sebagai 'separatisme Islam'. Pernyataan Macron itu dilansir *France 24* dengan *AFP*, 2 Oktober 2020 (Damarjati, 2020).

CNNIndonesia.com juga memuat berita tentang MUI Ajak Umat Islam Indonesia Boikot Produk Perancis pada tanggal 30 Oktober 2021. Dalam berita tersebut disebutkan, bahwa Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI), Anwar Abbas, mengimbau umat Islam Indonesia melakukan boikot terhadap produk Perancis. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan memberikan tekanan kepada Presiden Perancis, Emmanuel Macron, sehingga segera meminta maaf pada umat Islam di seluruh dunia. "Mengimbau umat Islam sedunia untuk memboikot semua produk yang berasal dari negara Perancis," kata Anwar (30/10). Anwar juga meminta pemerintah RI untuk memberikan peringatan keras kepada pemerintah Perancis, dan menarik waktu Duta Besar RI di Paris hingga Macron mencabut ucapannya dan meminta maaf umat Islam.

Menurut Anwar yang dikutip dari *cnnindonesia.com* (2020), umat Islam Indonesia siap melakukan boikot terhadap produk Perancis, terutama jika Macron tidak bersikap toleran dan tidak menghormati umat Islam. Namun demikian, Anwar mengatakan umat Islam tetap ingin hidup berdampingan dan harmonis. "Umat Islam Indonesia tidak ingin mencari musuh, umat Islam hanya ingin hidup berdampingan dan harmonis, namun jikalau yang bersangkutan sebagai Kepala Negara Perancis tidak menginginkan dan tidak mau mengembangkan sikap bertoleransi dan saling hormat menghormati, maka umat Islam terutama di Indonesia juga punya harga diri dan martabat siap untuk membalas sikap dan tindakannya dengan memboikot semua produk yang datang dari Perancis," tuturnya.

Anwar yang dikutip dari *cnnindonesia.com* (2020), juga meminta kepada Presiden Perancis Emmanuel Macron untuk menghentikan segala tindakan pelecehan terhadap Rasulullah SAW, terutama pembuatan karikatur dan ucapan kebencian. Selain itu, Anwar menyatakan dukungannya terhadap Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan

anggotanya yang telah memboikot semua produk dari Perancis. "Mendukung sikap Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan anggotanya seperti Turki, Qatar, Kuwait, Pakistan, Bangladesh yang telah memboikot semua produk negara Perancis,". MUI juga mendesak mahkamah Uni Eropa untuk segera menghukum Macron atas tindakannya yang dianggap telah melecehkan Nabi Muhammad SAW. "Mendesak kepada mahkamah Uni Eropa untuk segera mengambil tindakan dan hukuman kepada Perancis atas tindakan dan sikap Presiden Emmanuel Macron yang telah menghina dan melecehkan Nabi Besar Muhammad SAW (cnnindonesia.com, 2020).

Emmanuel Macron adalah seorang politikus Perancis yang menjabat sebagai Presiden Perancis sejak 14 Mei 2017. Emmanuel Macron tercatat sebagai Presiden Perancis termuda dengan usia 39 tahun. Pidato Presiden Macron pada Jum'at, 2 Oktober 2020, menjadi sorotan seluruh penjuru dunia. Pembahasan dalam pidato Emmanuel Macron banyak memuat tentang Islam. Emmanuel Macron dianggap telah menghina umat Islam dengan karikatur dan ujaran kebencian terhadap Nabi Muhammad SAW, hal ini menjadikan sebuah kontroversi yang sangat fenomenal terutama bagi kaum umat Islam. Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai salah satu lembaga yang mewadahi para umat Islam Indonesia pun turut andil dalam pemboikotan produk-produk dari negara Perancis.

Sikap intoleran dari Emmanuel Macron terhadap umat Islam tersebut, juga tercermin dari beberapa diskusi tentang Islam, bahwa Islam telah digambarkan sebagai agama yang melahirkan terorisme, kekerasan, dan ancaman secara global (Said, 1997). Menurut Bridge.edu (2015) dalam artikel "*New Study Analyzes Media Coverage of Islam Over Time*", bahwa hasil analisis MediaTenor terhadap 2.6 juta berita yang dihasilkan media barat, seperti berita dari Amerika, Inggris dan Jerman menemukan bahwa liputan media terhadap Islam nyaris tidak pernah dinilai positif. Sebagai contoh, serangan pada Gedung *World TradeCenter* di New York dan Pentagon tanggal 11 bulan September 2001, disebutkan telah menimbulkan dampak yang besar bagi seluruh dunia (Hayati, et al. 2013). Dampaknya pada Amerika Serikat (AS) lebih besar dalam berbagai aspek termasuk ekonomi, militer serta kredibilitas sebagai Negara adikuasa di dunia.

Berita mengenai ajakan MUI terhadap umat Islam untuk memboikot produk Perancis dari pemberitaan koran online Detik.com dan CNNIndonesia.com ini menarik diamati. Dari kedua media pemberitaan tentu mempunyai karakteristik pbingkaian yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis framing pada berita online dari Detik.com dan CNNIndonesia.com mengenai MUI boikot produk Perancis menggunakan analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerarld M. Kosicki. Model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki digunakan dalam penelitian ini karena struktur perangkat analisis framing yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik mampu membentuk suatu tema yang saling berkaitan dalam sebuah elemen konstruksi pemberitaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Wacana Media

Menurut Cook dalam (Sobur, 2003), ada tiga hal sentral dalam pengertian wacana yakni teks, konteks dan wacana. Teks adalah semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra dan sebagainya. Konteks adalah semua situasi dan hal yang berada diluar teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa. Sedangkan wacana dimaknai sebagai teks dan konteks bersama-sama. Titik perhatian dan analisis wacana adalah menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam suatu proses komunikasi.

McQuail (1995) menyatakan bahwa media massa merupakan filter yang menyaring sebagian pengalaman dan menyoroti pengalaman lainnya dan sekaligus kendala yang menghalangi kebenaran. Dalam menyajikan sebuah peristiwa, media menafsirkan dan merangkai kepingan-kepingan fakta dari realitas yang sangat kompleks sehingga membentuk kisah yang bermakna dan dapat dipahami oleh pendengar, penonton, dan pembaca. Dengan berbagai macam instrumen yang dimilikinya media berperan membentuk realitas yang tersaji dalam bentuk pemberitaan.

Garrett & Bell (1998) menjelaskan atribut dalam wacana media yang dibagi menjadi 4 alasan utama, yaitu:

1. Media merupakan sumber yang kaya akan data yang dapat dengan mudah diakses untuk kepentingan penelitian maupun pembelajaran
2. Penggunaan media mempengaruhi dan mencerminkan perilaku dan penggunaan orang terhadap bahasa
3. Media dapat memberikan khalayaknya wawasan akan makna sosial dan stereotip melalui bahasa dan komunikasi
4. Media mencerminkan dan berperan penting dalam membentuk dan mengartikulasikan kehidupan kultural, politik, dan sosial.

### Media Online

Media *online* merupakan suatu media yang tersedia secara *online* dan hanya bisa diakses menggunakan koneksi internet serta dengan adanya perangkat yang mendukung, bisa menggunakan perangkat keras seperti komputer, laptop atau telepon pintar. Media *online* ini memudahkan masyarakat dalam mengakses sesuatu, salah satunya dapat mengakses media pemberitaan *online* secara mudah.

Menurut Suryawati (2011:46), media *online* atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Media *online* merupakan media yang berbasis telekomunikasi serta multimedia (Prihantoro, 2013).

yang di dalamnya terdapat portal, website, radio *online*, tv *online*, pers *online*, serta yang lainnya. Dalam buku *Online News and the Public* dijelaskan bahwa komunikasi melalui media online adalah sebagai berikut : "Diseluruh dunia, surat kabar *online* dan media berita *online* lainnya tumbuh pesat selama terakhir 1990-an (Salwen & Driscoll, 2006). Karena sebageaian besar surat kabar tidak memiliki secara *online* kehadirannya sebelum mempopulerkan *world wide web*, mengambil keuntungan dari kemudahan penggunaan dan ketersediaan umum. Hasilnya adalah ekspansi cepat dari berita *online*."

### **Konstruksi Realitas Media *Online***

Konsep teori konstruksi realitas pada awalnya dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman, mereka membentuk teori tentang konstruksi realitas tersebut dalam tiga tahap yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Menurut Suprobo et al. (2016) dalam konteks berita gagasan Berger diterapkan dengan memandang berita sebagai konstruksi atas realitas. Sehingga mungkin terjadi sebuah peristiwa dikonstruksi berbeda oleh wartawan dalam bentuk teks berita.

Berita bukan sebuah peristiwa atau fakta nyata dalam pandangan konstruksi sosial. Berita merupakan sebuah laporan atau produk interaksi wartawan dan peristiwa tersebut. Berita tersebut lalu mengalami proses konstruksi, dan media *online* sebagai agen konstruksi menurut pandangan konstruksionis. Berita yang tersaji di dalam media *online* adalah produk dari pembentukan realitas oleh media *online*. Menurut Charnley dan James M. Neal dalam AS. Haris Sumadriana, dijelaskan bahwa berita adalah laporan tentang situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru, yang penting disampaikan kepada khalayak.

### **Analisis Framing**

Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis (Eriyanto, 2002). Teori *framing* sendiri pada awalnya digagas oleh Beterson pada tahun 1955. *Frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan pada pandangan politik, kebijakan dan wacana serta kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas.

Severin & Tankard (2007) menjelaskan bahwa '*Frame*' merupakan sebuah aransemen ide untuk konten berita yang menyediakan konteks dan masukan akan isu yang perlu diberi perhatian lebih melalui adanya seleksi, tekanan, ketidakterlibatan, serta elaborasi. Framing ini merupakan pendekatan untuk mengetahui cara pandang yang digunakan oleh media massa, yang termasuk media online, ketika memilih isu dan menulis berita. Mulai dari fakta apa yang dipilih dan ditonjolkan dalam sebuah berita akan diketahui perspektif dari media (Eriyanto, 2002).

*Framing* dalam media bisa dilihat sebagai usaha seorang jurnalis dari sebuah institusi berita tertentu untuk mencirikan sebuah isu sebagaimana yang menurutnya

sesuai sekaligus mempengaruhi persepsi dari khalayak yang dituju. Teori dasar dari *framing* ini menjelaskan bahwa media memberi tahu masyarakat akan apa yang penting dalam dunia di sekitar mereka dan bagaimana cara berfikir atau memandang suatu peristiwa serta orang-orang yang berada di dalamnya (Brown & Yule, 1983).

*Frame* merupakan sebuah prinsip dimana pengalaman dan realitas yang kompleks tersebut diorganisasi secara subjektif. Melalui *frame* tersebut, orang melihat realitas dengan pandangan tertentu dan melihat sebagai sesuatu yang bermakna dan beraturan (Littlejohn, 1996). *Frame media* mengorganisasikan realitas kehidupan sehari-hari dan akan ditransformasikan kedalam sebuah cerita.

Analisis *framing* dapat digambarkan secara sederhana sebagai analisis untuk mengetahui sebuah realitas baik dalam bentuk peristiwa, kelompok dan lain-lain yang kemudian dibingkai oleh media (*media online* ataupun *media offline*). Proses pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi.

*Framing* memiliki dua aspek yang meliputi, pertama ; memilih fakta, kedua ; menulis fakta. Memilih fakta dalam sebuah berita terdapat dua kemungkinan yakni, apa yang dipilih pada bagian berita (bagian yang diberitakan), dan apa yang akan dibuang dalam berita (bagian berita yang tidak diberitakan). Hal ini tergantung bagaimana media menanggapi sisi menarik dari berita tersebut.

### **Analisis *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki**

*Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2002). Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dibagi menjadi 4 struktur, struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik. *Framing* menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki didefinisikan sebagai strategi komunikasi dalam memproses sebuah berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas konvensi pembentukan berita.

Pada *framing* model Pan dan Kosicki, unit pengamatan pada teks lebih komprehensif dan memadai, karena meliputi seluruh aspek dalam teks dan juga mempertimbangkan struktur teks dan hubungan antar kalimat atau paragraf secara keseluruhan. Tabel 1 menjelaskan model struktur wacana dan perangkat *framing* Pan dan Kosicki:

Tabel 1. Struktur Wacana dan Perangkat *Framing* (Diadopsi dari Nugroho, dkk, 1999)

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
SINTAKSIS	1. Skema berita	<i>Headline</i> , <i>lead</i> , latar

(Cara wartawan menyusun fakta)		informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP (Cara wartawan mengisahkan fakta)	2. Kelengkapan berita	5W + 1H ( <i>Who, What, Where, When, Why + How</i> )
TEMATIK (Cara wartawan menulis fakta)	3. Detail 4. Maksud 5. Nominalisasi 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
RETORIS (Cara wartawan menekankan fakta)	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar, foto, grafik.

### METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan paradigma konstruktivis. Analisis Framing termasuk kedalam pandangan konstruksionis, yaitu setiap berita yang ditujukan ke pembaca telah dikonstruksikan oleh media massa. Pandangan konstruksionis menilai bahwa berita yang sampai ke pembaca adalah berita yang subjektif, bukan lagi objektif. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis framing. Metode analisis framing ini digunakan karena metode melihat bagaimana sebuah peristiwa itu dibingkai di dalam pemberitaan. Dalam pendekatan ini perangkat *framing* pada model Pan dan Kosicki dibagi dalam empat struktur yakni, struktur sintaksis (*syntactical structures*), struktur naskah (*script structures*), struktur tematik (*thematic structures*), dan struktur retorik (*rethoric structures*). Peneliti memilih model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki, yaitu framing merupakan sebuah proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut, (Eriyanto, 2002). Subjek penelitian ini adalah portal berita Detik.com



dan CNNIndonesia.com pada tanggal 30 Oktober 2020. Sedangkan objek penelitian adalah berita mengenai MUI boikot produk Perancis. Berita tersebut diteliti dengan menggunakan model analisis framing, model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

## HASIL DAN DISKUSI

Hasil analisis penelitian dari kedua media online Detik.com dan CNNIndonesia.com, dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Framing MUI Boikot Produk Perancis di Detik.com

Struktur Framing	Detik.com
Sintaksis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Judul: MUI Ajak Umat Muslim Boikot Produk Perancis sampai Macron Minta Maaf</li> <li>- Lead dalam teks berita Detik.com telah mewakili keseluruhan isi berita yang ingin disampaikan.</li> <li>- Latar informasi yang dipakai dalam berita Detik.com yaitu MUI mengajak para masyarakat untuk memboikot produk Perancis, MUI sangat menuntut permintaan maaf dari presiden Macron kepada seluruh umat Islam di seluruh dunia karena menganggap hal ini sebuah penghinaan besar terhadap seluruh kaum muslim.</li> <li>- Kutipan dan sumber yang digunakan dalam berita Detik.com menggunakan lebih dari satu untuk rujukannya.</li> </ul>
Skrip 5W+1H	Pada media pemberitaan online Detik.com sudah menerapkan unsur 5W+1H. Pada berita tersebut, unsur yang dominan adalah What dan Who.
Tematik	<p>Teks berita dalam media pemberitaan Detik.com terdiri dari 7-8 paragraf yang diikuti beberapa kutipan pernyataan sumber.</p> <p>Tema yang ditekankan dalam berita adalah MUI mengimbau seluruh umat Islam untuk tidak menghentikan pemboikotan sampai Presiden Emmanuel Macron melakukan permintaan maaf.</p>
Retroris	Kata utama yang digunakan pada media pemberitaan Detik.com yaitu “boikot”, yang merupakan suatu aksi umat Islam untuk melawan

	<p>presiden Macron yang menghina Islam.</p> <p>Kata lain yang digunakan pada Detik.com adalah kata meminta maaf , umat Islam, MUI, pemenggalan, separatisme Islam, serangan teroris Islamis.</p>
--	--

Tabel 3. Analisis Framing MUI Boikot Produk Perancis di CNNIndonesia.com

Struktur	CNNIndonesia.com
Framing	
Sintaksis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Judul: MUI Ajak Umat Islam Indonesia Boikot Produk Perancis</li> <li>Lead dalam teks berita CNNIndonesia.com telah mewakili keseluruhan isi dari berita yang ingin disampaikan.</li> <li>- Latar informasi yang dipakai dalam berita CNNIndonesia.com yaitu Dewan Pimpinan MUI, Anwar meminta pemerintah RI untuk memberikan peringatan keras kepada pemerintah Perancis. Ia juga siap untuk memboikot produk Perancis jika Macron tidak bersikap toleran dan tidak menghormati umat Islam.</li> <li>- Kutipan dan sumber yang digunakan dalam berita CNNIndonesia.com hanya menggunakan satu rujukan saja.</li> </ul>
Skrip 5W+1H	Pada media pemberitaan online CNNIndonesia sudah menerapkan unsur 5W+1H. pada berita tersebut, unsur yang dominan adalah unsur What.
Tematik	<p>Teks berita dalam media pemberitaan CNNIndonesia.com terdiri dari 6-7 paragraf singkat yang dominan memasukkan kutipan pernyataan untuk mendukung tulisan.</p> <p>Tema yang ditekankan dalam berita adalah MUI meminta pemerintah RI untuk memberikan peringatan keras kepada pemerintah Perancis.</p>
Retroris	<p>Kata utama yang digunakan pada media pemberitaan CNNIndonesia.com yaitu “boikot”, yang merupakan suatu aksi umat Islam untuk melawan presiden Macron yang menghina Islam.</p> <p>Kata “mengimbau” juga dipakai untuk mengganti kata mengajak.</p> <p>Kata lain yang digunakan pada CNNIndonesia.com adalah meminta maaf, umat Islam, MUI.</p>

## Diskusi

Detik.com merupakan salah satu situs web yang menyediakan berita terkini di Indonesia, Detik.com sendiri berdiri pada 9 juli 1998. Awalnya peliputan Detik.com hanya fokus pada berita ekonomi, politik, dan teknologi informasi. Setelah situasi politik dan ekonomi mulai membaik Detik.com memutuskan untuk menambahkan berita hiburan dan olahraga. Sedangkan, *Cable News Network* Indonesia (CNN Indonesia) merupakan sebuah stasiun televisi dan situs berita milik Trans Media yang bekerjasama dengan warner media, CNNIndonesia.com diluncurkan pertama kali pada 20 Oktober 2014 dengan Yusuf Arifin sebagai pemimpin redaksi.

Dari data yang sudah dianalisis pada media pemberitaan *online* Detik.com dan CNNIndonesia.com pada tanggal 30 Oktober 2020 mengenai MUI mengajak umat Islam memboikot produk-produk Perancis ditemukan beberapa hal. Ajakan MUI terhadap umat Islam untuk memboikot produk-produk Perancis. Perbuatan tersebut dilakukan agar Presiden Macron meminta maaf atas kesalahannya yang telah menghina Islam sebagai agama yang krisis, yang dikutip pada media pemberitaan Detik.com. Teks berita dalam media pemberitaan *online* Detik.com terdiri dari 7-8 paragraf. Sedangkan teks berita pada pemberitaan *online* CNNIndonesia.com terdiri dari 6-7 paragraf. Pada media pemberitaan *online* Detik.com dan CNNIndonesia.com keduanya menggunakan kata utama yang sama yaitu “boikot”, yang merupakan suatu aksi umat Islam untuk melawan Presiden Macron yang menghina Islam. Dalam berita tersebut disampaikan bahwa MUI bersikeras agar memboikot produk Perancis karena Macron sebagai Presiden Perancis menghina agama Islam. Dalam kedua media pemberitaan online tersebut meminta agar Presiden Perancis tersebut segera ditindak lanjuti dan segera meminta maaf pada umat Islam.

Boikot merupakan suatu tindakan untuk tidak menggunakan, membeli, atau berurusan dengan seseorang atau suatu organisasi sebagai wujud protes atau sebagai suatu bentuk pemaksaan. Salah satu jenis boikot yang dikenal adalah boikot konsumen, yaitu suatu tindakan yang menghimbau masyarakat untuk tidak membeli produk dari perusahaan yang menjadi target boikot. Tindakan boikot konsumen biasanya diorganisir oleh grup aktivis sosial. Tujuan dilakukannya boikot konsumen ini adalah sebagai tindakan protes atas praktik ketidakadilan atau tidak etis. MUI menyerukan untuk melakukan pemboikotan produk milik Perancis dengan mengeluarkan Surat Pernyataan Nomor: Kep-1832/DP-MUI/X/2020 tertanggal 30 Oktober 2020 (Azanella, 2020). Melalui seruan MUI tersebut, diharapkan Macron menjadi sadar atas perbuatan yang telah dilakukan yang melukai perasaan umat beragama muslim di seluruh dunia. Namun, terkait dengan aksi boikot tersebut, Wakil Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) Muhyiddin Junaidi juga meminta masyarakat tidak terprovokasi dan tetap menjaga kedamaian di Tanah Air dalam menyikapi ajakan untuk memboikot produk

Prancis. "Kepada masyarakat umat Islam dan bangsa Indonesia yang ingin menyampaikan aspirasi penolakan silakan, tapi dengan tertib, tidak boleh merusak dan harus mengikuti aturan main," kata Muhyiddin (30/10/2020).

Berdasarkan hasil analisis *framing* media massa Detik.com dan CNNIndonesia.com mengenai peran media massa dalam melakukan perlawanan terhadap sikap intoleransi terhadap agama Islam, maka dapat disimpulkan bahwa Detik.com dan CNNIndonesia.com telah melakukan perannya sebagai media informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Upaya perlawanan langsung yang dilakukan oleh Detik.com dan CNNIndonesia.com dapat terlihat pada *headline*, *lead*, dan *body text* yang memberitakan boikot produk Prancis yang disertai dengan penjelasan dari MUI dan pemerintah melalui Kementerian Luar Negeri.

Pemerintah RI juga telah mengecam pernyataan Presiden Macron. RI menilai Macron melukai perasaan 2 miliar muslim dunia. "Indonesia mengecam pernyataan Presiden Prancis yang menghina agama Islam," seperti dikutip dari situs resmi Kemlu RI. Kemlu telah memanggil Dubes Prancis. Pemanggilan terhadap Dubes Prancis untuk RI Olivier Chambard dilakukan pada Selasa (27/10) sore. Namun, Olivier belum memberikan respons terhadap kecaman Indonesia. Macron menyampaikan ketegasannya menyikapi pemenggalan seorang guru di Prancis. Dia menyebut pemenggalan itu adalah 'serangan teroris Islamis'. Guru itu dibunuh karena dia mengajarkan 'kebebasan berekspresi'. Sebelum peristiwa pemenggalan guru, Macron juga berbicara bahwa Islam adalah 'Agama yang dalam krisis di seluruh dunia hari ini'. Dia akan berperang melawan Islamis radikal di Prancis yang dia sebut juga sebagai 'separatisme Islam'. Pernyataan Macron itu dilansir *France 24* dengan *AFP*, 2 Oktober 2020 (Damarjati, 2020).

Upaya pemerintah dalam melakukan perlawanan terhadap sikap intoleransi kepada agama Islam secara tidak langsung juga dapat dilihat dalam situs resmi Kemlu RI, dimana Detik.com memberitakan bahwa menekankan bahwa Pemerintah RI mengecam pernyataan Presiden Macron. RI dan menilai Macron melukai perasaan 2 miliar muslim dunia. Indonesia mengecam pernyataan Presiden Prancis yang menghina agama Islam. Upaya yang dilakukan oleh Detik.com dan CNNIndonesia.com, dalam melakukan perlawanan terhadap penghinaan terhadap umat muslim di dunia, juga menjelaskan salah satu kepentingan pemerintah sebagai pemangku kepentingan yang bertanggung jawab atas stabilitas berbagai aspek kehidupan negara yang terancam akibat aksi-aksi yang tidak bertanggung jawab. Hasil analisis *framing* menemukan bahwa Detik.com, membingkai beritanya dengan cara MUI mengajak para masyarakat untuk memboikot produk Prancis. Sedangkan pada CNNIndonesia.com, MUI meminta pemerintah RI untuk memberikan peringatan keras kepada pemerintah Prancis.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam berita Detik.com MUI menegaskan untuk melakukan boikot kepada produk-produk dari Perancis dan menuntut permintaan maaf dari Presiden Macron kepada seluruh umat Islam di dunia.
2. Dalam berita CNNIndonesia.com MUI mengatakan kepada pemerintah RI untuk memberi peringatan keras kepada pemerintah Perancis dan berencana untuk melakukan boikot produk Perancis jika Macron tidak menghormati dan tidak bersikap toleran kepada umat Islam di seluruh dunia.
3. Analisis *framing* dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui sebuah realitas baik dalam bentuk peristiwa, kelompok dan lain-lain yang kemudian dibingkai oleh media (media *online* ataupun media *offline*). Proses pbingkaian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi.

### REFERENSI

- Azanella, L. A. (2020). *MUI Serukan Umat Islam Indonesia Boikot Produk Perancis*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/31/103300365/mui-serukan-umat-islam-indonesia-boikot-produk-perancis?page=all>
- Brown, G., & Yule, G. (1983). *Discourse Analysis*. Cambridge University Press.
- cnnindonesia.com. (2020). *MUI Ajak Umat Islam Indonesia Boikot Produk Prancis*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201030182910-20-564265/mui-ajak-umat-islam-indonesia-boikot-produk-prancis>
- Damarjati, D. (2020). *MUI Ajak Umat Muslim Boikot Produk Prancis sampai Macron Minta Maaf*. Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5234989/mui-ajak-umat-muslim-boikot-produk-prancis-sampai-macron-minta-maaf>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. PT LKis.
- Garrett, P., & Bell, A. (1998). *Media Discourse: A Critical Overview*. Blackwell Publishing.
- Littlejohn, S. W. (1996). *Theories of Human Communication* (Fifth Edit). Wadsworth Publishing Company.
- McQuail, D. (1995). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. SAGE Publication.
- Prihantoro, E. (2013). Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti pada Media Online. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*.

- Said, E. (1997). *Covering Islam: How the media and the experts determine how we see the rest of the world*. Vintage.
- Salwen, G., & Driscoll. (2006). *Online News and the Public*. Lawrence Erlbaum Associates (LEA).
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Kencana.
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suprobo, T., Siahainenia, R., & Sari, D. K. (2016). ANALISIS FRAMING MEDIA ONLINE DALAM PEMBERITAAN PROFIL DAN KEBIJAKAN MENTERI SUSI PUDJIASTUTI (Studi Pada Situs Berita Detik.com, Kompas.com dan Antaranews.com periode Oktober - Desember 2014). *Cakrawala*, 5(1).